



universität
wien

DIPLOMARBEIT / DIPLOMA THESIS

Titel der Diplomarbeit / Title of the Diploma Thesis

„Les vidéos des Youtubeurs/Youtubeuses francophones
dans l’enseignement du FLE – analyse linguistique et
emploi didactique“

verfasst von / submitted by
Louella Maria Falkner

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2017 / Vienna, 2017

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 190 347 482

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Lehramtsstudium
UF Französisch
UF Bewegung und Sport

Betreut von / Supervisor:

Ao. Univ.-Prof. Dr. Peter Cichon

Mein besonderer Dank gilt...

... meinem Betreuer Herrn Ao. Univ.-Prof. Dr. Peter Cichon, der großes Interesse für die Thematik meiner Arbeit gezeigt hat und mich mit konstruktiven Vorschlägen und seinem Fachwissen unterstützt hat.

... meinen Eltern, die mir dieses Studium ermöglicht und immer an mich geglaubt haben. Danke für eure Unterstützung.

... meinen Geschwistern, insbesondere meiner Schwester Nini, die mir schon mein ganzes Leben beiseite gestanden sind und zu denen ich hin und wieder aus dem (Studien-)Alltag flüchten konnte, um neue Kraft zu schöpfen.

... meinem Freund Georg Franz, der mich besonders in der intensiven Abschlusszeit mit viel Geduld unterstützt und mit viel Humor aufgemuntert hat.

... all meinen Freundinnen und Freunden sowie Studienkolleginnen und Studienkollegen, die mich in dieser Zeit motivierend begleitet haben.

J'adresse également mes remerciements...

... à tous mes amis français pour m'avoir appris les connaissances du langage des jeunes sans lesquelles je n'aurais pas pu rédiger ce travail. Merci les gars !

Table des matières

1	INTRODUCTION	9
2	APPROCHES THEORIQUES	11
2.1	Les jeunes et les médias	12
2.1.1	Repères historiques des médias	12
2.1.2	Les médias en général	14
2.1.3	Le quotidien médiatique des jeunes	16
2.2	Le phénomène « YouTube »	19
2.2.1	YouTube – une histoire de réussite	20
2.2.2	Être Youtubeur/Youtubeuse : les caractéristiques de ce nouveau métier	23
	Les thèmes	24
	Les Youtubeurs et Youtubeuses – un aperçu	24
	Quelles fonctions remplissent ces vidéos ?	26
2.3	Le langage des jeunes et les registres de langues	28
2.3.1	L'adolescence	29
2.3.2	La classification des variétés linguistiques	29
2.3.3	Langage des jeunes, argot, verlan – des termes à définir	31
2.3.4	Les fonctions de ces variétés des langues	32
	La fonction cryptique	33
	La présentation de l'identité sociale et la démarcation des autres	33
	La fonction ludique	34
2.3.5	Les registres des langues	35
2.3.6	L'interaction des nouveaux médias et du langage des jeunes	37
2.3.7	Les traits caractéristiques du langage des jeunes	40
3	ANALYSE LINGUISTIQUE	41
3.1	Méthodologie	41

3.2 Paramètres de l'analyse	42
Le lexique	42
Le lexique plus la syntaxe	44
La formation des mots	45
Le verlan	48
Les particularités stylistiques	49
La syntaxe	50
La phonétique et la phonologie	51
3.3 Présentation des Youtubeurs et Youtubeuses	51
3.3.1 Cyprien	51
3.3.2 Norman fait des vidéos	53
3.3.3 Natoo	54
3.3.4 Emma Verde	55
3.4 Analyse linguistique	57
3.4.1 Le lexique	58
3.4.2 Le lexique plus la syntaxe	71
3.4.3 Les néologismes	72
3.4.4 Le verlan	75
3.4.5 Les particularités stylistiques	76
3.4.6 La syntaxe	82
3.4.7 La phonétique et la phonologie	83
4 EMPLOI DIDACTIQUE	85
4.1 Le document audiovisuel et authentique dans l'enseignement du FLE	86
4.2 Le « langage des jeunes » dans le cours de FLE	88
4.3 L'aspect motivationnel	90
4.4 Exemples pour l'emploi didactique	91
4.4.1 Le cadre	92
4.4.2 « La préparation à l'entretien d'embauche » - Cyprien	92
L'objectif de la séquence	92

Mise en route	93
Activités pendant le visionnage	93
Activités après le visionnage	94
4.4.3 « Accro à ton smartphone ? » - Norman fait des vidéos	95
L'objectif de la séquence	95
Mise en route	95
Activités pendant le visionnage	96
Activités après le visionnage	97
4.4.4 La thématization du langage des jeunes	97
5 CONCLUSION	99
6 BIBLIOGRAPHIE	101
7 APPENDICE	108
8 ABSTRACT	119

1 Introduction

Dans notre société moderne, les médias numériques ont gagné une grande importance ces dernières années. Surtout avec la naissance du médium Internet, la digitalisation et la médiatisation de notre quotidien a eu lieu. La relation entre humains et médias numériques s'est intensifiée avec la possibilité d'être en ligne à chaque moment. Les jeunes entre nous sont ceux, qui sont encore plus ouverts face aux phénomènes médiatiques, comme par exemple le site web YouTube.

Etant un portail vidéo sur lequel chaque internaute peut être actif gratuitement, YouTube donne la possibilité à de nombreux jeunes de gagner en notoriété dans le monde entier. Ces vidéastes sont appelés alors Youtubeurs ou Youtubeuses et ont tous quelques particularités en commun : ils ont débuté très simple, en se filmant avec un smartphone dans leur chambre, par exemple. En général, ils parlent devant une caméra de façon authentique, c'est-à-dire qu'ils se montrent au monde comme ils sont dans leur quotidien.

L'idée de ce travail est d'explorer, si et comment les vidéos des Youtubeurs et Youtubeuses francophones peuvent trouver une place dans l'enseignement du français comme langue étrangère. En ce qui concerne la motivation des jeunes apprenants, ces vidéos pourraient porter une grande valeur positive. En outre, la revendication d'intégrer dans l'enseignement des langues étrangères des matériaux pédagogiques actuelles et authentiques serait prise en considération. Il faut pourtant remarquer que les Youtubeurs et Youtubeuses n'emploient pas de français standard mais le substandard, qui est marqué par des énoncés propres au langage des jeunes. Ainsi, les questions suivantes guideront la rédaction de ce travail :

- Quel est la relation entre les jeunes et les médias numériques dans notre société ?
- Qui sont les Youtubeurs et les Youtubeuses et quelle fonction ont leurs vidéos ?
- Qu'entend-on sous le terme de « langage des jeunes » ?
- Quelles particularités du langage des jeunes trouve-t-on dans les vidéos YouTube ?
- Quels sont les points exprimés par le programme scolaire autrichien et par le cadre européen commun de référence pour les langues à ce sujet ?
- Comment peut-on didactiser et intégrer les vidéos des Youtubeurs et Youtubeuses dans le cours de FLE ?

Ce travail sera divisé en trois grandes parties : une partie théorique, une partie analytique et une partie didactique. Les approches théoriques visent à donner d'abord un aperçu sur le développement des médias numériques dans notre quotidien, surtout dans celui de la jeune génération. En outre, nous connaissons mieux le rôle que joue l'Internet et tout ce qui est né avec ce médium, comme par exemple les applications sur les smartphones, dans la vie des adolescents. Ensuite, nous nous pencherons sur l'étude des variétés linguistiques existantes dans la langue française. Des termes tant que « argot », « verlan » ou « langage des jeunes » seront définis ainsi que les fonctions de ces variétés des langues seront cherchées, avant d'examiner l'interaction entre les nouveaux médias et le langage des jeunes.

La deuxième partie comportera le travail analytique, pour lequel des paramètres de l'analyse seront déterminés à l'avance. L'analyse se concentrera sur, en tout, onze vidéos des vedettes de YouTube, connus dans le monde francophone, afin de dévoiler les traits caractéristiques dans le langage des jeunes vidéastes. Dans ce contexte, nous présenterons de façon plus détaillée les Youtubeurs Cyprien et Norman et les Youtubeuses Natoo et Emma Verde.

En fin de compte, la partie didactique s'oriente principalement à deux documents ayant une grande importance dans l'enseignement des langues étrangères dans le cadre scolaire : le programme scolaire autrichien et le cadre européen commun de référence pour les langues, abrégé en CECRL. Nous traiterons aussi la place d'un document à la fois audiovisuel et authentique dans la classe de langues. De plus, il y aura une investigation sur la valeur qui est attribué à la thématisation du langage des jeunes, ou plus généralement des variétés linguistiques, dans le cours de FLE. Il suivra deux exemples pour l'emploi didactique des vidéos YouTube, qui ne seront prévus qu'à un niveau de langue déjà plus élevé, à savoir à partir de B1.

Le but de ce travail sera de démontrer que le substandard de la langue française devrait également trouver une place dans l'enseignement car il est souvent plus proche au quotidien des jeunes apprenants que la langue standard. Nous chercherons des réponses aux questions susmentionnées et rédigeront une didactisation exemplaire des vidéos authentiques, qui laissera de la liberté en ce qui concerne l'organisation précise du cours de FLE.

2 Approches théoriques

Être Youtubeur ou – dans la forme féminine – Youtubeuse, signifie aujourd’hui presque la même chose si on disait « être journaliste » ou « être coiffeur/coiffeuse », à savoir la notion d’un vrai métier. De nos jours, les médias sociaux créent non pas seulement de plus en plus de consommateurs mais aussi des métiers dont on ne peut pas clairement décrire la formation ni le travail en soi. Les Youtubeurs et les Youtubeuses envahissent le Web : du jeune garçon à 13 ans, qui joue aux jeux vidéo tout en commentant son activité, aux filles plus âgées qui donnent des conseils de beauté ou d’alimentation – ils ont tous un fait en commun : ces jeunes vidéastes doivent leur notoriété à la plateforme YouTube.

Ceux qui sont très ouverts et réceptifs aux nouveaux phénomènes sortant d’Internet, sont les jeunes de notre société. Ils grandissent déjà dans ce monde technique, ce monde des médias, d’information et de communication. Les consommateurs des produits numériques deviennent de plus en plus jeunes. Un enfant de dix ans, assis dans le tramway en train de jouer un jeu en ligne, d’envoyer des photos sur WhatsApp ou de regarder une vidéo YouTube n’est plus quelque chose d’étrange. Cette image nous est très familière. Vu la présence forte des nouveaux médias dans la vie des jeunes, on peut se poser la question si une adaptation de l’enseignement à cette progression technique persistante peut avoir un effet positif à la motivation d’apprentissage des enfants et des adolescents.

Le but de la partie qui suit sera alors d’examiner le quotidien médiatique des jeunes : de voir, comment et à quel point les nouvelles technologies et les nouveaux médias se sont développés et quel rôle ils jouent aujourd’hui dans notre société. De plus, il y aura une présentation détaillée du site web YouTube, sa genèse et sa fonction ainsi qu’une description des Youtubeurs et des Youtubeuses, suivie par une tentative d’expliquer leurs succès. Dans une troisième partie théorique nous nous concentrerons sur l’étude du langage typique pour les jeunes aujourd’hui. Ces approches théoriques visent à servir de base pour l’analyse linguistique et le travail didactique, étant sujet des prochains grands chapitres de ce travail.

2.1 Les jeunes et les médias

Les dernières décennies de notre époque étaient marquées par une évolution technique qui s'est passée à une très grande vitesse. Les nouveaux médias et les nouveaux moyens de communication évoluent en permanence, ce qui est, pour les anciennes générations, souvent difficile à suivre. Le contraire se manifeste parmi les jeunes : ils semblent ne jamais être surchargés par les médias numériques. Ils sont capables du multitâche et font face à énormément d'informations en très peu de temps. Regarder une vidéo de cuisine sur Facebook par son ordinateur portable, ayant en même temps son Smartphone dans les mains pour s'informer sur Instagram ce que le blogueur préféré à fait le week-end dernier, recevoir un message d'un ami sur WhatsApp et lui répondre par un message vocal – tout cela peut se produire en quelques minutes. Les médias numériques sont omniprésents dans notre société et ils ont une place encore plus grande dans la vie des jeunes. Pia Zimmermann (2016) parle ainsi d'une « génération smartphone » et explique dans son livre comment la numérisation a changé la vie des enfants et des adolescents.

Pour mieux illustrer la vitesse de l'évolution médiatique, il y aura dans le suivant, une présentation de différentes étapes qui ont contribué, à l'époque, à des modifications essentielles en ce qui concerne la qualité de vie.

2.1.1 Repères historiques des médias

Commençons dès le début : Gutenberg inventait l'imprimerie 600 ans avant notre ère. Pourtant, cette évolution ne progressait pas aussi vite que les inventions du 21^{ème} siècle : après l'inauguration de l'imprimerie à Strasbourg en 1458, on devait attendre 6 ans avant qu'une deuxième ville, à savoir Basel, ait eu le courage de tenter cette technique. Environ 30 ans plus tard existaient à peu près 200 imprimeries. Toutefois, les livres étaient réservés à la noblesse, au clergé ou aux intellectuels car la plupart de la population ne savait pas lire. Cela changeait avec la réformation au 16^{ème} siècle. A partir de la traduction de la Bible en allemand par Luther, l'alphabétisation progressait plus vite. L'invention de l'imprimerie jouait alors un rôle important au niveau politique et sociétal.

Le premier journal quotidien sortait en 1605 et à partir de ce moment-là, les médias imprimés, comme les journaux, les magazines ou les livres, occupaient une grande place dans notre société. Ils étaient pendant longtemps la seule source d'information – avant que la radio soit inventée.

Avec la radiodiffusion, qui est née il y a bientôt 100 ans, la diffusion des informations a pris beaucoup moins de temps. Au début, pendant la deuxième guerre mondiale, on se servait de la radio plutôt pour des raisons de propagande. A cette époque, ce nouveau médium était strictement réglementé et utilisé principalement dans la politique.

Ce n'était que dans la période de l'après-guerre que le téléphone et la télévision ont trouvé leur place comme des médias de communication et de divertissement dans la société.

Enfin, dans les années 1970, un nouveau médium appelé « Internet » voit la lumière du monde. Tout a commencé avec la mise en réseau de plusieurs ordinateurs. Le médium Internet en tant qu'outil de communication et de divertissement, comme il est connu aujourd'hui, n'existait pas encore. Il intervient à l'origine en faveur des militaires et puis dans le monde académique dans les années 1980 (P. Zimmermann, 2016, p. 17-22). La pensée initiale provenait du ministère de la Défense des Etats-Unis pendant la guerre froide. De peur que la communication entre les instituts militaires ne puisse plus être garantie si le centre de commandement était détruit par une attaque, on élaborait un réseau pour la transmission de données en forme de rhizome, c'est-à-dire sans ordre hiérarchique, pour remplacer la structure centraliste. Ce réseau s'appelait « ARPANET ». Celui-ci et d'autres prédécesseurs d'Internet n'étaient employés que dans le domaine militaire et scientifique car l'utilisation était très difficile pour un profane. Le terme Internet est l'abréviation de « interconnected net » - il s'agit donc d'un réseau technique entre plusieurs ordinateurs (Marx & Weidacher, 2014, p. 65).

Presque deux décennies après son invention, en 1990, on a commencé à utiliser l'Internet pour des fins commerciales et quatre ans plus tard, environ trois millions d'ordinateurs étaient connectés à Internet, pourtant, toujours pas les ménages. Néanmoins, le développement de ce réseau ne pouvait plus être stoppé – ce qui n'est pas à déplorer – et la vitesse de la transmission des données augmentait constamment à grands pas. Pour mieux illustrer l'évolution du « World Wide Web », examinons les faits suivants :

- En 2000, on comptait 400 millions d'utilisateurs d'Internet, ce sont 5% de la population mondiale.

- En 2007, environ 17% des gens avaient un accès Internet.
- En 2014, le pourcentage des internautes était déjà à 40%
- et en 2015, à 50% de la population mondiale.

De nos jours, on n'est pas exclusivement en ligne par les ordinateurs mais de nombreuses d'autres inventions techniques sont capables de recevoir la connexion Internet : ordinateurs portables, tablettes, smartphones et même des appareils photos ou des lecteurs MP3 – presque tout appareil technique a une fonction pour aller en ligne.

Ce qui est intéressant, c'est le fait que la « révolution digitale » vient juste de commencer. Dans presque tous les domaines de vie, la numérisation a eu lieu et est en train de se développer. Pendant les derniers 5 ans, l'offre des médias numériques a énormément augmenté et en même temps, on peut constater la tendance que les utilisateurs principaux de ces médias deviennent de plus en plus jeunes (P. Zimmermann, 2016, p. 17-22).

Avant de décrire l'état actuel de l'interaction entre les jeunes et les médias, il y aura une tentative de faire une définition du mot « médium ». Déjà, nous ne sommes pas habitués à le voir à la forme singulière, tandis que la forme au pluriel « les médias » apparaît fréquemment dans les dialogues publics ou privés. On utilise ce mot souvent de manière irréfléchie.

Dans le suivant, nous allons voir d'où le mot « médium » provient et si l'Internet, auquel on pense tout de suite quand on parle des « médias », est réellement un médium.

2.1.2 Les médias en général

Les médias, dans le sens commun, ont deux fonctions principales : la diffusion des informations et la communication. En ce qui concerne la transmission des informations, il faut dire que les médias font une sélection des actualités pour ensuite, leur donner une forme, ce qui peut avoir une influence sur notre vision du monde. Les médias nous offrent aussi des possibilités de communiquer avec nos semblables, même à distance. Les médias peuvent changer ainsi notre perception du monde et la cohabitation sociale. Actuellement, l'Internet est le médium qui joue le rôle le plus influent sur notre société (Marx & Weidacher, 2014, p. 47).

Pourtant, Marx & Weidacher (ibid., p. 48-50) utilisent le terme « médium » avec prudence et cherchent son véritable sens avant de parler d'Internet en tant que médium. Pour cela, ils

s'appuient aux avis du théoricien des médias Herbert Marshall McLuhan qui parle de tous les médias comme « sämtliche Erweiterungen des menschlichen Körpers bzw. der ihm gegebenen Fähigkeiten, seien sie nun geistig oder körperlicher Natur » (ibid.). Selon McLuhan, tout ce qui sert à l'extension des capacités humaines, que ce soit les capacités mentales ou physiques, peut être désigné comme médium. Ainsi, le vélo, la voiture ou le train sont des médias puisqu'ils sont une extension de nos jambes (pour aller plus loin et plus vite que les capacités humaines le permettent) et aussi tout outil, comme par exemple un marteau, est un médium car nos mains ne sont parfois pas assez fortes pour nos projets.

Cette conception nous semble certes étrange, mais McLuhans se concentrait dans son travail aussi aux médias de communication et de transmission des informations, donc aux médias qui permettent l'extension des capacités communicatives et cognitives. Etant donné que l'Internet nous est utile pour la communication ainsi que pour le traitement et la diffusion d'informations, on peut bien le considérer comme médium.

Avant d'examiner le rôle que jouent les médias dans le quotidien des jeunes dans le prochain chapitre, regardons l'aperçu sur les différents domaines médiatique (Tulodziecki & Herzig, 2002, p. 19-21) :

- La presse (journaux et magazines)
- Le livre (littérature, livre scientifique, ...)
- La radiodiffusion (radio, télévision, Télétex)
- Le film (au cinéma, VHS- ou DVD-Vidéo, ...)
- Le support sonore (cassettes, disques, ...)
- Les logiciels informatiques (CD-ROM, DVD-ROM)
- La télécommunication (téléphone, télécopie, Internet)

Nous avons vu que l'Internet est, en raison de son caractère communicatif et informatif, un médium. Il présente cependant beaucoup plus de fonctions et de caractéristiques que d'autres médias, comme par exemple l'aspect de divertissement, mais nous ne les traiterons pas en détail dans ce travail.

2.1.3 Le quotidien médiatique des jeunes

Pour les jeunes dans notre société, les médias qui ont évolués ces dernières décennies ne sont pas quelque chose de nouveau puisqu'ils ont grandi avec eux. Ainsi, on peut constater que les jeunes ont une affinité plus forte avec les médias numériques que leurs semblables plus âgés. De nos jours, on ne se connecte à Internet plus seulement avec l'ordinateur à la maison mais avec presque tous les appareils portables. Le meilleur exemple est celui du smartphone, le téléphone qui ressemble à une miniature d'un ordinateur. On est, par conséquence, à chaque moment joignable – que ce soit par E-mail, Facebook, WhatsApp ou Snapchat, pour en donner juste quelques exemples. Et cela est le cas partout dans le monde car avec la connexion Internet rien ni personne n'est trop loin. Cette disponibilité constante peut être vécue comme pratique mais peut avoir des effets désagréables aussi. Le smartphone vibre ou émet un bip par exemple à chaque actualité qui se passe sur Facebook, à chaque image ou message reçu sur WhatsApp ou même pour des recommandations de vidéo sur YouTube. Pour cela, on a plus souvent envie de prendre son téléphone et de regarder ce qui se passe dans la vie « privée » de ses « amis »¹. Dans le cas du smartphone, le médium n'est plus le téléphone portable en soi mais l'application installée dessus. Sur un smartphone, on peut donc trouver plusieurs médias (Santillán, 2009, p. 37).

86% des Allemands et Allemandes de 12 ans possèdent déjà un smartphone. Ils ne l'utilisent pas particulièrement pour téléphoner : les activités les plus régulières sur un smartphone sont l'envoi des messages par des applications de communication ainsi qu'écouter de la musique et surfer sur Internet. Très présente dans le quotidien des jeunes est aussi l'utilisation d'Internet pour des raisons de divertissement, par exemple, les réseaux sociaux ou la plateforme YouTube, pour regarder des vidéos (P. Zimmermann, 2016, p. 22).

Marx et Weidacher (2014, p. 167) résument une enquête menée en 2012 comme suit :

« Fast 90 % der Jugendlichen im Alter von 12-19 Jahren messen dem Internet eine hohe Bedeutung in ihrem Alltag bei. Sie sind täglich über ihren eigenen PC oder Laptop online und verbringen 50 % ihrer Online-Zeit mit Kommunikation. Bei 16-19-

¹ Ces termes sont mis entre guillemets car leur valeur sémantique a changé dans le contexte des nouveaux médias. Un ami sur Facebook ne porte souvent pas la même signification qu'un ami dans la vie réelle. Le même est le cas pour la « vie privée » car la présentation constante de son quotidien sur les réseaux sociaux rend de la vie privée une vie publique.

Jährigen spielt sich Kommunikation zu 90 % auf Sozialen-Netzwerk-Seiten ab. Dabei wird Facebook von fast 90 % der Jugendlichen benutzt. Im Schnitt haben sie hier 270 Freunde. »

Comme nous voyons dans cette citation, la communication en ligne joue un grand rôle dans la vie quotidienne des adolescents. Mais l'amusement et le divertissement sont aussi des raisons pour lesquelles les jeunes passent de plus en plus de temps connectés à Internet. Fix (2001, p. 83) aborde la perception des jeunes de l'Internet non pas en tant que médium d'information mais plutôt en tant que médium de loisir qui permet à s'amuser et à communiquer, souvent de façon ludique.

Selon Proulx, Millette et Heaton (2012, p. 4) les médias sociaux sont des « supports médiatiques logiciels permettant aux usagers de maintenir une présence, de communiquer et d'interagir en ligne ». Les auteurs font une classification de toutes les plateformes, qui sont actuellement très populaires :

- les blogues
- les wikis (comme Wikipédia, étant le plus connu parmi les wikis)
- les sites de réseaux socio-numériques (par exemple Facebook)
- les microblogues (tels que Twitter)
- le bookmarking collectif
- et les sites qui ont pour but le partage des contenus médiatiques en trois formes : les photos (le plus connu apparaît d'être Instagram), la musique et les vidéos (comme YouTube ou Vimeo) (ibid.).

En ce qui concerne le temps moyen par semaine que les enfants et les adolescents passent sur Internet, une étude Ipsos (Coëffé, 2015, consulté le 18 avril 2017) montre bien une augmentation du temps en ligne chez tous les jeunes de moins de 19 ans entre les années 2012 et 2015. Même les enfants de 1 à 6 ans utilisent déjà l'Internet pendant 3 heures et 40 minutes par semaine. Chez les 13 à 19 ans, qui sont souvent très bien équipés des smartphones, des ordinateurs ou des tablettes, le temps moyen par semaine sur Internet monte à 13 heures et 30 minutes.

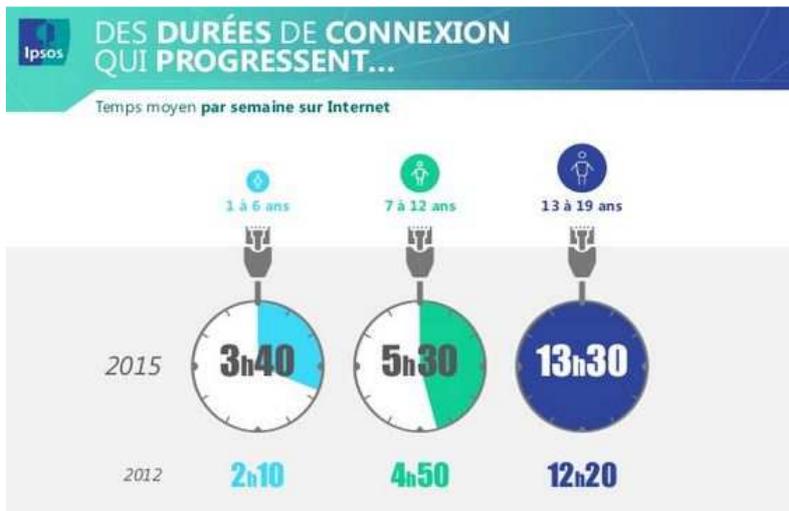


Image 1: Etude Ipsos en 2015

Pour ceux qui n'ont pas grandi avec le World Wide Web et qui ne se sont pas adaptés aux nouveaux médias numériques, il est souvent difficile à s'imaginer ce qui est si intéressant sur l'écran d'un smartphone ou d'une tablette. Qu'exactement les jeunes font-ils alors quand ils surfent sur Internet ?

Beaucoup de statistiques consacrées à ce thème dévoilent que le site Web « Google » est le plus fréquenté, sur ordinateur aussi bien que sur appareil mobile. Dans le monde entier, il grimpe à la première place des classifications des sites Internet les plus utilisés. Ce moteur de recherche, né en 1998, est actuellement disponible en 124 langues. Il n'empêche que la fonction de Google n'est pas à réduire à la recherche des informations ou des images : il offre, en outre, d'autres avantages, comme par exemple un service pour les courriers électroniques (Gmail), depuis 2005 Google Maps et depuis 2007 Google Translate, un site permettant à traduire des textes entiers en de nombreuses langues étrangères. De plus, le service Google Books a pour but de digitaliser de millions de livres (P. Zimmermann, 2016, p. 22-23).

Au deuxième rang des sites Web les plus consultés, on trouve généralement le géant des réseaux sociaux, Facebook. Le fondateur, Mark Zuckerberg, qui avait pour but initial de créer un site Internet pour les camarades d'études à l'Université de Harvard, a publié ce réseau social pour la première fois en 2004. Trois ans plus tard, il y avait déjà 12 millions de personnes privées enregistrées sur Facebook ainsi que 100.000 entreprises, qui utilisent ce site pour faire de la publicité, pratique et pas cher. Le succès de Facebook est remarquable, vu que le nombre des utilisateurs est parti à la hausse en quelques années : en 2015, on comptait 1,6 milliard de

comptes sur Facebook. Digne d'être mentionné aussi est le fait que le nombre de ceux qui utilisent l'application de Facebook sur le smartphone a également augmenté de manière inexorable. En Allemagne, environ 13 millions de personnes sont quotidiennement sur Facebook avec leurs smartphones et d'autres 5 millions le font de temps en temps (Coëffé, 2013, consulté le 24 avril 2017; P. Zimmermann, 2016, p. 24).

Selon le « blog du modérateur », la plateforme YouTube est placée avec 6,8 millions d'utilisateurs par jour à la troisième position parmi les sites Web les plus consultés (Coëffé, 2013, consulté le 24 avril 2017). En revanche, quant aux applications mobiles, YouTube mène devant les autres sites Internet qui offrent une application pour les smartphones ou tablettes. Regarder (et en conséquence, « aimer » ou commenter) des vidéos YouTube se passe alors plus souvent ailleurs qu'à la maison (Ropars, 2013, consulté le 24 avril 2017).

Les divers sites Web et leurs fonctions, parfois différentes parfois similaires, qui ont été mentionnés par Proulx, Millette et Heaton auparavant ont connu une progression fulgurante à partir de l'année 2009. Caroline Caron (2014, p. 71) renvoie à une étude du CEFRIQ qui dévoile que 82 % des gens ayant de l'accès Internet fréquentaient sur des médias sociaux en 2013. L'enquête s'est aussi penchée plus clairement sur le Québec : dans cette région, le pourcentage était à 63 %. Il ne serait pas étonnant si les chiffres ont bien augmenté depuis ce sondage, non pas seulement dans le monde francophone mais à travers toute la planète.

Après avoir exposé le lien entre « les médias et les jeunes », en se concentrant sur le médium Internet et ses sous-catégories, utilisées sur le PC à la maison ou sur un appareil mobile, verrons dans le prochain chapitre plus sur la plateforme YouTube. Nous nous poserons alors ces questions : Quand et comment ce site Web est né ? Comment peut-on expliquer son succès ? Qui sont les Youtubeurs et les Youtubeuses et que font-ils ? Des réponses à ces dernières et à d'autres questions seront cherchées dans le suivant pour ensuite s'interroger dans quelle mesure les vidéos YouTube peuvent être utiles dans l'enseignement du FLE.

2.2 Le phénomène « YouTube »

YouTube a été créé début 2005 par trois anciens collaborateurs de PayPal, Steve Chen, Chad Hurley et Jawed Karim. Comme de nombreux autres grands sites Web, le géant Google l'a acheté en 2006. Il s'y agit d'un portail vidéo (indubitablement le plus connu) où toute personne

ayant de l'accès Internet peut télécharger, regarder, partager et, bien sûr, commenter et évaluer ces propres vidéos ou celles des autres usagers. La plupart des vidéos est faite par des personnes privées mais il y a, par exemple, des chaînes de télévisions aussi, qui se servent de YouTube pour télécharger leurs émissions afin de les partager avec le public.

Aujourd'hui, les services de YouTube sont disponibles en 76 langues. Ce qui est intéressant aussi, c'est le fait que plus de la moitié des vidéos est consultée par un mobile (Wooster, 2014; P. Zimmermann, 2016, p. 24-25). Le temps que les gens passent quotidiennement sur YouTube ne semble pas cesser d'augmenter, mais quel est le concept derrière cet essor ?

2.2.1 YouTube – une histoire de réussite

Les fondateurs de YouTube, l'Américain Chad Hurley, le Taiwanais Steve Chen et l'Allemand Jawed Karim, se sont connus lorsqu'ils commençaient à travailler pour la même entreprise en 2000. Pendant les fins des années quatre-vingt-dix, de plus en plus de ménages se procuraient un ordinateur privé et de l'accès Internet. Le Web offrait fréquemment de nouvelles fonctions, qui facilitaient la vie : l'usage d'Internet en tant que médium pratique et ludique est entré dans la vie quotidienne des gens. L'achat en ligne ou les services bancaires en ligne sont juste quelques exemples pour le changement remarquable. Pour que l'achat sur Internet devienne moins risqué et plus solide, le logiciel PayPal a été créé en 1998. Deux ans plus tard, Hurley, Chen et Karim sont devenus membres de l'équipe de cette nouvelle entreprise (Rowell, 2011, p. 40-42).

En 2005, les trois jeunes hommes, tous intéressés à des innovations technologiques et doués dans le secteur d'informatique, avaient, par hasard, une nouvelle idée. Lors d'une soirée entre amis, des photos et des vidéos ont été prises. Après ce dîner, l'envoi des photos par e-mail à tous les participants n'était pas difficile à effectuer. Les vidéos, pourtant, s'avéraient trop grandes pour qu'elles soient envoyées par e-mail ou téléchargées sur les sites Internet existants à ce moment (Rowell, 2011, p. 47).

Le trio a vite compris qu'il y avait un créneau commercial. Sur Internet, on trouvait déjà de nombreux sites permettant à partager des photos (Flickr ou Shutterfly, par exemple) ou d'autres documents, mais rien de pareil n'existait pour le partage des clips vidéo (Wooster, 2014, p. 12-13). En raison de cette manque, Hurley, Chen et Karim ont engendré un nouveau site Web ayant

pour but d'offrir au monde une plateforme en ligne pour toutes les sortes de vidéos (Rowell, 2011, p. 48-49). Wooster (2014, p. 13) résume les principes des fondateurs ainsi :

« Their main goal was to make YouTube easy to use. Website users would be able to post and watch videos without having to buy or use extra software. The founders also wanted the videos to be organized. Then people new to the Internet or without a lot of Internet experience could use YouTube. » (ibid.).

La toute première vidéo sur YouTube provenait de Karim lui-même et a été postée le 23 avril 2005. C'est une vidéo de 18 secondes seulement où on voit Jawed Karim dans le zoo devant les éléphants. Il a fait cette courte vidéo pour tester comment le site Web marchait (ibid., p. 14).

Les trois amis sont partis de quasiment zéro : l'office a été installé dans le garage de Hurley et les coûts au début étaient payés de leurs poches. Bien que leur but initial ne soit pas de gagner beaucoup d'argent, Hurley, Chen et Karim ont lancé avec YouTube l'un des sites Web des plus populaires aujourd'hui. Leur devise était simple et claire : « Broadcast Yourself ». Avec ce slogan, les utilisateurs étaient motivés à partager leurs propres vidéos sans pour autant oublier l'aspect créatif. Même si la première vidéo partagée sur YouTube n'était pas un travail laborieux, ce teste prouvait la capacité du nouveau site de pouvoir partager des clips avec la communauté planétaire qui est unie grâce à Internet. En outre, le contenu banal de cette vidéo (Karim devant des éléphants dans un zoo) a provoqué une nouvelle culture de divertissement qui focalise les situations du quotidien, que ce soit des personnes célèbres ou des gens inconnus (Rowell, 2011, p. 49-52).

Vu que les Youtubeurs et les Youtubeuses d'aujourd'hui partent aussi dans leurs vidéos souvent des situations du quotidien, la première vidéo sur YouTube peut être perçue comme ayant une grande valeur rétrospective. Imaginons que la première vidéo ait été une vidéo de musique, parlerait-on des Youtubeurs et Youtubeuses tels qu'on les connaît actuellement ?

Les createurs de YouTube ne cessaient pas d'améliorer leur projet. De nouvelles fonctions y étaient ajoutées, par exemple, la recommandation automatique après avoir regardé une vidéo d'une vidéo similaire, ou la facilité de faire une référence à une vidéo dans un e-mail avec un seul clic ou encore, de pouvoir poster et regarder les vidéos sur d'autres médias sociaux. Grâce à ces opérations, YouTube s'est facilité encore concernant l'usage et a très vite gagné en popularité dans le World Wide Web. Le fait que pendant la même période beaucoup d'autres

réseaux sociaux étaient en plein essor (tels que Facebook, MySpace et divers sites de blogues), a aidé YouTube à gagner encore en notoriété. Sur les profils de n'importe quel réseau social, les utilisateurs pouvaient désormais mettre des liens vers une ou plusieurs vidéos YouTube (Rowell, 2011, p. 54-57).

Le succès de YouTube est certainement dû à la facilité d'utiliser ce site. Chercher des vidéos est devenu aussi simple que de chercher des informations ou des images sur Google. Pour ceux qui postent des vidéos, l'action ne devient pas compliquée non plus : télécharger une vidéo est comparable à l'envoi d'un document par e-mail. Un autre aspect positif est la gratuité car ni les consommateurs ni les producteurs des vidéos sont confrontés à des coûts lorsqu'ils consultent ce site Web (ibid., p. 58-59).

Dans l'année 2006, YouTube a déjà connu un tel succès que le moteur de recherche Google portait son attention sur ce portail vidéo. L'offre que Google proposait aux gérants de l'entreprise ne pouvait pas être rejetée. YouTube a été donc acheté par Google pour 1,65 milliard dollars. En vendant de la publicité sur YouTube, ce site Web est devenu particulièrement lucratif pour Google (Rowell, 2011, p. 71-75). Rowell explique ce système comme suit :

« Each time a page appears to a viewer, an ad loads with it. This single appearance of an ad is an impression. A single advertisement can be placed on YouTube's home page and charged per 1,000 impressions [...] (it is known as CPM : cost per thousand). For example, 1,000 ad impressions (1 CPM) could cost ten dollars. If the site has 30 million visitors to its home page a day, an ad would be shown 30 million times. Since advertising is sold per thousand impressions, dividing the 30 million impressions by 1,000 (1 CPM) would equal 30,000 CPMs. At a cost of ten dollars per CPM, this ad on YouTube would generate \$300,000 in revenue in one day, a considerable sum. »
(Rowell, 2011, p. 74-75).

Considérant ce calcul et les statistiques exposées dans le chapitre 2.1.3. sur le quotidien médiatique des jeunes et sur le temps passé quotidiennement sur Internet, on peut en conclure qu'avec l'invention de YouTube, l'une des entreprises les plus fertiles a vu le jour. De nos jours, on ne peut plus se passer de cette plateforme. Que ce soit pour mettre de la musique pendant une soirée, pour apprendre à nager le crawl, pour suivre de nouvelles tendances en maquillages, pour savoir comment réparer des appareils techniques ou quels exercices dans la gym promettent le plus d'effet ou juste pour s'amuser pendant son temps libre en regardant des personnes drôles et

comiques – on a de plus en plus souvent recours à des vidéos YouTube. Les vidéos de musique, de l'apprentissage (de toutes les compétences allant de simples explications en mathématiques à des cours de prononciation dans des langues étrangères), de sport ou même des séries autrefois vues à la télévision, accompagnent notre vie, et encore plus la vie des enfants et des adolescents.

Qui pourtant sont les gens, qui postent régulièrement des vidéos sur leur chaîne YouTube ? Pour quelle raison le font-ils ? Et quelle est la fonction des vidéos de ces soi-disant Youtubers et Youtubers au sein de notre société moderne ?

2.2.2 Être Youtuber/Youtubers : les caractéristiques de ce nouveau métier

Le terme « Youtuber » et sa forme féminine « Youtubers » n'existent dans notre société depuis pas très longtemps. Le professeur agrégé de marketing Bertrand Bethelot, qui a mis le marketing digital au centre de ses recherches, donne une définition de ce mot moderne sur le site definitions-marketing.com :

« Le terme de youtubeur ou youtubeuse désigne généralement un individu dont l'activité professionnelle ou quasi-professionnelle est de produire des vidéos diffusées sur YouTube dans lesquelles il figure. » (Bethelot, 2017, consulté le 25 avril 2017).

De nos jours, on entend souvent parler des « stars » de YouTube et c'est en effet le cas. Les réalisateurs de ces vidéos sont en général très jeunes (la plupart a moins de 25 ans) mais font néanmoins des millions d'euros avec leurs clips vidéo. Ils bénéficient tous d'un grand nombre de fans qui leur apportent avec les « clics » et les « likes » suffisamment d'argent pour ne pas chercher un autre travail, à condition qu'ils ne soient jamais en manque de créativité pour produire de nouvelles vidéos (P. Zimmermann, 2016, p. 64-65).

Comme nous avons déjà vu, le portail vidéo YouTube, ainsi que d'autres sites Web, offrent leurs services gratuitement au public. Comment est-ce possible ? Les revenus sur Internet proviennent souvent de la publicité et des données des utilisateurs, qui seront revendues. Pia Zimmermann (2016, p. 30-31) appelle cette idée commerciale « Klicks gegen Bares » quand elle l'explique : « Je mehr ‚Klicks‘, desto lukrativer ist das Video für die Werbebranche und für den Ersteller. Je mehr ‚Likes‘ ein Video hat, umso interessanter ist es nicht nur für Werbezwecke, sondern auch für Datenverknüpfungen, [...] » (ibid.).

Grâce à ce concept, de jeunes personnes, ou même des enfants, peuvent devenir célèbres et riches en quelques jours. Ils n'ont qu'à se filmer avec une caméra de leur smartphone et mettre cette vidéo sur YouTube. Plus les internautes regardent, aiment, commentent ou partagent cette vidéo, plus l'acteur ou l'actrice gagne de l'argent grâce aux publicités. Pourtant, la désignation « acteur/actrice » n'est pas appropriée dans tous les cas, car souvent, les interprètes dans ces vidéos ne font pas de théâtre mais montrent au monde entier leur vie privée. Ils parlent de manière spontanée, dans leur appartement, dans leur chambre ou salle de bains – et gagnent de l'argent par ce biais (ibid.). Il ne faut alors pas s'étonner quand on entend un enfant dire, concernant son projet professionnel dans l'avenir : « Quand je serai grand, je deviendrai Youtubeur ! ».

Les thèmes

Les domaines de ces vidéos YouTube varient. Il y a ces vidéastes amateurs qui se focalisent sur des jeux vidéo, d'autres donnent des conseils de style, de beauté ou de fitness dans leurs clips et encore d'autres sont des spécialistes en alimentation et en cuisine et veulent partager leurs connaissances avec les Internautes. Mais une grande partie des vidéastes amateurs choisit dans leurs productions comme thème des scènes banales du quotidien. La façon de présenter leurs idées est habituellement très simple : filmés souvent à partir d'un ordinateur portable muni d'une caméra (dans les cas plus professionnels cela s'effectue à partir d'un smartphone ou d'une caméra installée dans un coin de la pièce), les vidéastes dévoilent leurs locaux privés et parlent de façon naturelle (Bathelot, 2017, consulté le 26 avril 2017; Zimmermann, 2016, p. 64-65).

Les Youtubeurs et Youtubeuses – un aperçu

Pour avoir un bon aperçu sur tous les Youtubeurs et Youtubeuses du monde entier, le site socialblade.com s'avère bien pratique. Sur ce site, il est également possible de consulter des statistiques sur d'autres médias sociaux où les blogueurs sont classés après le nombre des abonnés ou le nombre des clics sur leurs vidéos. Socialblade.com offre des chiffres sur YouTube, sur Twitch, qui est un portail vidéo pour la transmission des jeux vidéo disponible en streaming, ainsi que sur Instagram et Twitter.

Sur socialblade.com les activités des profils des médias sociaux qui viennent d'être évoqués sont rassemblées et présentées de manière claire et détaillée. Les profils sur YouTube, que l'on

appelle « chaînes » aussi, sont classés après trois types de catégories : le socialblade-score, les chaînes ayant les plus d'abonnés et celles ayant les plus de « views ». On peut également filtrer la liste par pays ou/et par catégorie (par exemple « Comedy », « Education », « How To & Style » ou « Pets & Animals », pour en citer juste quelques-uns). A chaque fois est indiqué la place dans le classement actuelle (elle peut changer en peu de temps), le score de socialblade.com, le nom de l'utilisateur, le nombre d'abonnés et le nombre des « views ». En cliquant sur une chaîne YouTube, on peut consulter la statistique détaillée de ce profil ainsi que des informations comme la date de l'inscription, la liste de toutes les vidéos sur cette chaîne avec les chiffres tels que le nombre des commentaires ou le revenu estimatif. Le site socialblade.com est très informatif et donnent une bonne vue d'ensemble sur ce qui se passe dans les médias sociaux. Il donne même la possibilité de comparer quelques profils choisis. C'est pourquoi ce site est très attirant pour des personnes actives sur de telles plateformes, qui y peuvent comparer leur succès avec d'autres.

D'après les statistiques sur socialblade.com le Youtubeur avec le plus de succès mondial est un jeune Suédois qui s'appelle Felix Kjellberg. Sur son profil YouTube, il s'est donné le nom « PewDiePie ». Depuis la date de l'inscription de sa chaîne en 2010, il a posté plus de 3100 vidéos et a gagné près de 55 millions de fans (=abonnés sur son profil). Ses vidéos sur YouTube ont été vues plus de 15 milliard de fois (<https://socialblade.com/youtube/user/pewdiepie>, consulté le 27 avril 2017). La spécialité de PewDiePie sont les jeux vidéo : il est, en effet, assis devant son ordinateur en train de jouer des jeux vidéo. L'écran de l'ordinateur est projeté sur un grand mur devant la caméra et Felix joue le jeu tout en commentant son activité. Il crie dans un microphone et a inventé une sorte de parler ou il masque sa voix. Néanmoins, de temps en temps, il se montre dans ses vidéos de son côté privé, avec sa copine par exemple, car en tant que Youtubeur, il faut parfois donner aux fans un aperçu dans la vie privée, pour pouvoir encore mieux se vendre (P. Zimmermann, 2016, p. 66).

Zimmermann (ibid. p. 67) aborde encore deux autres Youtubeurs dont un sera examiné encore plus précisément au cours de ce travail. Quant aux Youtubeurs très populaires, elle cite entre autres le Français Rémi Gaillard, qui est, avec ses 42 ans, l'un des plus âgés parmi les vidéastes. Depuis sa naissance en 2007, sa chaîne a gagné plus de 6 millions d'abonnés et environ 1,6 milliard views (<https://socialblade.com/youtube/user/nqtv>, consulté le 30 avril 2017). L'atout de Rémi est sa créativité et son courage car dans ses vidéos, on le voit jouer des tours à des passants

dans la rue ainsi qu'à des personnes célèbres. Mais ses « victimes » préférés sont des policiers et des policières. Bien que ses plaisanteries ne soient parfois plus tout à fait légales, le Youtubeur n'arrête pas. Même après 10 ans d'activité sur la plateforme, ses fans lui sont toujours fidèles (P. Zimmermann, 2016, p. 67).

Le deuxième Youtubeur français dont parle Zimmermann (ibid.) s'appelle Norman Thavaud dans la vraie vie mais sa chaîne sur YouTube porte le nom « Norman fait des vidéos ». Il est l'un des vidéastes les plus connus et les plus appréciés en France. Le nom de son profil indique déjà que dans ses vidéos, c'est Norman lui-même que l'internaute verra le plus de temps.

Etant donné que les sujets de ses vidéos proviennent normalement de la vie quotidienne des jeunes, puisqu'il est jeune aussi (aujourd'hui 29 ans mais il a commencé à faire des vidéos à l'âge de 23 ans) (<https://socialblade.com/youtube/user/normanfaitdesvideos>, consulté le 1^{er} mai 2017), il emploie un langage familier. C'est la raison pour laquelle ce Youtubeur devient plus intéressant dans le cadre de ce travail : l'analyse qui suivra a pour but d'examiner, si le langage des Youtubeurs et des Youtubeuses est celui que l'on appelle « langage des jeunes ». Nous nous pencherons encore plus précisément sur les vidéos de Norman, ainsi que sur des vidéos d'autres Youtubeurs et Youtubeuses francophones au cours du travail analytique. Dans cette partie théorique, il nous reste à dévoiler les fonctions des vidéos réalisées et publiées par ces jeunes vidéastes.

Quelles fonctions remplissent ces vidéos ?

Cette question ne semble, de prime abord et en considérant ce qui a été déjà évoqué dans ce travail jusqu'ici, pas très compliquée à répondre : les vidéos sur YouTube sont faites pour le divertissement des internautes.

Zimmermann (P. Zimmermann, 2016, p. 64) réduit le public des Youtubeurs et Youtubeuses à des enfants et des adolescents, qui n'ont, selon elle, pas seulement une affinité forte avec les médias sociaux mais qui sont très enclins à être influencés par les vedettes de YouTube. Ainsi, il n'est pas étonnant que les enfants veuillent changer tout à coup leurs habitudes alimentaires juste parce qu'ils ont vu la dernière vidéo d'une Youtubeuse qui y loue le tofu, par exemple.

Vu qu'un grand nombre des vidéastes se focalisent dans leurs réalisations à des jeux vidéo ou des plaisanteries et qu'ils emploient un caractère humoristique pour attirer des fans, le but de

l'amusement est clairement visible. Ce sont ces Youtubeurs-là, qui ont aussi le plus de succès. D'autres types de vidéos remplissent une fonction de guide et d'aide pour presque tous les domaines de la vie moderne. Les vidéos de conseils sur la mode, la beauté, la cuisine, le tricotage etc. proviennent plutôt des Youtubeuses et sont faites pour leur public féminin, mais on trouve des vidéos des Youtubeurs aussi, qui donnent des astuces sur la musculation ou sur l'artisanat, par exemple. Cependant, les hommes (et les garçons) sur YouTube sont plus actifs dans les domaines des jeux vidéo ou de l'humour souvent satirique, comme les exemples susmentionnés. Geert Lovink (2014, p. 175-176) critique pourtant le fait que YouTube propose aux internautes, surtout avec son slogan « Broadcast Yourself ! », de se présenter dans le Web. N'importe qui peut le faire n'importe comment, peu importe, si quelqu'un sur Internet y est intéressé ou non. Selon Lovink, les utilisateurs des médias sociaux, et surtout ceux de YouTube, ont développé un besoin de s'exprimer constamment. Il se moque de la médiocrité de ce phénomène:

« YouTube ist ein Gastlichkeits-Service, der uns die Energie zum Selbsta Ausdruck und das warme Gefühl gibt, dass wir existieren und dass das wenigstens irgendwen kümmert. » (Lovink, 2014, p. 176).

Bien au contraire, Caroline Caron (2014) attribue aux médias sociaux tels que YouTube une fonction positive, à savoir en ce qui concerne une « culture participative en ligne ». Ayant faite une analyse approfondie de la chaîne d'une jeune Youtubeuse canadienne de 16 ans, son hypothèse que les médias en ligne permettraient d'exprimer son opinion (sur la politique, par exemple) devant un grand public s'est confirmée. La création des blogues ainsi que des podcasts, que ce soit un contenu audio ou audiovisuel comme des clips vidéo, et leur diffusion sur Internet « favoriseraient notamment le développement d'une voix publique » (ibid. p. 14). Caron compare les espaces sociaux dans la vie réelle à des espaces publics qui se constituent sur Internet et qui y sont plus alternatifs et informels. Dans ces espaces publics en ligne, les adolescents peuvent plutôt prendre parole quand il s'agit des domaines où ils n'ont, à cause de leur âge, pas encore la possibilité ou le courage d'en parler dans un état « hors ligne ». Cela est visible dans les cas des sujets politiques, par exemple. Pour apprendre à « formuler et exprimer des opinions » (ibid.) et pour le développement des « compétences sociales et techniques essentielles à la vitalité des démocraties occidentales » (ibid.), les médias sociaux, dont YouTube fait partie, peuvent s'avérer utiles, notamment pour les jeunes.

Comme nous avons vu, la moyenne d'âge des Youtubeurs et Youtubeuses francophones est en général plutôt basse. La plupart des vidéastes ne dépasse pas les 30 ans. De plus, on peut constater qu'ils s'adressent aux jeunes car les sujets que traitent les vedettes de YouTube dans leurs clips ont, avec une grande probabilité, un rapport avec le quotidien des jeunes internautes, plutôt qu'avec celui des adultes. Dans ce travail, il a été évoqué, que les vidéos sur Internet présentent habituellement une simplicité en ce qui concerne la réalisation et la façon dont la personne principale s'adresse au public². Les Youtubeurs et Youtubeuses parlent comme s'ils avaient leurs amis en face, de manière spontanée et sans rien cacher. On peut donc supposer qu'ils emploient un langage qui est typique pour les jeunes. Le chapitre théorique qui suit tente à cerner la complexité du langage des jeunes : de sa définition à ses caractéristiques tout en considérant les différents registres de la langue française – des approches théoriques importantes pour l'analyse linguistique seront élaborées.

2.3 Le langage des jeunes et les registres de langues

Pour introduire à ce chapitre, voici quelques phrases à contempler : « Allez viens ! On va se marrer, c'est canon ! » ; « Ta meuf ne kiffe pas trop la bouffe chinoise, non ? » ; « Ce mec est vraiment trop chelou ! »³ ; Toutes ces phrases et expressions ne font pas partie du français standard, du français que les élèves apprennent à l'école et qu'ils seraient censés parler. La période entre enfant et adulte entraîne souvent des particularités stylistiques en ce qui concerne la façon de s'habiller, des préférences musicales ou bien l'usage langagier. Ce qui est intéressant c'est qu'avec l'émergence des médias sociaux, on ne remarque un certain style langagier pas seulement à l'oral mais aussi à l'écrit. On entend dans les conversations sur les jeunes souvent le terme « langage des jeunes », même s'il est utilisé quelques fois d'une manière trop générale. Il est, en conséquence de ce fait, indispensable d'examiner les différentes définitions existantes pour cette expression.

² Il y aura une analyse plus profonde sur les techniques des Youtubeurs et Youtubeuses dans le chapitre 3.3.

³ Ces exemples proviennent de ma propre expérience avec des jeunes Français.

2.3.1 L'adolescence

Tout d'abord, il faut dire qu'on ne devrait pas contempler l'adolescence d'un point de vue restreint. La perception qu'elle est une période de développement biologique précise ou bien la restriction à une certaine tranche d'âge n'apparaissent heureusement quasiment plus. Il n'est pas possible de déterminer quand un élève devient adolescent et qu'il commence à parler « le langage des jeunes » et à partir de quel âge cet usage n'est plus courant. En outre, l'adolescence est un phénomène socio-culturel car les jeunes utilisent de nombreuses formes d'expression pour d'un côté, s'identifier avec un certain groupe social et de l'autre côté, se distinguer des autres groupes et des adultes. Parmi ces formes d'expression, qui forment en tout un certain style de vie, on trouve de divers styles vestimentaires, de mouvement, de musique et de langue (Neuland, 2003, p. 7-9). Ce style est le fond de la pratique culturelle d'un groupe jeune car avec un style, les jeunes peuvent facilement porter leurs idées et convictions à l'extérieur. C'est le style qui contribue à la création d'une identité culturelle et qui exclut l'un groupe de l'autre. Un compliment sur le style que quelqu'un a choisi n'est pas seulement fait pour la bonne combinaison des vêtements et des accessoires mais peut aussi se référer à la langue du corps, la mimique ou les gestes ainsi qu'au comportement et aux manières (Farin, 2003, p. 71-72). De même existe-il un style linguistique que nous connaissons également sous le terme « langage des jeunes ».

2.3.2 La classification des variétés linguistiques

Scherfer (2003, p. 149) explique ce qu'on appelle « langage des jeunes » d'une façon plus détaillée et aborde la classification des variétés linguistiques. Ainsi, on trouve dans la communauté linguistique française, à côté de la variété standard, des variétés régionales, sociales et fonctionnelles. Les variétés qui coexistent avec la langue standard sont, par exemple, des dialectes, des accents régionaux ou bien des variétés sociales. Les variétés fonctionnelles, c'est-à-dire les registres de langue, apparaissent dans toutes les autres variétés. Leur usage dépend de la situation communicative, notamment de la relation sociale entre les interlocuteurs. Malgré cette classification des variétés des langues, il est difficile à délimiter clairement les uns des autres. Les variétés sont plutôt toutes en relation fluide. En ce qui concerne le langage des

jeunes, on peut constater, selon cette catégorisation, que c'est une variété sociale propre à une tranche d'âge.

Les variétés et les registres de langue⁴ se réfèrent à des phénomènes lexicales, grammaticales ou sémantiques alors que les styles de langue au niveau de la sociolinguistique comprennent également des aspects non verbaux et paralinguistiques (Neuland, 2008, p. 71).

D'après l'encyclopédie de Metzler, le terme du langage des jeunes comprend tous les parlers utilisés par les adolescents, sans connaître de terminologie exacte. Néanmoins, Glück résume ce qui est caractéristiques pour le langage des jeunes en général dans la citation suivante :

« Besonders charakteristisch für Jugendsprache ist der Bereich des Lexikons, weniger die Syntax. Viele Wörter der Jugendsprache kommen auch in der Standardsprache vor, haben aber dort eine andere Bedeutung [...]. Stilistische Merkmale der Übertreibung und des Rigorismus sind ebenfalls charakteristisch [...] » (Glück, 2010, p. 315).

Vu ces particularités, le langage des jeunes permet une distinction à d'autres pratiques langagières. Elle remplit une fonction⁵ de séparation sociale des jeunes et des adultes. Cela est renforcé par le fait que ceux qui ne font pas partie d'une certaine communauté linguistique ne comprennent guère la variété linguistique propre à cette communauté (Scherfer, 2003, p. 153).

Il faut néanmoins souligner que le langage des jeunes est optionnel. Autrement dit, les jeunes n'entrent pas dans une nouvelle tranche d'âge où il est demandé d'employer le langage de jeunes, mais l'individu choisit soi-même s'il veut s'adapter à de certaines pratiques langagières et, en conséquence, appartenir à un certain groupe ou non. Contrairement à cette variété linguistique des jeunes, le choix n'est souvent pas donné quand il s'agit des dialectes ou sociolectes. Le locuteur est normalement né dans un dialecte mais cela n'est pas le cas pour le langage des jeunes (K. Zimmermann, 1991, p. 926).

⁴ Les registres de langue seront évoqués de manière plus détaillée plus loin dans le travail.

⁵ Voir chapitre 2.3.4 sur les fonctions des variétés linguistiques.

2.3.3 Langage des jeunes, argot, verlan – des termes à définir

Le fait que les différentes désignations pour la langue employée par les jeunes sont très nombreuses, à savoir « français des jeunes, langage/jargon/parler jeune, langue des cités, adolangue, verlan, français branché, sociolecte générationnel, parlure argotique, l'argot de l'école » (Scherfer, 2003, p. 151), fait preuve que cette thématique n'occupe pas seulement les linguistes. L'un des termes les plus connus est celui de « l'argot », dont on peut suivre les origines jusqu'au 12^{ème} siècle. Pourtant, au début, le nom « jargon » était courant mais à partir du 17^{ème} siècle l'appellation « argot » est devenue plus populaires. Aujourd'hui, ces deux désignations existent parallèlement (K. Zimmermann, 2008, p. 204-205).

Dans les années 1980, le terme « parler jeune » était employé de la même façon que « langue branchée » pour décrire les manières argotiques ou nouvelles dans la langue française. Dix ans plus tard, on entendait souvent parler du « langage de banlieue », ce qui est dû à l'apparition d'un français dans les banlieues parisiennes et en province qui différait de celui en ville. Aujourd'hui, l'appellation « langue contemporaine des cités » est courant (Harel-Ramond, 2015, p. 80-81). Cependant, selon Henri Boyer, « les usages de la langue par les adolescents résistent à toute unification, en raison de leur caractère imprévisible, instable et hétérogène. » (ibid.).

Selon Zimmermann (2008, p. 205-206), l'émergence d'un langage des jeunes, qui a attiré l'attention des linguistes, date les années 1940. Les jeunes commençaient à se distancer de manière délibérée du monde adulte en refusant les normes de la société. Cela s'est manifesté dans les vêtements, les coiffures, la musique, dans l'organisation de son temps libre et aussi dans l'usage langagier. Très influents pour cette évolution étaient la classe inférieure et les groupes marginalisés dans les banlieues avec une grande diversité ethnique. Les adolescents immigrants jouaient et jouent encore aujourd'hui un rôle important pour la création de nouvelles variétés linguistiques en France. Il n'empêche qu'il n'y ait pas de langage des jeunes homogène, les tendances dépendent des aspects sociaux, ethniques, régionaux et du sexe. On remarque, par exemple, des différences linguistiques entre les diverses banlieues parisiennes, les régions où la plupart des recherches ont été faites. Malheureusement, les recherches se concentrent avant tout sur l'Hexagone, il ne faut pourtant pas oublier les autres pays francophones.

Lorsqu'on parle du langage des jeunes, on y associe souvent le terme « verlan ». Le verlan est tellement connu qu'il est souvent désigné comme le langage des jeunes lui-même (Scherfer,

2003, p. 160-161). Il s'agit cependant d'un procédé qui consiste en la transformation des syllabes d'un mot afin d'acquérir un nouveau mot, incompréhensible pour les non-initiés. Ce procédé a déjà été employé au 16^{ème} siècle et a gagné de la popularité pour l'utilisation dans les argots à partir du 19^{ème} siècle. Il est aujourd'hui l'outil le plus important dans le langage des jeunes (K. Zimmermann, 2008, p. 205). Schrögenauer (1998, p. 18-19) rappelle que le verlan est, depuis les années 1980, surtout utilisé dans les régions périphériques de Paris. On peut dire que les jeunes des banlieues parisiennes ont contribué au succès de cette forme linguistique. Depuis 1985, elle apparaît même dans les médias et la publicité, également, se sert de ce codage des mots. Il faut, malgré tout, noter que le verlan n'est pas une langue en soi, car en général, la « vernalisation » ne s'effectue pas dans des phrases entières. On trouve plutôt les mots clés en verlan, ce qui est suffisant pour obtenir le caractère d'une langue secrète⁶.

Ce qui est intéressant, c'est que le mot verlan en soi est un mot vernalisé et provient de la modification de « (à) l'envers ». Stein (2014, p. 177) constate qu'un grand nombre des expressions en verlan sont aujourd'hui lexicalisées en se référant au dictionnaire *Petit Robert*, qui indique, par exemple, les mots « keum » (pour mec) et « meuf » (pour femme).

2.3.4 Les fonctions de ces variétés des langues

Comme il a été déjà évoqué auparavant, l'utilisation des variétés linguistiques sert à la démarcation des groupes de jeunes (ou d'autres groupes sociales) et des groupes normatifs, pour ainsi dire. Mais quelles sont les autres fonctions et les raisons pour l'apparition de ces variétés ? Voyons dans les lignes qui suivent les trois fonctions primordiales que remplissent le langage employé par les jeunes.

L'argot, par exemple, est né du désir de la part des locuteurs de ne pas pouvoir être compris des personnes extérieures, c'est pourquoi cette variété linguistique remplit avant tout une fonction cryptique. De plus, on peut attribuer à l'argot une fonction emblématique qui permet aux locuteurs de pouvoir souligner leur identité ainsi qu'une fonction ludique dans le sens des jeux de langage. Venant initialement des pratiques langagières des voyous, beaucoup de mots

⁶ Les caractéristiques et le règlement du verlan seront examinés encore plus loin, au cours de l'analyse.

argotiques ont trouvé une place dans le « français populaire »⁷ (K. Zimmermann, 2008, p. 204-205).

La fonction cryptique

Une raison pour laquelle les jeunes sont plutôt enclins à utiliser l'argot est le fait qu'ils parlent souvent des tabous comme des drogues et du sexe. Avec l'usage d'une langue secrète, uniquement ceux qui appartiennent au même groupe social peuvent comprendre le contenu de la conversation (Harel-Ramond, 2015, p. 60-61). L'identification sociale par une variété linguistique a déjà été abordée, le langage des jeunes n'est pourtant pas un phénomène qui est constitué par un seul individu. Etant donné que dans un groupe de jeunes, les mêmes valeurs et idées sont partagées, ses membres connaissent un sentiment d'appartenance, étant très important pour la cohésion sociale. C'est grâce à la dynamique et à ce sentiment d'appartenance dans un groupe qu'une certaine pratique langagière propre à ce groupe peut se former. De ce fait, on peut constater que les styles des langues parmi les jeunes sont des styles des groupes et non pas les produits d'un seul individu (Neuland, 2008, p. 71). Le procédé de la métonymie par exemple, qui est très populaire dans la création d'une soi-disant « langue secrète », met en évidence ce souhait d'éviter d'être compris. Ainsi, les jeunes utilisent par exemple le mot « bleu » pour désigner un policier ou le mot « caisse » pour une voiture⁸ (K. Zimmermann, 2008, p. 206).

La présentation de l'identité sociale et la démarcation des autres

D'après Scherfer (2003, p. 153-154) l'utilisation du langage des jeunes marque la fin de l'enfance et le début d'une nouvelle période de vie, qui est souvent accompagnée d'un changement d'école. Vu que cela provoque un sentiment de la perte de l'assurance familiale, les jeunes ont, par conséquence, le besoin de s'organiser avec des individus du même âge dans des soi-disant « bandes de copains ». Avec l'appartenance à un tel groupe, les défis qu'apporte cette période de vie sont plus faciles à réussir. La création d'une langue particulière propre à un groupe renforce, complémentirement à d'autres formes du comportement, le sentiment de

⁷ Le terme du français populaire en tant que registre de langue sera traité dans le chapitre 2.3.5.

⁸ Ce sont juste quelques exemples. Les procédés et les traits caractéristiques précises du langage des jeunes seront énumérés et expliqués pour la préparation à l'analyse linguistique (chapitre 3.2).

l'autonomie. Scherfer aborde dans ce contexte la « fonction connivencielle » du langage des jeunes :

« Mit ihrer Hilfe kann sich die Jugendlichengruppe symbolisch als von der Erwachsenengruppe sozial verschieden darstellen. » (Scherfer, 2003, p. 153).

Scherfer (ibid.) souligne aussi le caractère rebelle des groupes de jeunes, se manifestant par la transformation provocative de la variété standard d'une langue et de ses normes, ce qui permet la distanciation délibérée du monde des adultes. Ces dernières années, la critique linguistique, qui était très forte au début des investigations sur le thème du langage des jeunes, a diminuée. On peut même constater un changement des attitudes concernant les pratiques langagières des jeunes vers une affirmation et une considération positive. Une raison pour ce fait peut être, entre autres, la « Prestigefunktion von Jugendlichkeit » (Neuland, 2008, p. 15). Les adultes s'adaptent de plus en plus aux manières langagières des jeunes, ce qui a pour effet que la différence entre les générations s'amenuise. Les jeunes trouvent pourtant beaucoup d'autres façons afin de symboliser leur valeurs et idées⁹.

La fonction ludique

Un autre motif pour le choix d'une variété linguistique est l'aspect ludique dans la manière de construire cette langue. La créativité des adolescents est remarquable en ce qui concerne l'invention des procédés formant des nouveaux mots. Ils jouent avec la langue et pourtant, les méthodes ne sont pas arbitraires puisqu'on peut dévoiler de certaines règles de ce jeu. Un exemple où se manifeste ce règlement est celui du verlan. Scherfer souligne dans ce contexte la prise en compte précise des structures grammaticales et lexicales d'une langue, un aspect qui mérite d'être mentionné :

« Sie [les jeux avec la langue] zeugen von der Fähigkeit, implizite phonologische Analysen durchzuführen und bestimmte Regeln anzuwenden. » (Scherfer, 2003, p. 154).

On peut alors apercevoir dans le langage des jeunes une valeur esthétique, si on considère la manière créatrice dont les phrases sont structurées et les jeux de mots originaux. L'emploi

⁹ Telles que musique, style vestimentaire, comportement et cetera.

ludique des éléments d'une langue joue un grand rôle dans le développement d'une variété linguistique et mène à la construction identitaire d'un groupe. Cette restructuration des formes langagières propre à une bande de jeunes favorise encore une fois la cohésion (Osthoff, 1996, p. 183). Il faut tout de même évoquer que les jeunes appliquent ces manières de former de nouveaux mots ainsi que de nouvelles structures syntaxiques d'une façon provocatrice et souvent vulgaire, comme les exemples « merde-cul-salaud » ou « imbécile d'idiote de crétine » démontrent (Scherfer, 2003, p. 154).

Dans le monde de la langue allemande, l'éditeur connu « Langenscheidt » cherche chaque année les nouveaux mots, créés et employés par les jeunes, qui sont extraordinairement créatifs et élit le mot le plus populaire du titre « Jugendwort des Jahres »¹⁰.

2.3.5 Les registres des langues

Les variétés fonctionnelles selon Scherfer (2003, p. 149) sont aussi connus sous les termes « registres de langues » ou bien « niveau de langue » ou encore « style » (Djachy, 2011, p. 431) et sont décrites de façon suivante :

« Un registre de langue [...] est un mode d'expression adapté à une situation d'énonciation particulière, qui détermine notamment, certains choix lexicaux et syntaxiques ainsi qu'un certain ton. » (Djachy, 2011, p. 431).

En langue française, on fait la différence entre registre soutenu, registre standard ou courant, registre familier et registre populaire.

Le français correct, c'est-à-dire le langage où les règles grammaticales et lexicales sont bien respectées, où les phrases sont bien construites et comportent une grande diversité de possibilités que permet la langue, s'effectue dans le registre standard. C'est le niveau qui est attendu dans les conversations professionnelles, officielles, administratives ou bien le style employé dans le cadre scolaire. Le registre courant est placé entre le registre soutenu et le registre familier.

Le registre soutenu porte également le noms « registre soigné » ou « registre cultivé » (Stein, 2014, p. 185), ce qui démontre déjà son niveau supérieur. Employé dans la littérature ou la

¹⁰ On peut consulter et voter pour les nouveaux mots de l'année sur le site <http://www.jugendwort.de/>.

rhétorique, le vocabulaire est choisi minutieusement mais ce registre de langue n'est pas applicable dans toutes les situations de communication car cela pourrait paraître artificiel (Djachy, 2011, p. 431).

Un niveau au-dessous du registre courant est classé le registre familial, qui est, bien qu'il ne soit pas tout à fait correct en ce qui concerne le lexique ou la syntaxe, accepté dans beaucoup de situations d'énonciation. Son emploi suppose une relation amicale entre les interlocuteurs, et au mieux, le renoncement à une hiérarchie ou l'appartenance au même groupe social (ibid.).

Le français populaire désigne, à l'origine, la langue appliquée par la classe inférieure de la société. Dans ce registre, on rencontre aujourd'hui des mots empruntés des argots et du langage des jeunes. Ainsi, le français populaire n'est plus restreint à la classe sociale inférieure mais est connu dans toutes les classes sociales. Son usage est tout de même inacceptable dans des situations qui demandent du formalisme (K. Zimmermann, 2008, p. 204-205).

Stein (2014, p. 184-185) ajoute dans le classement, au-dessous du français populaire, encore un registre, à savoir le « français vulgaire ». Même si ce registre était longtemps qualifié comme argotique, les caractères sont bien différents. L'argot a pour but de créer et modifier des mots afin de les rendre méconnaissables alors que dans le français vulgaire on emploie un lexique bien connu, parfois depuis l'ancien français. Ce sont des mots comme « putain », « bordel », « pisser », « garce », etc. et sont évités dans les registres de langues plus élevés.

Selon Djachy, si on veut vraiment connaître une langue, il ne faut pas se passer d'étudier les différents niveaux de langue :

« Tout locuteur sait que, selon les circonstances et les domaines, on n'emploie pas les mêmes mots. Le contact le plus précoce et le plus répandu de tout locuteur avec la diversité des vocabulaires concerne l'apprentissage des registres de langue. Cette notion correspond à l'expérience commune qu'il y a différentes façons de s'exprimer, de la plus grossière à la plus 'distinguée'. » (Djachy, 2011, p. 432).

Scherfer (2003, p. 155) critique l'indication de *pop.* dans les dictionnaires pour désigner un mot provenant du français populaire. On y trouve également les mentions *fam.* (familier) ou *vulg.* (vulgaire), ce qui est, selon Scherfer (qui s'appuie sur les analyses de Caradec¹¹), devenu caduc

¹¹ Caradec, F. (1977). Dictionnaire du français argotique et populaire. Paris.

car ces mots, qui correspondent d'après les dictionnaires au français populaire, familier ou vulgaire, font partie de la langue *parlée* que presque tous les Français utilisent. Les termes du langage des jeunes sont marqués de la même façon. Ainsi, on peut supposer « dass die Jugendsprache innerhalb des Registers ‚très familier‘ der gesprochenen Standardvarietät zu analysieren ist. » (Scherfer, 2003, p. 155).

Dans les derniers chapitres, nous avons vu que la période de la jeunesse est marquée, entre autres, des particularités langagières. Après avoir déterminé les diverses désignations apparaissant dans ce contexte, tels qu'argot ou verlan, nous nous sommes penchés dans la description des fonctions du langage des jeunes. Afin d'assurer une meilleure compréhension de ce sujet, la classification des différents niveaux existant dans la langue française a été évoquée aussi. Il reste à lier les phénomènes nés dans la médiatisation et le comportement linguistique des jeunes pour pouvoir ensuite, passer à l'analyse des vidéos des Youtubers et Youtubeuses.

2.3.6 L'interaction des nouveaux médias et du langage des jeunes

De nos jours, de plus en plus d'adultes s'adaptent aux parlars des jeunes, ce qui a pour conséquence que la différence entre les générations se diminue. On n'est plus autant choqué par le style langagier, parfois indécent, que l'était la génération d'avant. En revanche, aujourd'hui, les critiques se tournent autour de la préoccupation que les jeunes négligent la bonne forme de la langue dû à la médiatisation. Dans la communication maintenant, de nouveaux phénomènes linguistiques se révèlent : la langue utilisée dans les SMS ou dans les chats consiste en des abréviations et en une orthographe qui brise la norme. C'est pourquoi on craint que les nouveaux médias influencent l'apprentissage et la maîtrise de la langue correcte, surtout à l'écrit (Neuland, 2008, p. 16-17).

Dès le début des recherches sur le langage des jeunes, l'investigation sur les effets des médias à l'usage langagier des jeunes a joué un grand rôle. Encore plus a augmenté l'intérêt pour les analyses linguistiques dans le domaine des médias sociaux avec la naissance du médium Internet (Neuland, 2008, p. 37). La consommation des médias est une ressource essentielle pour le développement du style linguistique des jeunes. Ainsi explique Neuland :

« Jugendliche nehmen in spielerischer, oft kritisch-ironisierender Weise auf ihre Medienerfahrungen Bezug. Anspielungen und Zitate z.B. aus Songtexten, Kultfilmen, Jugendmagazinen, aber auch aus Werbe- und Familiensendungen im Fernsehen

werden kreativ in den eigenen Sprachgebrauch eingearbeitet. » (Neuland, 2008, p. 41).

Les pratiques langagières des jeunes ont changé aussi en raison de l'apparition de nouvelles possibilités de communication grâce aux nouveaux médias. On remarque qu'une forme de communication dans laquelle les traits caractéristiques de la langue parlée sont transcrits à l'écrit spontané (par exemple dans les SMS ou le chat) s'est établie (ibid. p. 152). Ainsi, les nouveaux modes d'énonciation écrites sont brièvement résumés par Neuland (2008, p. 37) : la formation de nouveaux mots sous forme des acronymes, des formes courtes pour exprimer, par exemple, un sentiment (en allemand : « grins », « heul », « freu »), des itérations des mots, des syllabes ou des lettres ainsi que l'emploi des symboles ou des émoticônes. Ces phénomènes seront ainsi traités de façon plus détaillée :

D'après Stein (2014, p. 40) un acronyme est un certain procédé pour raccourcir des mots. Ces abréviations sont très populaires dans la langue française et fonctionnent parfois même sans séparation graphique entre les lettres (exemple : le SIDA). Pour le français des jeunes, on pourrait donner les exemples « mdr » (mort de rire), « cv » (ça va), « cc » (coucou) ou « bcp » (beaucoup), pour en citer juste quelques-uns (Wieser, 2013, p. 87).

Les abrégés pour décrire un sentiment ou une action, dont on a déjà vu les exemples en allemand, s'appellent selon Marx et Weidacher (2014, p. 100-101) « Inflektive »¹². Ils servent à l'expression des aspects non verbales ou paraverbaux, tels que le ton ou l'intonation de la voix, et sont mis soit entre deux astérisques soit entre chevrons. Il s'agit des « Adaptionen aus der Comicsprache » (Marx & Weidacher, 2014, p. 125) et des « bloße Verbstämme ohne Flexionsendung, die zu den Interjektionen gezählt werden » (ibid.). Les constructions « inflektives » peuvent apparaître aussi en tant que phrases complètes, comme l'exemple suivant nous montre : *gelangweilt mit den Beinen baumel* (ibid. p. 101). En français, on trouve des descriptions des actes telles que *bisous* ou *se marre toute seule* (Wieser, 2013, p. 88).

En ce qui concerne la répétition des mots, des syllabes, des lettres et même des signes de ponctuation, on peut dire qu'elle permet l'intégration de la prosodie à l'écrit. Au lieu de décrire la surprise, la colère ou d'autres sentiments, l'emploi de l'itération peut facilement rendre à ce

¹² On ne trouve pas de traduction pertinente en français.

lexique et des inventions des abréviations, qui servent à communiquer de plus en plus vite, on y trouve, entre autres, des notions qui changent leur sens (par exemple, un ami sur des réseaux sociaux et un ami dans la « réalité »), un mélange de moyens de communication écrits et oraux qui influencent aussi la grammaire ainsi qu'un haut niveau de créativité en ce qui concerne les possibilités (ludiques) du langage (ibid.).

2.3.7 Les traits caractéristiques du langage des jeunes

Jusqu'ici, nous n'avons pas encore décrit en quoi le langage des jeunes est particulier. Etant donné que dans l'analyse linguistique qui suivra nous examinerons si les Youtubeurs et Youtubeuses francophones utilisent le langage des jeunes, les traits caractéristiques de ce parler seront traités de façon détaillée en tant que paramètres analytiques. Il y aura une description de toutes les particularités du style langagier des jeunes, illustrée par des exemples pertinents que l'on trouve dans la littérature. Pour commencer, la méthodologie du travail analytique sera présentée.

3 Analyse linguistique

3.1 Méthodologie

Vu le très grand nombre de différents Youtubeurs et Youtubeuses dans le monde francophone, il s'avère difficile de choisir ceux qui seront traités dans l'analyse linguistique. Pourtant, comme le but de ce travail est l'emploi des vidéos YouTube dans l'enseignement du français afin de rendre les apprenants sensibles au langage des jeunes, les Youtubeurs et Youtubeuses parlant dans leurs vidéos des situations banales du quotidien de la jeune génération seront préférés.

Pour l'analyse linguistique, nous nous pencherons donc dans les vidéos des Français Cyprien, Norman et Natoo ainsi que dans celles de la jeune Canadienne Emma Verde. Tout d'abord, ces quatre vidéastes seront présentés concernant leurs réalisations sur YouTube (thèmes, particularités, régularités, la façon de se présenter...) et leur succès. La méthode analytique choisie dans ce travail consiste à définir des paramètres de l'analyse à l'avance pour ensuite pouvoir évaluer les données. Par observation et analyse des diverses vidéos, dont les sujets sont piochés du quotidien des jeunes, les traits caractéristiques du langage des jeunes vidéastes devront être dévoilés. Ce travail se focalisera sur une étude qualitative dont les résultats seront décrits selon les paramètres analytiques. Afin de rendre ce travail plus clair, la transcription des vidéos sera restreinte à des séquences pertinentes pour illustrer et évaluer les données. Les vidéos entières sont disponibles sous les liens donnés dans la bibliographie.

Quant au copyright, il faut noter que YouTube est une plateforme publique à laquelle chaque internaute peut avoir accès. Selon Marx & Weidacher (2014, p. 16) le copyright « räumt dem Schöpfer geistigen Eigentums ein Ausschließlichkeitsrecht an seinen eigenen kreativen Leistungen ein. » Ainsi, les données sur Internet ne devront pas, malgré leur accès facile, être copiées. Les deux auteurs proposent comme solution convenable la citation (ibid. p. 18). Dans les citations au cours de l'analyse, qui se réfèrent à des séquences vidéo, seulement la désignation de la vidéo (qui sera déterminée en avance) ainsi que la durée du passage seront indiquées en abrégé. L'URL entière se trouvera respectivement dans la bibliographie.

Les Youtubeurs et Youtubeuses se rendent compte que leurs vidéos pourraient être sujet dans d'autres médias sociaux comme Facebook ou Instagram, ce qui est, par ailleurs, l'un de leurs

objectifs. D'un côté, chaque vidéaste fait un effort pour se distinguer des autres et attirer l'attention des utilisateurs. De l'autre côté, on remarque que les vidéos humoristiques traitant les situations du quotidien des jeunes ont de certains parallèles aussi.

Tous ces aspects seront abordés au cours de l'analyse. Reprenons d'abord la description des traits caractéristiques du langage des jeunes pour qu'ils puissent servir comme paramètres analytiques.

3.2 Paramètres de l'analyse

Comme nous avons vu auparavant, les traits caractéristiques du langage des jeunes en général sont, selon Glück (2010, p. 315), plutôt perceptibles dans le lexique et moins dans la syntaxe. En outre, on peut repérer des particularités en ce qui concerne le style (exagérations, par exemple) et même dans la phonétique, des différences entre les générations se manifestent (Stein, 2014, p. 176). Bien qu'on puisse observer l'usage qui se varie d'un groupe à l'autre, surtout dans le lexique et dépendant de la région ou le quartier où les jeunes fréquentent, on constate que les procédés pour l'élaboration des structures linguistiques restent plutôt les mêmes (Scherfer, 2003, p. 159).

Dans les lignes qui suivent, nous traiterons les structures fondamentales du langage des jeunes.

Le lexique

a) Des lexèmes déjà existant dans la langue française peuvent obtenir une nouvelle signification. Cela se produit souvent par l'utilisation d'une **métaphore** ou par le procédé de la **métonymie** (K. Zimmermann, 2008, p. 206).

On appelle une métaphore l'utilisation d'un mot de façon figurative en lui attribuant une autre signification comparativement sous-entendue. Il s'agit du remplacement d'un élément lexical par un autre dont le sens est similaire au mot origine, tel que la « tête » du corps humain et la « tête » pour désigner la première personne d'une course, par exemple.

Pour la métonymie, la signification des mots qui sont utilisés de la même manière n'est pas similaire mais associée. L'un des cas où la métonymie est souvent employé est l'appellation

d'un objet avec le nom de sa marque (« Kleenex » pour mouchoir en allemand ou en français : le « sopalin » pour un rouleau essuie-tout¹⁴) (Stein, 2014, p. 131).

Des exemples pour des métaphores dans le langage des jeunes sont (Scherfer, 2003, p. 160; K. Zimmermann, 2008, p. 206) :

« galère » = une situation pénible

« être allumé » = être en colère ou bien, être fonceur

« être câblé » = être à la mode

Des exemples pour des expressions de la métonymie (Scherfer, 2003, p. 160; Stein, 2014, p. 181; K. Zimmermann, 2008, p. 206) :

« la caisse » = la voiture

« un cuir » = un motocycliste

« le brioche » = le ventre

« ananas » = les seins

D'après une étude sur « l'argot scolaire français » de Djachy (2011, p. 437-438), les élèves en France ont plusieurs termes pour parler de l'école, dont « ferme », « prison » ou « bazar ». On remarque ainsi l'allusion à un espace fermé (prison) et bruyant (bazar). En outre, avec le mot ferme, on associe beaucoup de travail. Les métaphores et métonymes sont très fréquents dans la langue propre aux jeunes.

b) Les **emprunts** de l'argot traditionnel, de l'anglais, de l'arabe magrébin, de la langue rom, des langues africaines ainsi que des langues régionales en France sont populaires chez les jeunes :

L'exemple révélateur pour un anglicisme est le mot « cool », employé pour décrire un fait, une situation ou une émotion positifs, détendus, agréables (K. Zimmermann, 2008, p. 207).

D'autres emprunts exemplaires pour le langage des jeunes sont brièvement accumulés dans le suivant (Djachy, 2011, p. 439; K. Zimmermann, 2003, p. 178, 2008, p. 207) :

« une clope » = une cigarette (emprunt de l'argot traditionnel)

¹⁴ Exemple provenant de mes expériences vécues en France.

« flipper » = le fait de ne pas pouvoir se procurer de la drogue (emprunt de l'anglais) ; le mot « flipper » peut également signifier « être très excité ou déprimé » (Dontchev, 2000, p. 153).

« book » = livre (emprunt anglais)

« la casbah » = la maison (emprunt de l'arabe)

« engatse » = un problème (emprunt de la langue corse)

« panouille » = personne stupide (emprunt du provençal)

Le fait que le nombre des mots tirés des langues régionales est très bas, met en évidence la manque de recherche sur le langage des jeunes en dehors de la région parisienne (K. Zimmermann, 2008, p. 207).

Le lexique plus la syntaxe

Zimmermann décrit un phénomène très fréquent dans le langage des jeunes de la façon suivante :

« Ein linguistisch besonders bemerkenswerter Typ sind Bedeutungsneuzuordnungen zu vorhandenen Lexemen bei gleichzeitigen Innovationen im Bereich der syntaktischen Regeln dieser Lexeme [...] » (K. Zimmermann, 2008, p. 207).

a) La transformation des verbes normalement utilisés de façon **transitif en intransitif**, tels que

« ça craint » = ce n'est pas bien

« ça baigne » = tout va bien aller

b) L'emploi des verbes à **la forme pronominale réfléchi** qui n'ont pas de pronom réfléchi dans le français standard :

« s'éclater » = s'amuser

« se ramasser » = échouer

« se défoncer » = se droguer ou aussi s'amuser (Scherfer, 2003, p. 162)

En outre, dans ce contexte il est à aborder que de nouvelles expressions, telles que « se viander » = avoir un accident, peuvent apparaître, provenant de la transformation d'un nom en un verbe (K. Zimmermann, 2008, p. 207).

c) Le changement des classes des mots sans remarque morphologiquement (c'est-à-dire la **conversion**¹⁵) et l'attribution de nouvelles significations (K. Zimmermann, 2008, p. 207) :

un substantif devient un adjectif comme « il est canon »

un adjectif devient un substantif comme « c'est un créatif »

un adjectif devient un adverbe comme « ça chauffe terrible »

un adverbe devient un adjectif comme « il est trop »

un verbe devient un substantif « une éclate »

La formation des mots

La plupart des **néologismes** (= le résultat du procédé de créer de nouvelles unités lexicales) sont suscités de la composition ou de la dérivation des lexèmes. Les méthodes pour changer des significations des mots ou les emprunts, que nous avons déjà traités auparavant, font aussi partie de la néologie dans la linguistique.

Pour mieux comprendre les néologismes dans le langage des jeunes, les définitions et les explications selon Stein (2014, p. 36-41) sur la dérivation, la composition et d'autres procédés de formation des mots seront reprises :

La dérivation est l'acquisition d'une nouvelle forme lexicale en ajoutant un affixe à la base du lexème. Cela peut arriver par un préfixe ou un suffixe : le préfixe se met devant la base du lexème comme dans « monter → dé + monter » alors que le suffixe prend sa place après le lexème initial comme dans « jardin → jardin + et ». Dans les deux cas, la signification et, parfois, la classe du mot peuvent changer.

La composition consiste à assembler des morphèmes afin d'obtenir un nouveau mot. Les bases d'une composition peuvent être des mots conjugués ou déclinés (comme dans « rendez-vous ») ainsi que des radicaux (les deux radicaux « sous » et « estim » forment un nouveau radical pour

¹⁵ En général, la conversion est peu utilisée en langue française commune (Stein, 2014, p. 176) mais elle est, d'après Bedijs (2015, p. 303), « fréquent chez les jeunes locuteurs surtout lorsqu'il s'agit d'utiliser un adjectif dans la fonction d'un adverbe ou vice versa. ». Cela arrive souvent en raison de raccourcissement des phrases mais on dévoile qu'il n'y a pas de règles exactes pour ce phénomène. Une autre raison pour l'utilisation de la conversion pourrait être que « le langage des jeunes tend à l'unification des formes » (ibid.). Ainsi, on trouve des adjectifs non accordés avec le genre ou le nombre.

le verbe « sousestim-er »). Egalement, on découvre, entre autres, des adjectifs ou des prépositions dans des compositions, tels que « grand-mère » ou « arc-en-ciel ».

D'autres possibilités pour la formation des mots sont l'usage de la conversion (qui a été déjà évoquée auparavant), de l'apocope, l'aphérèse, des sigles ou bien des acronymes ainsi que de l'assemblage des syntagmes. Des exemples propres au langage des jeunes seront traités dans les lignes suivantes :

a) Quant à la **dérivation** dans le langage des jeunes, il faut mentionner que le **suffixe** le plus populaire est « -os ». Les jeunes l'utilisent après la base, qui peut être un adjectif ou un substantif, sans vouloir envisager un changement de catégorie grammaticale. Le sens n'est souvent que légèrement changé. Les exemples suivants sont tirés de Zimmermann (K. Zimmermann, 2008, p. 207) et de Scherfer (2003, p. 163) :

« matos » = matériel + -os = le 'matériel' des groupes musicaux

« calmos » = du calme !

« musicos » = bien aimer la musique

« coolos », « chicos », « nullos » = adjectifs qui changent la forme seulement mais pas la catégorie ou le sens.

Scherfer indique l'apparition de ce suffixe aussi après un verbe, qui devient ainsi un adjectif comme dans « il est gonflos » = il me gonfle.

D'autres suffixes souvent employés dans le langage des jeunes sont

« -ette » → pour définir une personne comme « punkette » – le féminin du 'punk',

« -tude » → afin de décrire un certain style de vie comme « punkitude »,

« -erie » → indique des traits de caractère ou des habitudes comme « new waverie »

et « -eux » → souvent utilisé en combinaison avec des anglicismes comme « hardeux »

Par ailleurs, Zimmermann mentionne encore les suffixes « -ard » et « -asse » et Scherfer aborde dans ce contexte aussi « -isme », « -tique », « -ité », « -er » et « -ant », sans donner des exemples.

Les **préfixes** les plus remarquables dans le langage des jeunes sont d'après Scherfer (ibid.) « super- » et « hyper- », des préfixes ayant une fonction d'intensification du mot de base,

comme dans « supersympa ». Joklik (1999, p. 23) constate même la disparition de la formation traditionnelle du superlatif dans le langage des jeunes et ajoute le préfixe « ultra- » à l'usage¹⁶. Au surplus, selon Verdelhan-Bourgade (1991, p. 13), les jeunes aiment utiliser également des préfixes tels que « néo- », « anti- », « télé- », « sur- », « archi- », « pro- » et « contre- », mais son article date il y a plus de vingt-cinq ans et comme « [i]l est typique du langage des jeunes de préférer certains préfixes, particules et substantifs pendant un certain temps et d'en trouver d'autres dès que la mode est passée » (Bedijs, 2015, p. 303), on peut supposer que le langage des jeunes a changé avec le temps.

Considérant un travail de recherche plus récent, il est à mentionner que Stein (2014, p. 176) cite aussi « méga- » et « hypra- » comme préfixes dans l'usage langagier des jeunes.

Zimmermann (2008, p. 208) fait, dans ce contexte, allusion au langage publicitaire qui se sert souvent du caractère juvénile de ces énoncés intenses comme dans « hypermarché ».

- b) Au sujet de la **composition**, il faut dire que les recherches sur le langage des jeunes ne l'indiquent pas en tant que trait caractéristique particulier pour les jeunes. Pourtant, on y rencontre des « ad-hoc Komposita » (Stein, 2014, p. 39), c'est-à-dire des mots composés de manière spontanée qui ne sont pas encore lexicalisés, tels que « une idée bidon » (ibid.). Ainsi, on pourrait reprendre à ce moment les exemples de Scherfer comme « merde-cul-salaud » ou « métro-boulot-dodo » (Scherfer, 2003, p. 154).
- c) Des procédés d'abréviation, tels que **l'apocope** et **l'aphérèse**, jouent également, un rôle important dans le style langagier des jeunes. On parle d'une apocope quand le mot est raccourci à la fin, contrairement chez l'aphérèse, où la première partie du mot s'efface (Stein, 2014, p. 177). Le mot de base d'une aphérèse est pour cette raison plus difficile à dévoiler, comme les exemples (Bedijs, 2015, p. 304) suivants démontrent :

Apocope : « ciné » = cinéma

Aphérèse : « phone » = téléphone ou « zic » = musique

Dans de certains cas, on trouve un « -o » après une apocope : « intello » = intellectuel ou « proprio » = propriétaire (Scherfer, 2003, p. 164), ce qui n'a pas de signification précise.

¹⁶ Nous reviendrons plus loin sur les moyens d'exprimer l'intensité dans le style langagier des jeunes.

D'autres possibilités pour raccourcir des mots sont la formation des **sigles** ou des **acronymes** (voir plus haut).

d) La **réduplication** d'un mot court ou d'un mot abrégé :

« dur-dur » (Scherfer, 2003, p. 160)

« zonzon » = prison (venant de l'aphérèse « zon ») (K. Zimmermann, 2008, p. 208)

e) Parfois, des **synapsies**¹⁷ créatives apparaissent dans le langage des jeunes comme « boîte à bac », ce qui signifie lycée privé (Bedijs, 2015, p. 304). De même, un assemblage des syntagmes peut mener à des néologismes intéressants, qui ne sont pas seulement connus parmi les jeunes. Le substantif « je ne sais quoi » est intégré dans la langue française depuis très longtemps et même le « je-m'en-foutisme », provenant de l'expression « je m'en fous », a trouvé une place dans le *Petit Robert* (Stein, 2014, p. 40).

Le verlan

Bien que le procédé d'échange des syllabes soit déjà démontré au 16^{ème} siècle, il est, depuis les années quatre-vingt, devenu un symbole important pour les jeunes. Certains utilisent les deux termes, verlan et langage des jeunes, comme des synonymes. Même s'il y a des règles dans la verlanisation, il est souvent difficile de déchiffrer le mot de base.

Pour les mots de deux syllabes, la formation du verlan est encore compréhensible, ce que les exemples suivants nous montrent : « joibours » = bourgeois ou « féca » = café. Cependant, plus complexes sont les règles pour les monosyllabes tels que « keum » = mec ou bien « meuf » = femme. Chez les mots de trois syllabes, on ne peut pas suivre un schéma fixe, comme dans « garetsi » = cigarette, mais on constate que souvent, la première et la troisième syllabe permutent, par exemple « logori » = rigolo. Un phénomène très particulier qu'on a observé est la reveralisation, où un mot verlan est encore verlanisé : « reubeu » = « beur » = arabe ou « feukeu » = « keuf » = flic (Scherfer, 2003, p. 161; Stein, 2014, p. 177; K. Zimmermann, 2008, p. 208).

¹⁷ Selon Glück (2010, p. 692) la synapsie apparaît en particulier dans la langue française mais rarement. On y entend la combinaison des mots qui porte une propre signification.

Les particularités stylistiques

- a) Les jeunes sont très enclins à utiliser des insultes et des **vulgarismes**. Pourtant, une insulte ne signifie souvent pas la même chose que la notion originale car elle n'est pas employée de façon méchante et peut même devenir un « rituel » dans un groupe d'amis. La connaissance d'un grand nombre de 'gros mots' et de savoir les appliquer dans de bons moments portent même une grande valeur chez les jeunes. Ainsi, Bedijs explique un nouveau jeu que l'on a observé :

« Le jeu rituel de répliques comiques 'Ta mère' consiste à insulter à tour de rôle la mère de l'interlocuteur [...] – celui qui ne sait plus riposter perd le jeu. » (Bedijs, 2015, p. 306).

Cela démontre que l'usage des vulgarismes peut avoir une importance en ce qui concerne la construction hiérarchique dans un groupe, la formation de sa propre identité et aussi la démarcation des adultes.

Néanmoins, Bedijs (ibid.) souligne que ce comportement langagier n'est pas spécialement typique pour les jeunes mais qu'il y a des groupes des adultes aussi, qui utilisent beaucoup de mots vulgaires dans leur manière de s'exprimer.

- b) En plus de l'emploi des préfixes pour exprimer **l'intensité** ou **l'exagération**, au lieu d'utiliser la forme traditionnelle du superlatif, on rencontre dans le langage des jeunes le suffixe « -issime » comme dans « génialissime » (Stein, 2014, p. 176). En outre, les jeunes trouvent dans le répertoire lexical du français des mots portant une signification sémantique très intenses comme « d'acier, d'enfer, de folie » pour les noms, « fabuleux, géant, monumental » pour les adjectifs ou « cartonner, déménager » pour les verbes (Joklik, 1999, p. 23).
- c) **L'antiphrase** est aussi un trait caractéristique du langage des jeunes. Cela veut dire qu'un interlocuteur dit le contraire à ce qu'il pense, par exemple (Scherfer, 2003, p. 160) :
- « ça fait mal » dans le sens de « c'est super »
« méchant » dans le sens de « parfait, malin »
- d) De même, les jeunes utilisent souvent la **prétérition**, qui est un moyen rhétorique où on annonce quelque chose en disant qu'on ne va pas en parler : « j'te dis pas ».

- e) Des **litotes** sont généralement employées en combinaison avec l'adverbe « peu » comme : « je suis un peu tout seul ».
- f) On trouve aussi des **oxymorons**, ce qui implique l'assemblage des mots normalement contradictoires, tels que « la bonne galère ».
- g) Utilisé avec fréquence dans le langage des jeunes sont des rimes (des **allitérations**) avec des prénoms : « relax Max » ou « à l'aise Blaise » (ibid).
- h) L'utilisation des **interjections** n'est peut-être pas à restreindre aux jeunes car elles apparaissent dans le français parlé de tous les registres ou variétés des langues. Glück (2010, p. 300) traduit le mot latin en « Dazwischengeworfenes » et mentionne pour les interjections allemandes entre autres « oje, hm, soso, tja ». Sous les interjections, on entend des énoncés ayant peu de contenu lexical et qui sont indépendants de tous les autres éléments grammaticaux. Ainsi, dans une conversation, une seule interjection peut avoir la fonction d'une réponse, par exemple. Elles jouent un rôle important dans le déroulement de la conversation car avec leur usage, on peut laisser entendre l'affirmation, l'assentiment ou le refus à l'interlocuteur. Des exemples pour la langue française seraient « ouahouh » pour montrer de la surprise ou « beurk » pour manifester le dégoût (Joklik, 1999, p. 28).
- i) D'autres caractéristiques rhétoriques et pragmatiques propres au langage des jeunes sont la tendance aux **énoncés ironiques**, l'invention des **rituels** pour s'adresser à des amis et des **surnoms**, provenant soit du nom ou prénom soit d'un trait du caractère ou de l'aspect physique d'une personne, ou bien, le besoin de prouver sa crédibilité devant le groupe d'appartenance (avec des expressions telles que « je te jure ») (Bedijs, 2015, p. 304-308).

La syntaxe

- a) L'élision du « ne » dans la **négation** n'est pas forcément typique pour le langage de jeunes mais fréquente dans le français parlé en général (Bedijs, 2015, p. 301). Pourtant, le renoncement à la particule « pas » est plutôt observé dans le parler de la jeune génération dont les formules plus connues sont « t'inquiète » ou « t'occupe » (Scherfer, 2003, p. 164).
- b) On peut contempler aussi une **ellipse** des articles (« c'est délire »), des prépositions (« être colère ») ou des constructions de phrases où les conjonctions sont refusées (« un look vie moderne » ou « côté pub ») (ibid.).

- c) Il est à mentionner que dans le langage des jeunes la structure de la phrase devrait rester simple : les temps complexes sont évités, la concordance des temps est souvent négligée et les relatives peu utilisées. En revanche, la phrase segmentée et la mise en relief sont des structures typiques dans les habitudes langagières des jeunes (Bedijs, 2015, p. 303).

La phonétique et la phonologie

Au côté phonétique, on constate que la génération plus âgée fait encore des oppositions qui deviennent plus faibles dans l'usage des jeunes.

- a) L'opposition entre des voyelles courtes et longues comme belle : bête (/bɛl/ : /bɛ :l/).
- b) L'opposition entre des consonnes nasales comme brin : brun (/brɛ̃/ : brœ̃/).
- c) Le phonème /ɲ/ est souvent remplacé par la combinaison phonétique /nj/ (Stein, 2014, p. 176).

En général, la prononciation est négligente ce qui implique l'apparition du son « schwa » comme dans « j'peux ». De même, le « l » à la fin d'un mot est souvent effacé, par exemple : « probab(le) ». Une autre particularité phonétique se manifeste dans le fait d'éviter la liaison (Joklik, 1999, p. 28).

Pour avoir un meilleur aperçu, il suivra une présentation des Youtubeurs et Youtubeuses dont quelques vidéos ont été choisies pour l'analyse linguistique.

3.3 Présentation des Youtubeurs et Youtubeuses

3.3.1 Cyprien

Dans la rubrique « A propos » sur la chaîne YouTube de Cyprien, le Youtubeur écrit simplement :

« Je fais des vidéos, en plus tu peux même les regarder ! La nature fait bien les choses... » (Cyprien, <https://www.youtube.com/user/MonsieurDream/about>, consulté le 30 mai 2017)

Sans rentrer dans les détails et avec une langue aisée, la vedette de YouTube fait une présentation de son projet. Cyprien Iov a commencé à publier des vidéos comiques sur YouTube

sous le pseudonyme « MonsieurDream » en 2007. Il est, aujourd'hui connu juste sous son prénom Cyprien, le vidéaste ayant le plus de succès parmi les stars françaises de YouTube. Selon socialblade.com (<https://socialblade.com/youtube/user/monsieurdream>, consulté le 30 mai 2017), à peu près 11 millions d'utilisateurs suivent sa chaîne et ses vidéos ont été visionnées plus de 1,5 milliard de fois. A l'âge de 28 ans, Cyprien a, au cours de sa carrière, travaillé pour plusieurs émissions télévisées avant de se focaliser à ses podcasts sur des portails vidéo. En outre, il joue, généralement avec d'autres Youtubers et Youtubers connus, dans quelques court- et long-métrages en tant qu'acteur et désigne des illustrations pour des t-shirts (Chayette, 2013; www.cyprien.fr; consulté le 31 mai 2017).

Cyprien suit le concept minimaliste que beaucoup d'autres Youtubers appliquent aussi : il se tient debout dans sa chambre, parle face à sa caméra dans ses tenues du quotidien et illustre le thème dont il parle avec des jeux de rôles (pour lesquels il n'est souvent déguisé qu'avec de différentes perruques). Ces sketches sont des scènes à part, intégrées au bon moment. Le montage est simple, pourtant avec des sauts de plans vifs et des cartons écrits qui apparaissent parfois sur l'écran pour insister sur ce qui vient d'être dit. Le Youtuber s'adresse à l'internaute au niveau des yeux en utilisant la forme « tu » et traite les thèmes choisis – des choses qui l'énerve, qui l'amuse ou simplement ce qu'il a vécu récemment pendant ses journées normales – avec une certaine autodérision que l'on ne peut pas s'empêcher de développer de la sympathie et un sentiment de proximité pour lui. Le jeune vidéaste s'explique ce fait ainsi : « C'est du vécu, sincère, direct et sans artifice. » (Cyprien, cité par Boisseau, 2013, consulté le 1^{er} juin 2017).



Image 2: Le vélo en ville - Cyprien

3.3.2 Norman fait des vidéos

Nous avons déjà anticipé sur la description du Youtubeur Norman Thavaud, connus sous le titre de sa chaîne « Norman fait des vidéos » (voir chapitre 2.2.2). Il est deuxième dans le classement des Youtubeurs français en ce qui concerne le nombre d'abonnés, juste après Cyprien, en dépassant les 9 millions (<https://socialblade.com/youtube/user/normanfaitdesvideos>, consulté le 1^{er} juin 2017). Ayant déjà des expériences dans le domaine de film, vu qu'il a même travaillé comme monteur de courtes vidéos, il a gagné, depuis son début en tant que « podcasteur » sur YouTube, de millions de fans. Lui aussi, ne limite pas son travail au Web mais se montre également au cinéma, à la télé ou sur scène, par exemple avec son spectacle « Norman sur scène » en 2015 (Krémer, 2015, 2016, consulté le 1^{er} juin 2017).

Ses vidéos sont construites de la même manière que celles de Cyprien : devant la caméra, installé au milieu de sa chambre, il parle de façon douce, généralement accompagné des musiques de fond, qui fonctionnent comme un leitmotiv pour différencier le monologue cohérent et les scènes d'acteur. Rien qu'en changeant de perspective, Norman nous fait comprendre qu'un jeu de rôle vient de commencer. Un déguisement, et parfois, la participation d'autres acteurs, renforcent cet effet.



Image 3: Jeux de rôle simple de Norman

Concernant les thèmes traités dans ses vidéos, ce jeune vidéaste les aborde déjà en se présentant sur sa chaîne :

« Bonjour ! Bah voilà je m'appelle Norman et je fais des vidéos où je raconte ma vie mais surtout je parle de choses qui nous concernent tous ! enfin je crois... »
(Norman, <https://www.youtube.com/user/NormanFaitDesVideos/about>, consulté le 1er juin 2017)

Norman précise que les Youtubeurs doivent rester simples et naturels afin de maintenir la relation proche à leurs fans. Avec les réseaux sociaux ils, les créateurs de vidéos et leur audience, sont connectés à tout moment, même au réveil. Pourtant, pour Norman, « il n'y a presque plus de barrière entre vie privée et publique » (Norman, cité par Krémer, 2016, consulté le 1^{er} juin 2017).

3.3.3 Natoo

Natoo, de son vrai nom Nathalie Odzierejko, est l'une des rares femmes sur YouTube dans la catégorie des humoristes. Selon socialblade.com, elle occupe la dixième place des Youtubeurs et Youtubeuses en France mais devant elle, ne sont que des garçons. Natoo est donc la vidéaste la plus célèbre parmi les filles sur YouTube en France. Avec la mise en ligne de ses vidéos, visionnées près de 400 millions de fois, la Youtubeuse de 32 ans a tenté un pas qu'elle reproche à d'autres filles de ne l'avoir pas encore fait : se lancer sur YouTube dans les catégories autres que la beauté. Nous reviendrons plus tard sur les attitudes de Natoo concernant les femmes sur YouTube, examinons d'abord les principales caractéristiques de ses réalisations :

A première vue, Natoo semble appliquer le même style des vidéos que Cyprien ou Norman : elle s'adresse aux internautes face à la caméra, joue de petits sketches en se déguisant et parle des choses banales du quotidien, souvent de façon ironique. On peut remarquer pourtant quelques différences. Natoo se montre davantage avec tout son corps, étant assise confortablement sur une chaise, sa canapé ou son lit. Pourtant, sa tête est mise en valeur par l'usage d'un objectif « Fish-Eye ». La Youtubeuse souligne ses qualités d'actrice en masquant sa voix, par des déguisements élaborés et avec sa mimique forte, même exagérée. En outre, Natoo crée de temps en temps une vidéo de musique où elle intègre son humour dans des chansons.



Image 4: Natoo

Dans ses vidéos, il s'agit fréquemment des femmes ou des thèmes qui concernent les filles/femmes, comme les titres des vidéos tels que « Les femmes et l'argent », « Comment être féminine », « Les femmes et l'humour » ou « Les règles » démontrent. Elle choisit les sujets qui l'énerve et émet sur YouTube une critique féministe en se plaignant de l'image des femmes dans notre société. Etant donné que la plupart des filles sur YouTube mènent une chaîne de beauté, Natoo, qui est régulièrement cible des commentaires sexistes comme « T'es drôle pour une fille », veut activement lutter contre les préjugés et encourager les filles de sortir de leur coin. Dans sa vidéo « Les femmes sur Youtube » elle se plaint de devoir sa réussite à son petit ami, Kemar, qui était déjà connu comme Youtubeur à l'époque où elle a débuté et évoque que quatre-vingts pour cent des Youtubeuses ont un rapport avec la beauté. A la fin, elle recommande aux filles de ne pas hésiter à parler de la littérature, du cinéma, du gaming, de la philosophie ou de la science sur YouTube.

Après plusieurs chansons, un livre, une marque de bijoux, des émissions à la télé (avec Cyprien et Norman), Natoo a prêté sa voix pour le doublage du film « Lego batman » et se lance dans son premier long-métrage en tant qu'actrice principale (Signoret, 2017, consulté le 2 juin 2017).

3.3.4 Emma Verde

Passons maintenant à une Youtubeuse québécoise qui remplit tous les points critiqués de la part de Natoo mais qui fait partie de nombreuses jeunes filles qui font leur carrière sur YouTube. Emma Verde, avec ses 20 ans plus jeunes que les vedettes de YouTube présentées jusqu'ici, a

choisi comme contenu sur sa chaîne le « life style ». Autrement dit, elle parle à son public, qui consiste en des filles de 12 à 17 ans, de la « décoration, de cuisine, de maquillage ou de vêtements » (Quirion, 2016a, consulté le 3 juin 2017). Contrairement à la France, où les Youtubeurs et Youtubeuses les plus populaires, généralement actifs dans le domaine de l'humour, atteignent environ 10 millions d'abonnés et en gagnent leur vie, les vidéastes au Québec doivent se contenter avec des chiffres beaucoup plus faibles, qui sont constitués des personnes intéressées en « life style-beauté ». Un demi-million d'internautes suit les vidéos d'Emma Verde, ce qui fait d'elle l'une des Youtubeuses les plus célèbres dans la région canadienne. (Quirion, 2016b, consulté le 3 juin 2017).

En guise d'introduction à chaque vidéo, la jeune québécoise sourit dans la caméra, l'arrière-plan et ses lèvres souvent en rose, en criant : « Salut tout le monde, c'est Emma. J'espère que vous allez bien ! ». L'accent québécois (ou anglais) ainsi que la tendance d'utiliser des anglicismes sont des signes pour sa proximité du monde anglophone. Ces vidéos varient entre des conseils de beauté (« 10 astuces beauté qui marchent »), des « travel diaries », où ses fans peuvent l'accompagner en Suisse ou en Grèce par exemple, et des DIY (un acronyme pour « Do it yourself »).



Image 5: Emma Verde

Avec son livre « Suivez-moi », dont elle a vendu 20 000 exemplaires en seulement 10 jours, Emma essaye d'aborder des thèmes plus sérieux comme « l'intimidation à l'école ou la confiance en soi » (Quirion, 2016a, consulté le 3 juin 2017). La jeune fille ne reçoit pourtant pas que de louanges. Nathalie Petrowski, journaliste pour La Presse à Montréal, est préoccupé par le

fait que la Youtubeuse loue avec ses vidéos un style de vie dans lequel la consommation et l'aspect physique occupent des places prépondérantes. Dans ce contexte, la journaliste parle de toutes les chaînes YouTube qui se limitent à l'encouragement des jeunes filles à s'acheter des choses inutiles ou à se maquiller. En outre, Petrowski émet une critique forte contre « l'insupportable recours aux anglicismes » dans le style langagier d'Emma (Petrowski, 2016, consulté le 3 juin 2017), ce qui démontre que même pour le Québec, l'utilisation des emprunts anglais est élevée. Nous examinerons, entre autres, ce fait dans l'analyse linguistique qui suit.

3.4 Analyse linguistique

Pour analyser le langage employé par les jeunes Youtubeurs et Youtubeuses, plusieurs vidéos ont été choisies. Parmi les nombreuses vidéos existant sur YouTube nous en examinerons deux à quatre par vidéaste, sélectionnées par des thèmes, qui concernent le plus les jeunes. Les vidéos entières sont disponibles sous les liens indiqués dans la bibliographie, c'est pourquoi il n'y aura ni de présentation ou d'analyse des contenus ni la transcription détaillée des vidéos dans ce travail. Nous analyserons les réalisations de ces quatre stars sur YouTube susmentionnées à partir de paramètres analytiques rédigés en avance. Pour mieux illustrer les résultats, des phrases clé seront données entre guillemets suivies par l'indication de la vidéo et la durée de la citation. Les vidéos choisies pour l'analyse et les abréviations dans l'indication des citations sont les suivants :

Les vidéos de Cyprien :

- A. « La préparation à l'entretien d'embauche » - abrégé par CA
- B. « La bouffe » - abrégé par CB
- C. « Les jeunes et la technologie » - abrégé par CC
- D. « Les gens sur Internet » - abrégé par CD

Les vidéos de Norman :

- A. « Les bilingues » - abrégé par NoA
- B. « Ces potes agaçants » - abrégé par NoB
- C. « Accro à ton Smartphone ? » - abrégé par NoC

Les vidéos de Natoo :

- A. « Les femmes sur YouTube » - abrégé par NaA

B. « La recherche des clés » - abrégé par NaB

Les vidéos de Emma Verde :

A. « DIY coques de téléphone » - abrégé par EA

B. « Emma en Suisse » - abrégé par EB

Pour ce travail analytique, la version numérique 5 du dictionnaire *Le Petit Robert* de l'année 2016 sera consultée. Supplémentairement, des dictionnaires du français argotique et familier ainsi que de la littérature des auteurs traitant les phénomènes du langage des jeunes, tel que Harel-Ramond (2015), serviront à la compréhensibilité du travail.

3.4.1 Le lexique

a) Les procédés métaphoriques et métonymiques :

Les énoncés métaphoriques et métonymiques ont, en général, déjà trouvé une place dans le registre familier du français. Dans les dictionnaires comme le *Petit Robert*, ils portent la remarque *fig.* et *fam.* et ne sont souvent pas indiqués en tant que mot propre au langage des jeunes. Tout de même, l'utilisation du mot « galère » pour désigner une situation pénible est, selon Bernet et Rézeau (1989, p. 174-175), très fréquente chez les jeunes.

« En tout cas, qu'ils soient agaçants ou pas, les poteaux, les amis, heureusement qu'ils sont là, parce que, quand t'es en galère, quand t'as plus rien, t'as besoin d'quelqu'un bah c'est sur eux qu'tu peux compter. » [NoB: 03:36-03:45]

Dans cet énoncé, Norman précise encore le fait d'être « en galère », pour souligner la détresse qu'il veut manifester. La signification initiale de ce mot est, selon le *Petit Robert* (2016): « Bâtiment de guerre à voiles et à rames ». L'utilisation de « galère » au quotidien fait référence à la peine de ceux, qui étaient, autrefois, condamnés à ramer sur les galères.

Un autre terme qui est utilisé de façon métaphorique, mais qui n'est, également, pas seulement connu dans le langage des jeunes est « être fauché », ce qui signifie « être sans argent ». Dans ce contexte, Cyprien fait aussi allusion à un oiseau, le pigeon, pour parler d'une dupe. C'est peut-être en raison du fait que ces oiseaux sont vus de manière qu'ils soient peu intelligents et que, pour cela, il est facile de les tromper, que cette métaphore est née. Dontchev (2000, p. 249) aborde aussi l'expression « plumer un pigeon », ce qui veut dire « dépouiller un naïf de son argent » et la dérivation « pigeonner » pour obtenir le verbe.

« Je pense que la période entre la fin d'tes études et le moment où tu commences à travailler est une des pires périodes de ta vie quoi. T'as pas d'boulot donc t'es fauché et t'es plus étudiant donc t'as plus d'rédution, t'est pigeon quoi. » [CA: 00:04-00:13]

Provenant aussi du langage familier et utilisé de façon figurative est la désignation d'avoir faim avec le mot « creux ». En général, on entend par un creux une cavité, alors que dans cet exemple, Nattoo parle d'un creux dans son estomac :

« Après, j'ai eu un p'tit creux. » [NaB: 02:44-02:46]

Très fréquent chez les jeunes est l'utilisation de l'expression « faire une grosse soirée » pour décrire la participation à une bonne fête. C'est souvent une nuit amusante mais fatigante qui dure des fois jusqu'à l'aube, accompagnée généralement des amis, de la musique et de l'alcool.

« On a d'jà fait une grosse soirée la semaine dernière, on a du mal à s'r'mettre. » [NoB: 00:35-00:39]

L'adjectif « pourri » n'est pas seulement utilisé pour parler des objets corrompus ou de la nourriture périmée mais aussi dans un contexte plus émotif, comme dans cet exemple :

« Bon, en fait, c'est pourri Twitter, ciao. » [CD: 01:51-01:54]

Dans le langage des jeunes, des énoncés métaphoriques apparaissent aussi de manière spontanée, pour se faire comprendre en parlant par sous-entendus.

« Donc pas besoin d'préciser qu'il faut bien préparer son entretien hein pour cartonner. T' imagine, l'employeur, il cherche ton nom et ton prénom sur Facebook et t'as oublié d'faire le ménage dans tes photos. » [CA: 00:37-00:55]

Dans cette citation, la préparation à l'entretien d'embauche consiste à vérifier les photos de soi-même, qui sont enregistrées sur Internet, notamment sur Facebook. Le « ménage » fait allusion au grand nombre des photos que les jeunes ont d'eux en ligne. Ils n'ont plus aucun aperçu sur ce qui apparait de leur vie privée sur Facebook, c'est pourquoi « le ménage » est importante avant un entretien d'embauche.

Les métaphores peuvent être construites avec une préposition qui n'est pas possible dans l'usage primitif. Cela est le cas dans l'expression « en chien », qui signifie selon Harel-Ramond (2015, p. 136) « abandonné », « laissé pour compte » ou « en manque ». Elle peut être expliquée par la

manifestation « traiter quelqu'un comme un chien », à supposer qu'un chien ne reçoit pas d'autre attention que de la réprimande.

« Le mec en chien. Tu vois très bien de quoi j' parle, pas besoin d't'expliquer, je pense. » [CD: 02:50-02:53]

Dans sa vidéo, Cyprien n'entre pas dans les détails pour décrire ce nouveau type d'internaute. Mais en regardant le jeu de rôle qui suit, on comprend que le Youtubeur parle de tous les garçons qui compensent le manque d'une fille à leur côté avec les possibilités que permettent les médias sociaux. Autrement dit, ce « mec » regarde régulièrement des photos des filles inconnues sur l'application Instagram. Cela souligne l'aspect déplorable du « mec en chien ».

Nous rencontrons une autre allusion à un animal chez Natoo. Pendant une scène jouée, elle traite une remarque obscène et sexiste d'un homme envers elle, sans vouloir attirer beaucoup d'attention là-dessus. Le fait que Natoo intègre cette courte scène dans sa vidéo sur la recherche des clés dévoile bien sa préoccupation avec le sexisme quotidien.

« Avant d'rentre, j'ai croisé un mec qui m'a dit qu'j'avais une belle croupe de jument, qu'il avait envie d'me monter » [NaB: 02:24-02:28]

« Monter » dans ce contexte est utilisé de façon métaphorique. Vu que cet homme, que l'on ne voit pas dans la vidéo, aimerait « monter » sur la « croupe de jument » de Natoo, il veut sous-entendre qu'il a envie de coucher avec elle.

Une autre expression trouvée dans les vidéos, n'étant certes pas spécialement typique pour le langage des jeunes mais montrant bien la tendance des jeunes à parler de manière figurative est « mettre les bâtons dans les roues », ce qui veut dire selon le Petit Robert (2016) « susciter des difficultés, des obstacles ».

« Mais on va te mettre les bâtons dans les roues sinon c'est trop simple. » [CA: 00:34-00:35]

b) Les emprunts :

Le plus souvent, on trouve des emprunts de la langue anglaise ou de l'argot traditionnel dans le langage des jeunes. Nous allons aussi intégrer dans ce chapitre les emprunts du langage familier du français, c'est-à-dire des termes familiers, qui ne sont pas exclusivement typiques pour les jeunes mais utilisés par la majorité des francophones dans de certaines situations (notamment dans des conversations à l'oral). En outre, il y aura une partie qui résume le lexique trouvé dans

les vidéos ayant son origine dans les nouveaux médias. Ce sont en général des mots anglais, prononcé de façon française, qui seront dérivés avec des suffixes ou préfixes français¹⁸.

Une grande partie des **emprunts anglais** apparaît dans les vidéos de la jeune canadienne, Emma Verde. Le mot « cool » a déjà trouvé une place fixe dans le langage des jeunes. Il doit sa popularité probablement à son emploi simple et universel puisqu'il peut être utilisé pour manifester presque tous les appréciations positives. Le plus souvent, on le trouve dans l'expression « c'est cool », qui peut être intensifié par des variétés d'adverbes.

« La semaine dernière, je suis allée en Suisse et c'était vraiment, vraiment cool. » [EB: 00:17-00:20]

« Puis, rencontrer plein d'abonnés, c'était vraiment trop cool. » [EB: 00:27-00:30]

Emma intègre dans son français, marqué par un accent québécois, d'autres adjectifs tirés de l'anglais, par exemple « cute » pour dire « mignon », « adorable » :

« Puis, tout ce qui vous reste à faire, c'est de le mettre dans le case de téléphone et je trouve le résultat trop cute. » [EA: 03:39-03:45]

« Puis après, j'ai pris des autocollants comme ça, en sushi, qui sont trop cute. » [EA: 04:14-04:20]

De plus, nous rencontrons l'interjection « Yes », manifestant de la joie :

« Yes! » [CA: 00:28]

Une autre expression anglaise, qui fonctionne comme une interjection, est la traduction de « Oh mon dieu », à savoir « Oh my god ». Elle est employée dans des situations considérées de façon positive ainsi que négative.

« Oh my god, je suis comme tellement fâchée après moi. » [EB: 01:40-01:44]

« J'étais juste trop contente de vous rencontrer, merci pour tous les chocolats que j'ai reçus, oh my god. » [EB: 07:06-07:11]

« Oh my god, qu'on est bien. » [EB: 05:08-05:11]

¹⁸ Nous en apprendrons plus dans le chapitre 3.4.3 qui traite de l'analyse des néologismes.

« Bye » est une possibilité pour dire au revoir et devient de plus en plus populaire chez les jeunes. Pourtant, c'est courte formule d'adieu est aujourd'hui connu chez les français de toutes les tranches d'âges. Il faut y ajouter que l'italianisme « ciao » est aussi très fréquent dans le parler de la jeune génération.

« Puis nous, on va s'revoir dimanche prochain, bye. » [EA: 04:34-04:38]

« Bon, en fait, c'est pourri Twitter, ciao. » [CD: 01:51-01:54]

On constate, surtout en ce qui concerne le style langagier de la Youtubeuse Emma Verde, une affinité forte avec des anglicismes. Cela peut parfois s'expliquer par le manque d'un mot convenable en français, ce qui pourrait être le cas pour « photo shoot ».

« On vient de finir le photo shoot. » [EB: 03:43-00:45]

Dans d'autres cas, le recours à la langue anglaise n'a pas de raison en soi. D'un côté, on pourrait juger ce fait positivement en argumentant que les jeunes sont plus ouverts envers d'autres langues (et, par conséquent, envers d'autres cultures aussi). De l'autre côté, le remplacement des termes français par des anglais n'est pas apprécié par tout le monde, comme l'exprime Petrowski (2016). Les exemples suivants dévoilent l'usage des mots anglais en abondance dans le langage des jeunes¹⁹ :

« Donc voilà, c'était les updates et bienvenu dans mon vlogue. » [EB: 02:13-02:16]

« Ce soir, c'est le meet-up. » [EB: 04:12-04:13]

« J'aimerais vraiment vous montrer comme euh... mes outfits of the day. » [EB: 05:31-05:34]

« Mais bien sûr, au moment où je twerkais, la clé a dû tomber d'ma poche. » [NaB: 03:03-03:07]

Dans le dernier exemple, nous rencontrons une dérivation du verbe « to twerk » ou bien du substantif « twerking » qui constitue avec le suffixe « -er » le verbe français « twerker », un verbe régulier qui peut être conjugué sans difficulté. Le « twerking » est un style de danse qui est récemment devenu populaire. Plus tôt dans la même vidéo, Natoo appelle le twerking « la danse contemporaine » pour faire allusion à cette nouveauté. En effet, il n'existe pas de traduction, c'est pourquoi le mot anglais devient le radical pour l'emploi français.

¹⁹ D'autres anglicismes qui sont nées avec les nouveaux médias seront abordés plus tard.

Comme nous avons déjà évoqué, l'utilisation des anglicismes dans le langage des jeunes est dû aussi à la forte présence des nouveaux médias dans leur quotidien. Normalement, le nom d'une application ou d'un site web demeure en anglais, comme par exemple « Snapchat », la prononciation pourtant, s'effectue souvent en français.

« Soit c'est un filtre Snapchat, soit c'est le cadrage ou sa main devant son nez, bref, on verra jamais son visage entier. » [CD: 00:07-00:12]

On constate que les appellations anglaises pour des activités ou des « objets » sur les sites web ou dans les applications sont aussi reprises dans la langue française. La dérivation des radicaux repérés, avec des suffixes ou préfixes français, ainsi que leur conjugaison naturelle permettent l'intégration facile dans le langage courant. Plusieurs exemples, avec des commentaires et des explications, seront donnés dans ce qui suit.

« Le dernier Tweet de François Hollande, il est énorme, regarde. » [NoC: 02:36-02:38]

Cette phrase révèle que les politiciens, eux aussi, se servent des médias sociaux afin de gagner de la popularité. Ici, il s'agit de Twitter, un réseau social qui permet de partager de courts messages avec de nombreuses personnes. Twitter est un mot anglais de la catégorie des verbes est se traduit par « gazouiller », c'est alors le bruit que fait un oiseau. Le « tweet » n'est rien d'autre que l'onomatopée en anglais pour « cui-cui »

« Donc voilà, j'espère que vous allez aimer la vidéo, si vous l'aimez, mettez un thumbs up puis à la fin d la vidéo, dites-moi dans les commentaires quel case slash coque de téléphone vous avez préféré et let's go. » [EA: 01:04-01:17]

Dans cette citation, Emma Verde recourt à un très grand nombre d'anglicismes. En général, « thumbs up » est une expression voulant dire « bravo ». Mais dans ce contexte, nous entendons une signification en plus : lorsqu'elle dit « mettre un thumbs up », Emma fait référence au pouce vers le haut, indiqué, à côté d'un pouce vers le bas, en-dessous de chaque vidéo sur YouTube (voir l'image 6).

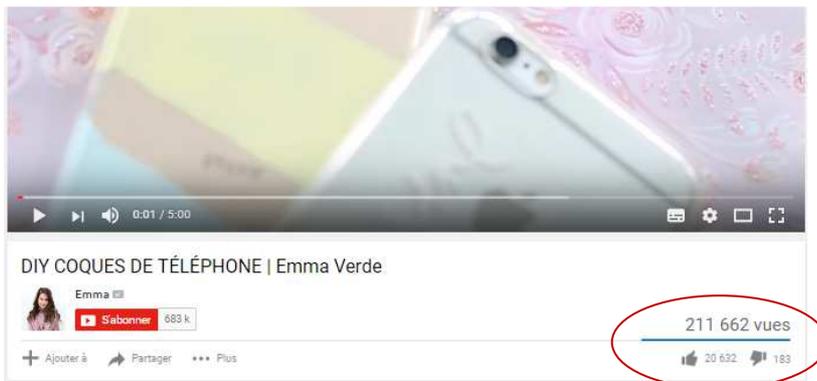


Image 6: Thumbs up

Plus tôt dans la vidéo, la Youtubeuse explique que le « case » de téléphone est la même chose que la coque de téléphone mais qu'elle, en tant que Québécoise, utilise le mot anglais. Le « slash » est le nom du signe typographique « / », qui signifie dans ce cas « respectivement ». Un « let's go » à la fin de la phrase témoigne encore une fois le mélange volontaire de ces deux langues dans le langage des jeunes.

« Il snap tout le temps, sans prev'nir, en scred. » [CD: 00:24-00:27]

« Tu fais un snap ? – Non. – Mais tu préviens quand tu fais un snap, c'est tout, tu fais pas ça en scred. [CD: 00:28-00:27]

Ces exemples présentent un nouveau verbe, à savoir « snaper » (ou bien « faire un snap »), qui s'est développé depuis le nom d'une application pour les smartphones. Il est question de « Snapchat », un nom composé des mots anglais « snap » et « chat ». Le « snap » porte la signification d'un instantané dans la photographie et le « chat », un mot connu dans le langage médiatique depuis longtemps, est un endroit en ligne où plusieurs internautes peuvent communiquer simultanément. C'est-à-dire que Snapchat est une application qui permet de prendre des photos du quotidien et de les montrer à plusieurs personnes, qui, par conséquent, peuvent y réagir. La phrase « il snap tout le temps » signifie donc que cette personne dont il est question prend continuellement des photos de son environnement afin de les partager avec le monde sur Snapchat.

« Le stalker. Il vous ajoute en ami sur Facebook, mais il ne poste rien, ne like rien, n'a même pas d'photo de profil, pour moi c'est un espion. » [CD: 02:27-02:34]

Entre « l'ami sur Facebook », « le stalker », un soi-disant poursuiveur, et « l'espion » existe un lien paradoxal qui montre bien la nouvelle conception de la notion « ami » dans les médias

sociaux. Un ami sur Facebook ne doit pas forcément être un ami dans la vraie vie. Cyprien évoque que certains ne s'inscrivent sur Facebook que dans le but de connaître plus sur la vie privée d'une personne, sans donner des informations de soi-même. Les activités principales sur ce réseau social, « poster » (= publier un texte, une photo ou une vidéo sur son profil) et « liker » (= aimer), sont appelées avec les termes anglais.

« Le hashtageur. Sa photo, elle est bidon, par contre, il a mis tous les hashtags possibles. » [CD: 03:27-03:30]

« Hashtag happy, hashtag mood, hashtag Paris, hashtag BG, persévérance, hashtag ambition. – Hashtag j'fais pitié, hashtag pas d'ami non ? » [CD: 03:31-03:38]



Image 7: Les hashtags

Le mot « hashtag » est devenu très courant dans le langage des jeunes car il est utilisé dans presque tous les domaines d'Internet aujourd'hui. Née sur Twitter, un hashtag est un mot ou un groupe de mots marqués par le signe « # » et à la fonction d'un mot clé. Quand une personne sur Twitter marque un mot en tant que hashtag, ce mot devient cliquable et on peut accéder à tous les autres Tweets traitant du même sujet. D'autres sites, comme Facebook ou Instagram, ont adapté ce principe (Bathelot, 2015, consulté le 15 juin 2017). Dans l'exemple donné, Cyprien crée le mot « hashtageur » par le simple procédé de dérivation, en ajoutant le suffixe « -eur » au mot de base, pour désigner quelqu'un qui orne ses photos avec beaucoup de hashtags peu pertinents. Il faut remarquer que le signe « # » est souvent suivi par d'autres mots en anglais, comme par exemple « happy » ou « mood ». On comprend bien le caractère ironique et moqueur de cette scène.

« Avant de partir, j'vous avais demandé si vous vouliez voir un vlog ou un travel diary de mon voyage. » [EB: 00:33-00:37]

Un autre mot élaboré à partir de nouveaux phénomènes médiatiques est « vlogue », une liaison de « vidéo » avec « blogue ». Il n'est pas difficile à repérer qu'il s'agit d'un blogue vidéo. Cependant, ce néologisme n'a pas d'origine typique anglophone, c'est pourquoi nous le traiterons encore une fois plus tard dans les chapitres sur la création des mots. Un énoncé bien en anglais est pourtant le « travel diary » qui se réfère sur un type de vidéo dans laquelle les impressions d'un voyage seront partagées avec les internautes.

« Il y a une nouvelle application qui s'appelle 'Yo' et qui permet d'envoyer à tous ces amis des 'Yo'. » [CC: 02:38-02:43]

On pourrait se demander maintenant quel objet porte le nom « Yo » mais il s'agit effectivement d'un simple mot de salutation provenant du langage des jeunes anglophones.

En ce qui concerne l'usage des **emprunts des autres langues**, les vidéos choisies n'en dévoilent pas autant que ceux dérivant de la langue anglaise. Les quelques trouvés se limitent à « kiffer » et « matter ». Le premier, voulant dire « apprécier », a son origine dans les pays arabes, comme le Maroc ou la Tunisie, où le « kiff » est une désignation pour le haschisch. D'après Harel-Ramond (2015, p. 164), le verbe « kiffer » veut simplement dire « fumer en prenant du plaisir », ce qui a donné le sens de « apprécier » ou « aimer ». Le verbe « matter » implique « regarder attentivement » et s'origine dans l'espagnol. Le « mata » en espagnol a le sens d'un buisson où l'on se cache, ce qui a été transformé en un verbe, « matar ». Intégré dans le français, le verbe « matter » est né et utilisé dans le langage des jeunes (ibid. p. 167). Voici deux exemples pour ces emprunts :

« C'est vrai qu'avec les smartphones, on dirait qu'les gens, ils kiffent plus leur vraie vie. Quand tu vas à un concert, y'a tout le monde qui filme et personne ne regarde le truc en live. » [NoC: 00:27-00:34]

« Hé mon gars, hier j'étais à un concert c'était tellement énorme, matte ! » [NoC: 00:37-00:39]

Nous trouvons dans la première citation aussi l'anglicisme « en live » ce qui veut dire « en direct ». Pourtant, « live » est un mot anglais déjà très courant chez les Francophones de tout âge.

Les jeunes utilisent généralement le plus souvent possible **des termes et des expressions du registre familier**. Nous allons traiter ces emprunts du français familier aussi dans ce chapitre. Il s'agit des mots très connus par la majorité des personnes francophones, mais on constate que les jeunes sont plus enclins à les utiliser fréquemment. Le « mec » et le « pote », par exemple,

apparaissent continuellement dans des conversations entre jeunes. Cela peut être illustré par de nombreux exemples trouvés dans les onze vidéos analysées.

Commençons par les possibilités de parler du « travail » : le « boulot » et le « job », un anglicisme, semblent être les plus populaires au registre familier :

« Je pense que la période entre la fin d'tes études et le moment où tu commences à travailler est une des pires périodes de ta vie quoi. T'as pas d'boulot donc t'es fauché et t'es plus étudiant donc t'as plus d'rédution, t'est pigeon quoi. » [CA: 00:04-00:13]

« Oh, oh ce carton, j'ai cartonné, là le job il est à moi, c'est sûr. » [CA: 01:36-01:45]

Dontchev (2000, p. 428-429) cite encore beaucoup d'autres termes familiers qui sont synonymes de « travail », parmi eux le « taf » avec le verbe « taffer » ainsi que le verbe « bosser » que l'on entend aussi chez les élèves, voulant dire « réviser, étudier »²⁰.

Dans le deuxième exemple, nous trouvons aussi le terme familier « carton » et son verbe équivalent « cartonner », qui se réfère à un grand succès. Selon Dontchev (ibid., p. 70), ces mots familiers ont d'autres significations aussi, qui sont parfois très opposées : le « carton » peut être une mauvaise note à l'école ou une « nette victoire sur quelqu'un » ainsi que le verbe « cartonner » est utilisé en synonyme de « faire l'amour » ou « avoir un accident de la route », en citant seulement quelques expressions mentionnées. Ces significations contraires montrent bien que le contexte dans lequel ces termes sont utilisés dévoile leur sens. Ici, le sens de « réussir » est évident :

« Donc pas besoin d'préciser qu'il faut bien préparer son entretien hein pour cartonner. T' imagine, l'employeur, il cherche ton nom et ton prénom sur Facebook et t'as oublié d'faire le ménage dans tes photos. » [CA: 00:37-00:55]

On pourrait dire que le contraire de « cartonner » dans le langage familier est « louper ». Il signifie selon le Petit Robert (2016) « mal exécuter (un travail, une action) », alors « mal réussir » ou bien « rater », par exemple un train ou une occasion. On le rencontre également dans la forme pronominale « se louper » qui a le sens de « se tromper ».

²⁰ Exemple provenant de mes expériences vécues en France.

« C'est même pire que pas doué, je suis quand même le seul homme qui peut louper des pâtes. »
[CB: 01:49-01:54]

« Encore plus fort, je suis même capable de louper des plats au micro-ondes. » [CB: 02:07-02:11]

« Ne gâche pas mes snaps [...] et voilà, c'est loupé. » [CD: 01:11-01:14]

La « bouffe » a la fonction de décrire tout ce qu'on peut manger, c'est-à-dire de la nourriture mais ce mot apparaît aussi dans le sens de « repas » dans l'expression « se faire une bouffe » (Dontchev, 2000, p. 52). Ce substantif provient du verbe « bouffer », un mot familier qui signifie « manger ». Selon Colin, Mével et Leclère (2001, p. 96) l'origine du verbe « bouffer » est onomatopéique parce qu'il rappelle au son qui se produit pendant le gonflement des joues. Ce groupe de mot est aujourd'hui très répandu dans la langue française.

« Parce que quand t'y penses, la cuisine, c'est quand même la pièce la plus stylée dans l'appartement. C'est là où y'a toute la bouffe. » [NaA: 03:48-03:52]

D'autres mots utilisés très fréquemment dans le langage des jeunes sont les susmentionnés « mec » et « pote ». Dans le suivant, quelques exemples des phrases, comportant ces deux termes, sont donnés, mais on pourrait bien rallonger la liste. Ils sont tellement populaires dans l'usage des jeunes que l'indication de chaque phrase ne serait pas nécessaire. « Mec » provient de l'argot ancien et désignait autrefois un « chef » ou un « roi », alors qu'aujourd'hui, c'est l'appellation générale de tout homme (Colin et al., 2001, p. 508) ou d'un amant. Le « pote », en étant synonyme de « ami, copain », ne change pas de forme quand il est question d'une personne féminine. C'est une apocope du mot argotique « poteau », qui signifie « ami dévoué » (ibid., p. 654-655).

« Qu'est-ce que tu fais là, j'suis toujours là, sympa le mec qui prend son téléphone alors qu'il est avec son pote. – Tu veux pas aller aux chiottes comme ça j'suis sur Facebook ? » [CC: 01:50-01:54]

« Sauf que, je me disais, le jour où ce mec va rencontrer un autre mec tactile, ça va être un p'tit peu chelou. » [NoB: 02:53-02:58]

« Je voulais juste parler d'un p'tit délire, c'est ces potes, tu vois, ces amis qu'on aime bien euh mais qui, parfois, sont un peu agaçants, tu vois, voire un peu énervants, on a pas envie d'eux mettre des p'tites baffes sur la tête... bah bah bah. » [NoB: 00:02-00:13]

« On s'rend compte que, que les smartphones, c'est vraiment une drogue euh quand on passe une soirée avec ses potes comme ça. » [NoC: 00:11-00:16]

« En tout cas, qu'ils soient agaçants ou pas, les poteaux, les amis, heureusement qu'ils sont là parce que, quand t'es en galère, quand t'as plus rien, t'as besoin d'quelqu'un bah c'est sur eux qu'tu peux compter. » [NoB: 03:36-03:45]

Dans ces citations, nous trouvons d'autres énoncés typiques pour le langage des jeunes, tels que « chiottes », « chelou » ou « baffe ». « Aller aux chiottes » veut dire « aller aux toilettes » et trouve son origine dans le verbe « chier ». A la forme singulier le mot « chiotte » porte aussi la signification d'un « véhicule motorisé » (Colin et al., 2001, p. 180). « Chelou » est un mot vernalisé et sera encore traité plus tard dans le chapitre respectif. Le troisième terme qui reste à expliquer, la « baffe », est un synonyme familier de « gifle » et apparaît aussi sous d'autres formes, à savoir « bâfre » ou « baffre ». Il s'agit d'une onomatopée qui évoque le coup, ce qui devient très clair dans l'exemple donné, tiré de la vidéo de Norman (« bah »).

Continuons avec un mot qui fait partie de beaucoup d'expressions familières : la « gueule ». Originellement utilisé pour parler de la bouche de certains animaux (Robert, 2016), il a été adapté plus tard dans le français populaire à l'être humain. La « gueule » désigne d'un côté la bouche, de l'autre côté, le visage entier d'une personne (Colin et al., 2001, p. 419-421).

« La meuf qui a tout l'temps son téléphone devant son visage et qui s'prend en photo d'avant un miroir. On connaît son corps, on verra pas sa gueule. » [CD: 03:45-03:50]

Comme déjà évoqué, la « gueule » surgit dans de nombreuses expressions, comme dans « tirer la gueule » de l'exemple suivant, ce qui signifie « bouder » :

« Alors les plus touchés, ce sont les ados, bien évidemment, qui développent des symptômes bizarres à cause des téléphones. Par exemple, ma p'tite sœur est touchée par ce que j'appelle 'le syndrome Snapchat'. C'est-à-dire, on est à table avec mes parents et comme toutes les ados, elle est sur son téléphone et elle tire la gueule ... » [CC: 01:57-02:09]

De plus, dans le langage des jeunes les expressions « fermer la gueule » = « se taire », « se soûler la gueule » = « s'enivrer » ou « avoir la gueule de bois » = « état de malaise pâteux au lendemain d'une trop grosse absorption d'alcool » (ibid.) sont très répandues mais aussi connues chez les générations plus âgées. Le même fait peut-on constater en ce qui concerne les expressions avec « foutre ».

« J'ai pas pourquoi mais j'ai l'impression qu'les mecs qui ont des iPhones, ils s'en foutent complètement de toutes les autres marques de smartphone. » [NoC: 01:56-02:01]

« J'ai l'impression qu'les bilingues, ils ont une sorte de... de besoin de t'foutre la honte et euh ils aiment bien te mettre dans des situations de manière à te rappeler t'es une merde à côté d'eux. » [NoA: 00:54-01:02]

Dans la première citation, nous trouvons l'utilisation pronominale de « foutre » qui a suscité le substantif « je-m'en-foutisme » ou bien le « je-m'en-foutiste », indiqué aussi dans le Petit Robert. Elle manifeste l'indifférence d'une personne envers quelque chose ou quelqu'un. Dans le deuxième exemple, « foutre » apparaît dans le sens de « lancer », « donner » avec violence. Il existe pourtant de nombreux d'autres types d'apparitions de ce mot familier (Robert, 2016).

Voici encore deux autres expressions dont le sens serait difficile à dévoiler si les registres de langues ne sont pas étudiés. Parce que dans « prendre son pied » et « si ça se trouve » nous ne rencontrons aucun mot familier en soi.

« Elles s'cachent, elles t'observent, elles prennent leurs pieds. » [NaB: 03:44-03:46]

« Si ça s'trouve que t'es sexiste même envers ta mère, après tout. » [NaA: 03:32-03:33]

L'expression « prendre son pied » est née dans l'argot traditionnel. Décrivant originellement le plaisir sexuel, elle est aujourd'hui utilisée pour exprimer un grand plaisir quelconque. « Si ça se trouve » est selon le Petit Robert une manière de dire « peut-être que » et exprime alors une éventualité.

La citation suivante présente deux énoncés qu'on entend souvent chez les jeunes lors d'un énervement. « En avoir marre » veut simplement dire « en avoir assez ». L'expression « ça me soûle » est très répandue dans le parler de la jeune génération. Il faut remarquer que le verbe « soûler » peut être employé de façons différentes. Dans un registre littéraire il signifie « rassasier » alors que dans le langage familier ce mot est utilisé en synonyme de « ennuyer, importuner » (Dontchev, 2000, p. 300). Un autre sens se présente lorsque le verbe apparaît à la forme pronominale réfléchi « se soûler », ce qui implique « s'enivrer » (Robert, 2016). On trouve l'exclamation « ça me soûle » souvent en tant que phrase propre ou à la fin d'une phrase :

« Oh j'en ai marre de rêver en anglais, ça m'soûle. » [NoA: 00:30-00:33]

Il faut ajouter que « marre » n'apparaît pas seulement sous la forme d'un adverbe. Le verbe qui va avec, « marrer », signifiait autrefois « ennuyer » mais aujourd'hui, cela a changé : dû à l'utilisation par antiphrase, le verbe, normalement construit avec le pronom réfléchi, a reçu le sens de « rigoler, s'amuser » (ibid.).

« Mais attention, le chanteur, il peut dire n'importe quoi, t'as toujours un bilingue qui s'marre pour un truc qu'il a compris. » [NoA: 02:07-00:06]

3.4.2 Le lexique plus la syntaxe

a) Le changement des verbes de transitif en intransitif :

Dans les vidéos analysées, ce phénomène n'est pas fréquent. Nous ne pouvons citer qu'un exemple :

« Ç'soùle » [NoC: 03:25-03:26]

Comme nous avons vu, « souler », étant en soi un terme familier, fait partie des verbes transitifs. Bien qu'ici, il soit utilisé de façon intransitive, « souler » maintient la fonction d'exprimer l'énervement.

b) La tendance à utiliser les verbes à la forme pronominale réfléchie :

Dans la citation suivante nous trouvons le verbe « raconter » avec le pronom réfléchi « se » et le pronom d'objet directe « la ».

« Les mecs qui sont bilingues, enfin, ceux qui parlent bien anglais, en général, ils se la racontent pas trop. » [NoA: 00:00-00:06]

Par ce procédé, nous recevons une toute nouvelle signification : l'expression « se la raconter » implique « se vanter » (Robert, 2016). On peut constater que cette expression est synonyme de « se la péter », où on trouve le mot familier recyclable « péter ». Il apparaît en tant que mot propre ou dans des expressions diverses qui présentent des significations variables (Dontchev, 2000, p. 246).

« P'tain ça m'énerve... non mais c'est vrai, moi, avec mes origines, je n'pourrai jamais m'la péter comme ça... pff, ça s'ra toujours nul. » [NoA: 00:33-00:41]

« Mais on peut pas s'la péter quand on parle Ch'ti. » [NoA: 00:49-00:51]

Dans l'exemple suivant, le procédé de la transformation des verbes à la forme pronominale réfléchi est clairement visible. Le verbe « barrer » dans le français standard ne comporte pas de pronom réfléchi, dans le langage des jeunes pourtant, cela peut bien être le cas. « Se barrer » implique alors « partir rapidement » (Colin et al., 2001, p. 46).

« Solution numéro deux : ta clé s'est barrée ! » [NaB: 04:18-04:20]

c) Même si, selon Bedijs (2015, p. 203), la conversion est typique pour les jeunes, nous n'en avons trouvé aucun exemple dans les vidéos analysées pour ce travail.

3.4.3 Les néologismes

a) La dérivation :

Dans le langage des jeunes, la dérivation est l'un des procédés les plus populaires quand il s'agit de la formation des mots.

En ce qui concerne l'emploi des suffixes, ceux cités par Zimmermann ou Scherfer²¹ n'apparaissent guère dans les vidéos des Youtubeurs et Youtubeuses. Le suffixe « -er » par exemple, sert à construire facilement un verbe régulier d'un nom déjà existant. C'est le cas dans la citation ci-dessous d'Emma Verde :

« Et j'ai vlogué tout ça et ce matin, je réalise que j'ai oublié ma caméra de vlogue dans le uber hier soir. » [EB: 01:09-01:17]

Comme nous avons vu, par un « vlogue » on entend un blogue sous forme d'une vidéo. L'abréviation de « vidéo blogue » donne ce néologisme, dont l'orthographe peut varier entre « vlogue » et « vlog ». Emma Verde crée de ce substantif le verbe « vloguer » pour décrire l'action. De plus, on peut constater que le **suffixe** par excellence pour nommer une personne exerçant une certaine activité est « -eur » pour un homme est « -euse » pour une femme. Il en ressort que la personne qui fait des vlogues est appelée le « vlogueur » ou la « vlogueuse ». Le même procédé applique Cyprien lorsqu'il définit l'individu qui ajoute rapidement et continuellement des gens sur la liste d'amis sur Facebook et celui qui aime indiquer un grand nombre de hashtags sous chaque photo sur Instagram.

²¹ A voir dans le chapitre 3.2. sur les paramètres de l'analyse.

« L'ajouteur compulsif. Tu l'rencontre, au bout d quatre seconde il t'ajoute sur Facebook. Rapide. » [CD: 02:09-02:13]

« Le hashtageur. Sa photo, elle est bidon, par contre, il a mis tous les hashtags possibles. » [CD: 03:27-03:30]

Quant aux **préfixes**, « super » en est le seul apparu dans les vidéos :

« Je garde des vieux plats complètement pourris dans mon frigo, ils ont commencé à muter et tout, c'est superflippant. » [CB: 01:02-01:09]

Ce préfixe sert à l'intensification, de manière positive ou négative, des adverbes mais il peut arriver tout seul aussi, en tant qu'exclamation ou dans la phrase « c'est super ». Pourtant, dans ce cas, la connotation est toujours positive sauf s'il s'agit de l'ironie. L'adverbe « flippant » provient du verbe « flipper » et trouve son origine dans l'anglais. Intégré dans le français, « flipper » signifiait primitivement « être abattu, déprimé lorsque la drogue a fini son effet ». Pourtant, de nos jours, il exprime l'angoisse ou l'agitation en général (Robert, 2016).

b) Les compositions :

Elles apparaissent surtout en combinaison avec des anglicismes ayant leurs origines dans les phénomènes des nouveaux médias, démontrées par ces citations :

« Le livetwitteur. » [CD: 01:29-01:30]

« L'instabouffe. S'il prend pas en photo son plat, il est pas bien. » [CD: 03:09-03:11]

Le « livetwitteur » est une composition du mot anglais « live » et du nom du réseau social « Twitter ». En ajoutant le suffixe « -eur » et en reliant ces deux mots, Cyprien obtient la désignation d'un internaute, qui fait des Tweet dans lesquels il raconte ce qu'il est en train de faire. Presque le même procédé de créer un mot est appliqué dans le deuxième exemple, « instabouffe ». Ici, la deuxième partie, « bouffe », est un mot très connu dans le langage familier, alors que la première partie, « insta », fonctionne comme un suffixe et fait référence à l'application Instagram. Encore une fois, ce néologisme décrit une personne caractéristique, à savoir celle qui met continuellement des photos de ses repas sur son profil Instagram.

c) Les abréviations :

Les **apocopes** émergent beaucoup plus souvent que les **aphérèses**, dont nous n'avons trouvé aucune. Voici les exemples comment ces apocopes sont appliquées et ensuite, les explications de ces mot abrégés :

« Salut Juliette, c'était sympa ce petit ciné. » [NoC: 03:38-03:41]

« Alors les plus touchés, ce sont les ados, bien évidemment, qui développent des symptômes bizarres à cause des téléphones. » [CC: 01:57-02:01]

« Moi, j'suis devenu un pro des entretiens d'embauche hein, forcément, après d'en avoir passé des dizaines et des dizaines. Ma spécialité : les entretiens par Webcam. » [CA: 01:24-01:29]

« Bon, c'est YouTube qui me l'a donné, je trouve ça un p'tit peu mégalo donc j'suis pas sûre qu'ça va m'servir. » [NaA: 00:02-00:05]

L'apocope « sympa », dérivé de « sympathique », est très fréquente, et pas seulement dans le langage des jeunes. Elle convient dans la plupart des situations où une affection positive envers quelqu'un ou quelque chose est manifesté. Les adolescents sont de plus en plus souvent appelés « ados », un terme qui apparaît aussi dans la presse, par exemple. En revanche, « pro » (de « professionnel »), « ciné » (de « cinéma) ou « mégalo » (de mégalomane) sont plutôt des énoncés typiques pour les jeunes.

Un autre abrégé typique pour l'usage linguistique des jeunes est « gars ». Provenant du mot « garçon », il change dans l'apocope son orthographe en faveur de la prononciation et est employé comme synonyme de « mec ». Pourtant, lorsqu'il est au pluriel et utilisé en tant que formule de salutation (« Hé les gars ! »), il peut s'adresser à un groupe de filles aussi²².

« Hé mon gars, hier j'étais à un concert c'était tellement énorme, matte ! » [NoC: 00:37-00:39]

Même si on trouve des **acronymes** en général à l'écrit, nous apprenons, grâce au document audio-visuel, quelques possibilités de raccourcir les mots lors de l'écriture spontanée dans les nouveaux médias. Dans la vidéo de Cyprien, l'internaute peut lire et entendre ce qui est écrit simultanément :

« Putain t'es où Cyprien, allo allo Cyprien allo » [CC: 03:16-03:19]

²² Exemple provenant de mes expériences vécues en France.

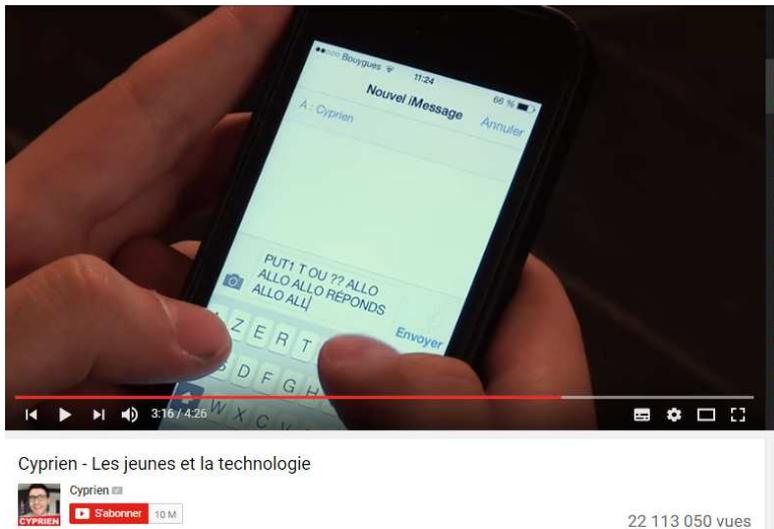


Image 8: Les acronymes

Comme l'ami de Cyprien exprime à l'oral ce qu'il est en train d'écrire, on peut tout de suite comprendre l'écriture cryptique qu'on voit sur le téléphone portable. Nous rencontrons la Leetspeak dans « PUT1 » qui se manifeste par le remplacement des lettres « AIN » par le chiffre « 1 » car la prononciation reste la même. Un fait intéressant aussi est l'emploi de la seule lettre « T » pour vouloir dire « t'es ».

Les acronymes se trouvent également en tant qu'anglicismes comme dans l'exemple suivant :

« Aujourd'hui, je vous fais une vidéo de DIY [diajwaj] et c'est des DIY de case de iPhone. Je pense qu'en Europe on dit coque de téléphone puis ici on dit case de téléphone. » [EA: 00:38-00:50]

Sous cet acronyme on entend une sorte de vidéo YouTube où le/la vidéaste démontre comment on peut fabriquer un produit soi-même, car « DIY » est l'agrégé de « Do it Yourself ». Ces vidéos comptent parmi les plus populaires sur YouTube (Bathelot, 2016, consulté le 24 juin 2017).

d) La réduplication : -

e) La synapsie : -

3.4.4 Le verlan

Dans les vidéos analysées, la verlanisation se limite à quelques mots. L'un des mots verlan des plus populaires est « meuf », ce qui veut simplement dire « femme ». Comme le susmentionné

« gars », il fonctionne comme une formule de salutation (« Hé meuf »). Dontchev (2000) indique aussi la forme diminutive « meufette » où le suffixe « -ette » rend à ce mot verlan la notion d'une « jeune femme ». Aujourd'hui, « meuf » est entré dans la langue courante, ce qui a animé les « verlanistes » de reveraliser le mot en « feumeu » (Harel-Ramond, 2015, p. 134).

« Pauvre meuf » [NaA: 03:44]

« Tiens, mais tu suis que de bonnes meufs là. – Ah non pas du tout non c'est du fitness. » [CD: 02:53-02:57]

« Ouf », la permutation de « fou », est aussi très fréquent dans le langage des jeunes. Dontchev (2000, p. 230) cite dans ce contexte la « ouferie », une dérivation devenu le terme pour parler de la « folie ».

« Alors, dit comme ça, ça à l'air ouf alors qu'pas tant qu'ça, en fait. » [NaA: 01:42-01:45]

Dans l'exemple suivant, nous trouvons « chelou » en tant que verlan de « louche ». Ce mot verlan est aussi intégré dans les grands dictionnaires de la langue française aujourd'hui. Les jeunes l'utilisent de plus en plus souvent comme synonyme de « bizarre » (Harel-Ramond, 2015, p. 134).

« Sauf que, je me disais, le jour où ce mec va rencontrer un autre mec tactile, ça va être un p'tit peu chelou. » [NoB: 02:53-02:58]

Contrairement aux termes verlan déjà évoqués, l'expression « en scred » apparaît moins souvent. Il signifie « discrètement » ou « en secret » car « scred » est le verlan de « discret ».

« Il snap tout le temps, sans prev'nir, en scred. » [CD: 00:24-00:27]

3.4.5 Les particularités stylistiques

a) Les vulgarismes et insultes :

En regardant les vidéos des Youtubeurs et Youtubeuses, on peut constater qu'un nombre remarquable de « gros mots » accompagnent leur style langagier. Ils sont exprimés de façon irréfléchie dans presque toutes les situations du quotidien. Primitivement, ils ont la fonction de manifester l'agacement, autrement dit, ces mots vulgaires et grossiers sont employés pour jurer. Néanmoins, ils démontrent parfois d'autres significations.

Les vulgarismes ont, selon López Diaz (2011, p. 61), subi « un processus d'affaiblissement sémantique », c'est-à-dire que le sens initial de ces mots, tabous dans les conversations de la bonne manière, se perd. La raison pour cette évolution est le fait qu'ils sont devenus des interjections, permettant alors au locuteur d'annoncer son état d'esprit de manière spontanée et immédiate. Nous allons traiter les interjections en général encore plus loin. Malgré tout, il faut aborder à ce moment que les vulgarismes dévoilés dans les vidéos analysées, comme « merde », « putain » ou « bordel », ont la plupart du temps la fonction d'une interjection et, de ce fait, ont tous connu une désémantisation. « Merde » et « putain » sont des jurons récurrents chez les jeunes, comme les exemples en bas l'attestent :

« T'en train d'chercher ton téléphone dans ta poche alors que tu l'as dans ta main. – Ah merde, putain, j'suis con ! – Bah ouais c'est con ! » [CC: 00:44-00:49]

« Ah putain, j'oublié » [CC: 02:27-02:28]

« P'tain ça m'énerve... non mais c'est vrai, moi, avec mes origines, je n'pourrai jamais m'la péter comme ça... pff, ça s'ra toujours nul. » [NoA: 00:33-00:41]

De la même manière fonctionne l'interjection « bordel » :

« Je crois qu'les jeunes et les téléphones, c'est devenu indissociable aujourd'hui, ha, moi tu m'enlèves mon téléphone, j'suis en panique, hein. – Il est où, bordel, où tu l'as mis, tu l'as mis où ? » [CC: 00:34-00:41]

Ces termes vulgaires peuvent traduire des émotions négatives, comme la colère, mais ils apparaissent aussi dans les situations où le locuteur veut exprimer de la surprise ou de l'admiration. Lorsque le locuteur ne s'adresse pas à un interlocuteur, l'interjection « merde » apparaît pour manifester l'irritation ou l'énervement, la déception ou le dépit, l'impatience ou bien la surprise et l'admiration. Cette interjection peut s'adresser « à autrui comme réponse à un propos ou réaction à un acte » mais dans ce cas, elle a plutôt la fonction de refuser une réponse (López Diaz, 2011, p. 70-73). López Diaz (ibid.) la voit comme « une réaction impulsive que l'on ne peut pas contenir ».

Voici un exemple où « putain » exprime une émotion positive :

« Oh putain ! Super Mario Bros ! » [CC: 03:49-03:50]

On trouve ce mot vulgaire également en tant que description négative d'un substantif dans l'expression « putain de + substantif ». Il peut alors être traduit par « maudit » ou « satané » (Robert, 2016) :

« Mais elles sont où ces putain d'clés, elles sont où. » [NaB: 00:27-00:30]

Cependant, le mot « merde » n'est pas toujours dans la fonction d'interjection car dans certains cas, il garde quasiment son sens primitif :

« Moi, j'ai pas d'smartphone, moi. Moi j'ai que ça. Que cette merde – Ah, euh bah tu sais, d'toute façon, pff, ça c'est des conneries hein. » [NoC: 02:40-02:51]

« J'ai l'impression qu'les bilingues, ils ont une sorte de... de besoin de t'foutre la honte et euh ils aiment bien te mettre dans des situations de manière à te rappeler t'es une merde à côté d'eux. » [NoA: 00:54-01:02]

Dans ces citations, un autre mot familier, à savoir « connerie » émerge. N'étant pas spécialement typique pour le langage des jeunes, il porte soit la signification de « bêtise » soit de « absurdité » (Dontchev, 2000, p. 96). A la même famille de mots appartient le vulgarisme dans la prochaine phrase exemplaire :

« Tu peux toujours me chercher, connasse. » [NaB: 03:56-03:58]

« Connasse », étant une désignation très méprisante d'une femme stupide, provient de la forme masculin « con » qui apparaît plus souvent comme adjectif, par exemple dans « J'suis con ».

b) Les énoncés d'intensité et d'exagération :

Les jeunes ont la tendance à utiliser d'autres énoncés d'intensité que le superlatif traditionnel. L'intensification se produit soit par un adverbe, soit avec un lexique particulier, soit par l'exagération du contenu. Très populaire est l'usage des adverbes « trop », « vraiment » ou « tellement » afin d'intensifier un adjectif :

« Puis, c'est trop beau ici, y'a plein d'cygnes, j'adore. » [EB: 03:56-04:00]

« C'est trop génial, pour fêter ça, Pizza ! » [CB: 00:54-00:58]

« J'étais juste trop contente de vous rencontrer, merci pour tous les chocolats que j'ai reçus, oh my god. » [EB: 07:06-07:11]

« Donc je viens de r'venir du meet-up, c'était vraiment, vraiment cool. » [EB: 06:22-06:26]

« Hé mon gars, hier j'étais à un concert c'était tellement énorme, matte ! » [NoC: 00:37-00:39]

En ce qui concerne le lexique ayant une connotation d'intensité, nous pouvons citer « énorme » et « génial » dans la classe des adjectifs, « bombarder », « adorer » comme verbes et « crise » comme substantif.

« Le dernier Tweet de François Hollande, il est énorme, regarde. » [NoC: 02:36-02:38]

« Le type pas régulier sur Twitter. Oui bah il bombarde pas trop quoi. » [CD: 01:46-01:48]

« Des fois, lorsque t'es en pleine crise, y'a des gens qui trouvent judicieux de faire ça. » [NaB: 03:25-03:28]

En outre, dans le langage des jeunes, la créativité n'est pas restreinte, ce qu'on peut remarquer dans les exemples suivants. En faisant allusion à la grandeur de notre monde, avec les phrases « dix mille manteaux sur terre » ou « le plus dégueulasse sur la planète terre », les Youtubers Norman et Cyprien créent une sorte de superlatif, qui ne peut plus être redoublée.

« Y'a dix mille manteaux sur terre, le mec, il prend le même manteau qu'moi, c'est abusé. – Ah, bah c'est le hasard. » [NoB: 01:41-01:50]

« Est-ce que vous avez déjà bu, est-ce que vous avez déjà goûté du lait périmé, c'est juste le truc le plus dégueulasse sur la planète terre » [CB: 01:19-01:25]

Dans ce contexte, il faut mentionner qu'une autre méthode de manifestation de l'intensité dans le langage des jeunes est l'emploi du nom « genre ». Il est suivi d'un adjectif ou d'un nom et signifie dans ce cas « quelque chose comme » (Robert, 2016). « Genre » est peut-être utilisé pour montrer la difficulté de comparer un certain fait à quelque chose d'autre.

« Puis je suis genre extrêmement fatiguée. » [EB: 06:28-06:30]

« Puis ma valise est genre minuscule. » [EB: 06:41-06:44]

c) L'antiphrase :

Comme nous avons déjà vu, les jeunes s'expriment souvent de manière cryptique. En font partie également les antiphrases, qui consistent à vouloir dire exactement le contraire avec un terme prononcé.

« Grave ! Moi, mon tout premier jeu c'est 'Watch Dogs' » [CC: 03:54-03:56]

« Qu'est-ce que tu fais là, j'suis toujours là, sympa le mec qui prend son téléphone alors qu'il est avec son pote. – Tu veux pas aller aux chiottes comme ça j'suis sur Facebook ? » [CC: 01:50-01:54]

Contrairement à son sens primitif, « grave », en tant qu'interjection, ne porte pas de connotation négative dans cette phrase mais exprime de l'admiration. L'opposé peut-on repérer dans le deuxième exemple où un adjectif étant normalement employé comme terme positif (« sympa ») devient sémantiquement négatif. Cependant, c'est plutôt par la tonalité ironique dans cette phrase que le vrai sens est compréhensible.

d) Les prétéritons : -

e) Les litotes : -

f) Les oxymorons : -

g) Les allitérations : -

h) Les interjections :

Les interjections font certes partie de toutes les conversations mais elles sont vues comme des éléments du discours à part, dû à leur classe grammaticale spéciale, qui n'est pas tout à fait définie selon la littérature. Ce qui est clair, c'est que les interjections ne sont pas variables. López Diaz (2011, p. 64) les classe en deux grands groupes : le premier consiste en des interjections propres, autrement dit, ce sont ceux qui sont exclusivement des interjections. Les vidéos des Youtubers et Youtubeuses en présentent : « hein », « bah », « euh », « ah », « pff », « oh » et « hé ». La deuxième catégorie comporte des interjections impropres qui ont « une autre origine et ont subi une évolution catégorielle » (ibid.), telles que « tiens », « enfin », « quoi », « bon » et « bref ».

Les interjections évoquées ne sont pas limitées à l'usage de la jeune population. Elles apparaissent dans les conversations orales de quasiment toutes les couches sociales. Néanmoins, nous traiterons brièvement les interjections trouvées dans le langage des jeunes vidéastes. « Hein » marque normalement la surprise ou l'interrogation (Robert, 2016) mais dans le cas suivant, ce mot renforce un conseil :

« Donc pas besoin d'préciser qu'il faut bien préparer son entretien hein pour cartonner. » [CA: 00:37-00:39]

« Bah » peut soit marquer le renoncement (López Diaz, 2011, p. 64), soit cette interjection est placée devant un « oui » (ou « ouais ») pour indiquer l'évidence.

« Ah bah oui, ah bah oui, elles sont là, j'avais mal regardé. » [NaB: 01:32-01:36]

« T'en train d'chercher ton téléphone dans ta poche alors que tu l'as dans ta main. – Ah merde, putain, j'suis con ! – Bah ouais c'est con ! » [CC: 00:44-00:49]

« Ah » ou « oh » peuvent exprimer de différentes sensations, par exemple, la surprise, la colère ou l'indifférence (ibid.). « Euh » marque l'hésitation, elle a pour but de faire comprendre que le locuteur a encore quelque chose à dire mais qu'il n'est qu'en train de réfléchir sur ses prochains énoncés. « Pff » indique, selon le Petit Robert (2016) aussi l'indifférence ou le mépris alors que « hé » sert à interpeler quelqu'un, par exemple dans « Hé mon gars, ... ».

« Moi, j'ai pas d'smartphone, moi. Moi j'ai que ça. Que cette merde – Ah, euh, bah tu sais, d'toute façon, pff, ça c'est des conneries hein. » [NoC: 02:40-02:51]

Passons alors au deuxième type d'interjections. Au lieu de poser une question, l'interjection « quoi » à la fin d'une phrase marque l'évidence. D'après le Petit Robert (2016), elle sert dans le langage familier à l'achèvement d'une explication ou d'une énumération.

« Je pense que la période entre la fin d'tes études et le moment où tu commences à travailler est une des pires périodes de ta vie quoi. T'as pas d'boulot donc t'es fauché et t'es plus étudiant donc t'as plus d'réduction, t'est pigeon quoi. » [CA: 00:04-00:13]

« Enfin », sous la forme d'une interjection est souvent utilisé pour conclure une pensée afin d'en reprendre une autre ou de donner une explication plus profonde. Ainsi fonctionne les petits mots « bon » ou « bref ».

« Les mecs qui sont bilingues, enfin, ceux qui parlent bien anglais, en général, ils se la racontent pas trop. » [NoA: 00:00-00:06]

« Et donc hier j'étais avec la sœur à Nico – On n'dit pas la sœur à Nico, on dit la sœur de Nico. – Ouais, enfin, bon, bref, en tout cas... » [NoB: 00:52-00:58]

Très évident devient la disparition de la signification initiale chez l'interjection « tiens ». Toujours conjuguée selon la 2^e personne du singulier, elle peut également accompagner le pluriel (López Diaz, 2011, p. 67-68). On trouve « tiens » souvent au début de phrase pour exprimer de la surprise.

« Tiens mais tu suis que de bonnes meufs là. – Ah non pas du tout non c'est du fitness. » [CD: 02:53-02:57]

i) L'ironie et l'attestation de sa crédibilité :

De façon générale, les vidéos des Youtubeurs et Youtubeuses sont marquées des pointes ironiques et sarcastiques. Cette caractéristique stylistique est prononcée surtout chez les humoristes et se manifeste particulièrement pendant les jeux de rôle. Etant donné que les nuances d'ironie et de sarcasme sont omniprésentes, nous ne citerons pas tous les cas. Les exemples qui suivent ont la particularité qu'ils n'évoquent l'ironie qu'avec un seul mot ou un groupe de mot.

« Mon pote, on va plus s'quitter maintenant. – Nickel. » [CD: 02:22-02:26]

« Encore plus fort, je suis même capable de loper des plats au micro-ondes. » [CB: 02:07-02:11]

Normalement, « nickel » est une exclamation émise dans des situations connotées positivement, comme on la rencontre en tant que synonyme de « parfait » (Robert, 2016). Par le contexte de la scène jouée, on entend la pointe ironique dans ce simple mot. Dans le deuxième exemple, l'adjectif « fort », se référant selon Harel-Ramond (2015, p. 152) dans le langage des jeunes à la « magnificence du sujet » de l'énoncé, est mis au comparatif pour, par le renforcement de « capable », accentuer le manque d'une faculté chez Cyprien. Cette méthode s'avère pertinente dans le but de manifester de l'ironie.

Une autre particularité stylistique chez les jeunes est le besoin d'attester sa crédibilité, ce qui fonctionne souvent avec le mot « jurer » :

« La dernière fois, j'ai d'mandé à, à une vieille dame d'me prendre en photo avec un pote, je vous jure, elle a fait comme ça. » [NoC: 01:08-01:12]

3.4.6 La syntaxe

a) La négation :

A l'orale, la négation se construit normalement sans le « ne ». Pourtant, il est intéressant de dévoiler que le « ne » est bien utilisé quand le locuteur veut souligner la négation lorsqu'elle est très importante concernant le sujet dont il parle.

« Le stalker. Il vous ajoute en ami sur Facebook, mais il ne poste rien, ne like rien, n'a même pas d'photo d'profil, pour moi c'est un espion. » [CD: 02:27-02:34]

« C'est vrai qu'avec les smartphones, on dirait qu'les gens, ils kiffent plus leur vraie vie. Quand tu vas à un concert y'a tout le monde qui filme et personne ne regarde le truc en live. » [NoC: 00:27-00:34]

b) L'ellipse des articles, des prépositions ou des conjonctions : -

c) La construction des phrases :

Il est à mentionner que dans le langage des jeunes, la phrase segmentée est très courante. Elle est souvent construite de manière à ce que la conjugaison au pluriel soit évitée. C'est-à-dire que le sujet de la phrase, par exemple « les jeunes et les téléphones », est d'abord abordé, après repris par « ce » afin de faire la conjugaison dans la 3^e personne au singulier. De même, il faut dire que la mise en relief est employée régulièrement pour insister à quelque chose :

« Je crois qu'les jeunes et les téléphones, c'est devenu indissociable aujourd'hui, ha, moi tu m'enlèves mon téléphone, j'suis en panique, hein. – Il est où, bordel, où tu l'as mis, tu l'as mis où ? » [CC: 00:34-00:41]

« On s'rend compte que, que les smartphones, c'est vraiment une drogue euh quand on passe une soirée avec ses potes comme ça. » [NoC: 00:11-00:16]

« En tout cas, qu'ils soient agaçants ou pas, les poteaux, les amis, heureusement qu'ils sont là parce que, quand t'es en galère, quand t'as plus rien, t'as besoin d'quelqu'un bah c'est sur eux qu'tu peux compter. » [NoB: 03:36-03:45]

3.4.7 La phonétique et la phonologie

En ce qui concerne la phonétique est la phonologie, nous n'allons pas entrer dans les détails. Tout de même, il est à mentionner que les jeunes présentent une prononciation généralement négligente. Par exemple, les sons /ə/ et /e/ sont très souvent avalés :

« C'qui est bien, c'qu'c'est pas la peine de leur d'mander s'ils parlent bien anglais. » [NoA: 00:08-00:11]

La négligence dans la prononciation va jusqu'à l'élision des mots entier comme dans la phrase « je ne sais pas », qui est alors prononcé de cette façon :

« J'ai pas pourquoi mais j'ai l'impression qu'les mecs qui ont des iPhones, ils s'en foutent complètement de toutes les autres marques de smartphone. » [NoC: 01:56-02:01]

4 Emploi didactique

Pendant les premières années après l'établissement d'Internet dans la vie commune, les opinions sur l'utilisation de ce nouveau médium dans le cadre de l'enseignement étaient très opposées. Les uns étaient partisans d'intégrer les nouveaux médias dans la vie scolaire, d'autres exprimaient le refus absolu et encore d'autres n'étaient qu'hésitants envers ce thème (Stadtfeld, 2004, p. 13-14).

Perelman, par exemple, exprime dans l'année 1993 son avis positif envers les nouvelles technologies dans l'enseignement. Selon lui, les nouveaux médias peuvent servir comme outils pour améliorer l'autonomie des apprenants :

« Mit der Hyperlearning-Revolution werden Institutionen, die man als Schule und Erziehung bezeichnete, obsolet und letztlich untergehen wie die Dinosaurier. [...] Jegliche Aktivität geht per Frontalunterricht vom Lehrer aus. Das ist die typische Indoktrinationsphilosophie des Industriellen Zeitalters. Heute dagegen, brauchen wir Menschen, die sich aus eigenem Antrieb Informationen besorgen und bereit sind, ihr Leben lang zu lernen. Wissen kann mit dem Computer weltweit just in time abgerufen werden. Trainiert werden muss dann nur die Fähigkeit, die zur Verfügung stehenden Informationsträger zur Recherche einzusetzen. » (Perelman, 1993, cité par Stadtfeld, 2004, p. 13-14).

Les opposants aux nouveaux médias dans l'enseignement critiquaient le fait qu'ils ne transmettent que le savoir secondaire, c'est-à-dire que les élèves apprennent des connaissances « de deuxième mains » et non pas en faisant des expériences primaires par eux-mêmes. D'après ces critiques, les enfants ne connaîtraient plus leur environnement par les expériences directes qu'ils font mais par les médias seulement, qui leur montreraient le monde. De plus, il existait la peur de la perte des techniques traditionnelles de notre culture, à savoir la lecture et l'écriture (Stadtfeld, 2004, p. 14-15).

Aujourd'hui, les cours à l'école ne peuvent plus échapper à la nouvelle technologie : les élèves sont tous fiers propriétaires d'un smartphone et l'utilisent en permanence. C'est souvent un problème quand le smartphone et toutes les applications installées dessus sont plus intéressants que le cours (Wieser, 2013, p. 17). Vu cette évolution technique de notre société, la conception de l'enseignement doit se moderniser aussi pour pouvoir être plus proche du style de vie des

jeunes apprenants. Des enseignants qui emploient des méthodes didactiques démodées n'atteindraient qu'avec difficulté l'attention et la motivation d'apprentissage des élèves. L'augmentation de la motivation est, selon Del Carmen Calero Ramirez (2011, p. 36), une raison importante qui plaide en faveur de l'utilisation des nouveaux médias dans l'enseignement des langues étrangères.

4.1 Le document audiovisuel et authentique dans l'enseignement du FLE

Dans le cours de langues étrangères, l'enseignant a le devoir de transmettre des compétences linguistiques ainsi que des compétences sociales utiles dans des situations communicatives, que ce soit dans le quotidien ou dans un cadre professionnel, aux apprenants. Pour cela, l'accent dans le cours de langue doit être mis sur le contact direct avec la langue cible, ce qui est donné dans un cadre authentique. Etant donné que l'accès à des documents authentiques dans la langue cible est devenu plus facile avec le développement médiatique, les nouveaux médias jouent aujourd'hui un rôle important dans l'enseignement des langues étrangères. L'effet positif des matériels authentiques est remarquable, notamment dans le domaine de la compréhension orale. Normalement, les enseignants ont recours à des documents audios, fabriqués par des manuels scolaires. Cependant, les situations communicatives de ces documents ne sont souvent ni réalistes ni authentiques (Del Carmen Calero Ramirez, 2011, p. 36-37) et ne peuvent pas tenir compte la revendication de l'actualité exprimée par le programme scolaire autrichien (Bundesministerium für Bildung, 2015, p. 2).

Le programme scolaire autrichien pour le lycée général cite comme point élémentaire pour le cours de langues étrangères la formation de trois compétences : « Handlungsorientierte Fremdsprachenkompetenz », « Interkulturelle Kompetenz » et « Kompetenz zum lebensbegleitenden autonomen Sprachenlernen » (ibid., p. 1). Les principes didactiques prévoient, entre autres, le développement de la compétence linguistique communicative, le travail comparatif et réfléchi avec la langue ainsi que la création des contacts authentiques (ibid., p. 2-3). Ce dernier s'avère souvent difficile à garantir. Ainsi, les enseignants doivent trouver d'autres moyens afin de rendre le cours plus authentique. Les nouveaux médias devront être, selon le programme scolaire, également pris en considération (ibid., p. 4). En ce qui concerne le

choix du matériel pédagogique, il faut surtout tenir compte la pertinence pratique, l'authenticité et l'actualité (ibid., 2-3).

Avec l'emploi des vidéos des Youtubeurs et Youtubeuses dans l'enseignement des langues étrangères, ces revendications peuvent s'accomplir car ces vidéos sont faites par des locuteurs natifs pour des personnes francophones et traitent, en générale, les thèmes actuels dans notre société. Une argumentation supplémentaire pour cette démarche didactique est le fait que ces vidéos apparaissent dans le vécu quotidien des élèves. En intégrant des vidéos YouTube dans le cours de langue, l'enseignant peut prendre en considération l'exigence suivante :

« Allgemein sollen im Unterricht Bezüge zum lebensweltlichen Alltag der Schülerinnen und Schüler hergestellt werden. » (Höfler, 2017, p. 147).

Le programme scolaire pour l'enseignement des langues étrangères vivantes (Bundesministerium für Bildung, 2015) et le Cadre Européen Commun de Référence pour les langues (CECRL) (Conseil d'Europe, 2001) classifient le cours de langues en deux catégories globales : le développement des compétences réceptives et le développement des compétences productives. Parmi les activités langagières de réception, on compte « écouter » et « lire » et parmi la production, on trouve « parler », une faculté qui est encore divisée en « prendre part à une conversation » et « s'exprimer oralement en continu », et « écrire ». On peut remarquer, qu'au cours de ces dernières années, la conception de la compétence « écouter » a changé : étant la base de toute communication verbale, elle a gagné de l'importance dans le cours de langues étrangères. Il est attesté que la langue parlée et la langue écrite apparaissent dans la communication quotidienne dans le rapport de 95 pour cent à 5 pour cent. De plus, la compétence « écouter » en tant que compétence communicative est évaluée avec 55 pour cent dans les situations du quotidien, suivie par la compétence de parler avec 23 pour cent. C'est pour cela que l'enseignement des langues doit s'orienter vers l'entraînement ciblé de la compréhension orale. La formation de cette compétence communicative avec des matériels authentiques est encore plus importante quand le cours de langue a lieu en dehors du pays de la langue cible (Del Carmen Calero Ramirez, 2011, p. 44-45), ce qui est bien le cas dans l'enseignement scolaire.

Avec l'intégration des vidéos authentiques dans le cours de langues étrangères, ce n'est pas seulement la compréhension orale qui peut être entraînée : les élèves apprennent d'autres

capacités langagières aussi, à savoir de la communication pragmatique. Par observation des vidéos, les éléments para-verbaux et visuels, comme l'intonation, la mimique et les gestes, peuvent être repérés et l'apprentissage de « kultureller authentischer sprachlicher Handlungsfähigkeit » (Del Carmen Calero Ramirez, 2011, p. 44-45) est garanti.

Selon Del Carmen Calero Ramirez (2011, p. 41), les podcasts audios ou vidéos sont des matériels applicables dans des situations didactiques variées. Le document vidéo présente un avantage de plus, vu qu'il permet la réception multicanale dans l'enseignement des langues étrangères. Supplémentairement à la simplification de la compréhension orale par le visuel, les apprenants peuvent connaître le langage du corps typique pour les locuteurs natifs. Ainsi, même si les Youtubeurs et Youtubeuses parlent vite en générale et emploient un langage familier, les participants au cours de FLE peuvent suivre le sens global du contenu des vidéos. Dans le travail didactique qui suit, nous allons connaître des exemples précis pour l'emploi des vidéos YouTube dans l'enseignement du français dans les écoles autrichiennes. Voyons d'abord, si et comment le langage des jeunes est généralement traité dans le cours de langue.

4.2 Le « langage des jeunes » dans le cours de FLE

En ce qui concerne l'étude du langage des jeunes dans le cadre de l'enseignement du FLE, nous allons citer les remarques trouvées sur ce sujet dans le programme scolaire autrichien et dans le CECRL. Premièrement, on peut constater que le langage des jeunes ne porte pas de grande valeur dans les programmes d'enseignement des langues étrangères car l'apprentissage de la langue standard est l'objectif primaire. Néanmoins, selon le « Lehrplan », les élèves doivent apprendre à savoir s'adapter aux différentes situations communicatives qui arrivent dans le domaine privé, professionnel ou public (Bundesministerium für Bildung, 2015, p. 1). En outre, dans le paragraphe sur l'acquisition des compétences sociolinguistiques, il est indiqué d'enseigner la différence entre les registres de langue :

« Mit fortschreitendem Lernzuwachs sind zunehmend Registerunterschiede zwischen neutralen, formellen, informellen, freundschaftlichen bzw. vertraulichen Sprachformen zu beachten, die dazu beitragen, dass sich die Schülerinnen und Schüler sprachlich sozial angemessen verhalten [...] » (Bundesministerium für Bildung, 2015, p. 3).

Dans ce contexte, il est mentionné aussi qu'il faut tenir compte notamment de la transmission des formules de politesse (ibid.). On trouve une remarque plus pertinente sur l'évocation des éléments idiomatiques de la langue étrangère dans le paragraphe qui traite l'acquisition des compétences linguistique :

« *Wortschatz und Idiomatik sind situationsorientiert, im Kontext und systematisch zu erweitern.* » (Bundesministerium für Bildung, 2015, p. 3).

Concernant le domaine du vocabulaire et de l'idiotisme, les capacités réceptives des élèves devront surpasser les capacités productives (ibid.). Pour le cours de FLE, il en ressort que l'enseignant peut intégrer l'étude du langage employé par les Youtubeurs et Youtubeuses et qu'il peut exiger des élèves au moins la compétence de comprendre, de façon globale, les vidéos. Bien que l'authenticité gagne de l'importance au fur à mesure du niveau de langue, car les apprenants devront comprendre les journaux télévisés ainsi que des reportages actuels et la plupart des films français, il faut considérer que le langage employé dans les manuels d'enseignement utilisés est le français standard (ibid., p. 5). L'enseignant doit donc intégrer au cours des matériaux non-didactisés afin de prendre en considération l'authenticité.

Le Cadre Européen Commun de Référence pour les langues ne prévoit la maîtrise du substandard d'une langue qu'au niveau C1, qui est appelé aussi « niveau autonome ». C'est-à-dire que l'apprentissage du français familier, argotique ou bien du parler des jeunes ne s'effectue pas dans le cadre scolaire. Vu ce fait, ce ne sont que les étudiants à l'université qui ont la possibilité de connaître le substandard de la langue française (Fievet & Podhorna-Policka, 2011, p. 378). Après avoir analysé le CECRL concernant les variétés du français, Fievet et Podhorna-Policka (ibid., p. 379-383) notent que l'argot commun des jeunes n'est indiqué qu'une seule fois, au niveau C1 et seulement pour la compétence « écouter ». Les autres remarques se réfèrent sur le registre familier en générale. De toute façon, ce sont les compétences de compréhension (écouter et lire) qui sont les plus demandées dans le CECRL dans ce contexte. Comme la plupart des manuels scolaires sont faits pour les niveaux de langue A1 à B1, les situations créées pour les activités sont, certes, proches des préoccupations des jeunes apprenants, le langage des jeunes n'est pourtant que rarement abordé.

Fievet et Podhorna-Policka soulignent qu'une didactique socioculturelle doit nécessairement travailler sur le langage des jeunes « pour arriver à une forte motivation des jeunes apprenants et

pour faire progresser les compétences socio-lexicales qui, hélas, ne peuvent être acquises en feuilletant des dictionnaires. » (ibid., p. 386).

4.3 L'aspect motivationnel

Etant donné que le contenu des vidéos des Youtubeurs et des Youtubeuses ressemble au quotidien des élèves, on peut noter que les apprenants peuvent plus s'identifier avec ce document qu'avec d'autres matériels pédagogiques. De plus, l'enseignant doit profiter du progrès technique : aujourd'hui, presque toutes les salles de classe possèdent un ordinateur avec accès Internet et un projecteur. Les vidéos sont en ligne, ce qui simplifie la préparation du cours car autrefois, les documents audiovisuels étaient difficiles à procurer.

Supplémentairement au potentiel communicatif, la formation de la compréhension orale et les aspects interculturelles, une raison pour l'utilisation du document audiovisuel dans l'enseignement des langues étrangères est l'augmentation de la motivation chez les apprenants (Grünwald, Mertens, Nieweler, & Reinfried, 2006, p. 224). Avec le document vidéo, on peut rendre le cours de langue plus proche aux élèves car ils ont l'habitude de cette réception dans leur quotidien. Contrairement aux textes imprimés, une vidéo ne semble pour les apprenants pas encore didactisée, ce qui fait que les jeunes la rencontre avec une attitude positive. Ce contenu motivationnel de ce document est très riche et peut aider les enseignants à inciter chez leurs élèves un besoin de s'exprimer sur ce qu'ils ont vu (Wilts, 2001, p. 215). Cet avis partage aussi Thierry Lancien, il y a vingt ans :

« Par opposition aux images des méthodes, souvent neutres, intemporelles et inesthétiques, le document vidéo introduit dans la classe des images authentiques, actuelles et variées. » (Lancien, 1995, p. 11).

Dans ce contexte, Lancien parle aussi du plaisir que procurent ces images mobiles. Le document vidéo est plus proche à notre environnement audiovisuel, ces images « nous entourent » (ibid.) et c'est pour cela, que la motivation chez les apprenants « d'être de plus en plus actifs face aux images » (ibid.) naît.

Höfler (2017, p. 153) souligne la motivation des jeunes de regarder régulièrement des vidéos des Youtubeurs et des Youtubeuses. En intégrant les vidéos des stars de YouTube venant du pays de la langue cible dans la classe de langue, on pourrait atteindre un plus grand intérêt à la culture, et

par conséquent, à la langue de ce pays chez les apprenants. En outre, le travail avec ces vidéos est un bon moyen de connaître le style langagier de la jeune population française. Selon Höfler (2017, p. 155), les élèves peuvent devenir aussi plus sensibles aux registres des langues, à la mimique et les gestes spécifiques ainsi qu'aux points culturels communs ou différents.

Pourquoi alors ne pas tenter de compléter le programme du cours de langue avec des vidéos YouTube afin de rendre l'enseignement plus attrayant et de motiver les jeunes lors de l'apprentissage du français. Voyons dans le suivants quelques exemples concrets.

4.4 Exemples pour l'emploi didactique

Dans le suivant se trouveront des idées d'un emploi didactique de deux vidéos des Youtubers français, Cyprien et Norman. Premièrement, il faut noter que les applications didactiques des vidéos des stars de YouTube sont très variées. Ce sont tout d'abord les capacités réceptives, notamment l'écoute, qui seront formées lors du travail avec ces vidéos. Pourtant, elles peuvent servir aussi d'enrichissement du vocabulaire (par exemple en ce qui concerne les termes du langage des jeunes) ou, dans un travail supplémentaire, d'encouragement pour la production (parler ou écrire). Comme le programme scolaire vise à intégrer dans l'enseignement des méthodes pédagogiques et des formes de travail variées (travail individuel, avec partenaire ou en groupe, apprentissage ouvert, par exemple), il faut en tenir compte dans la didactisation. De plus, l'enseignant doit transmettre des stratégies d'apprentissage diverses aux apprenants (Bundesministerium für Bildung, 2015, p. 2) afin que chacun/chacune trouve son moyen individuel d'apprendre la langue étrangère. Le choix des thèmes traités dans le cours de FLE doit également être en « Einklang mit individuellen Interessenslagen und Bedürfnissen der Schülerinnen und Schüler » (ibid., p. 4) et le critère de l'actualité est à prendre en considération.

Concernant le choix des vidéos, il faut, malgré tout, remarquer qu'il existe des vidéos qui n'ont, à cause de l'apparition régulière des jurons, des insultes ou des vulgarités, pas d'intérêt pédagogique.

Dans ce travail, la vidéo de Cyprien « La préparation à l'entretien d'embauche » et « Accro à ton smartphone ? » de Norman seront didactisées. Ce sont des travaux à part, c'est-à-dire qu'une didactisation peut être utilisée indépendamment de l'autre. Le travail se divise respectivement en trois grandes parties d'activités autour de la vidéo : la mise en route, les activités pendant le

visionnage et les activités après le visionnage. Comme nous avons déjà mentionné, l'accent sera mis sur la formation de la compréhension orale. Quant aux compétences productives à l'oral, les deux catégories, « prendre part à une conversation » et « s'exprimer oralement en continu », seront prises en compte.

Vu le grand nombre de possibilités d'utiliser les vidéos des Youtubers et Youtubeuses dans l'enseignement, nous n'y donnerons que des exemples. Ce sont des idées, dont le plan du temps et le déroulement des travaux supplémentaires (activités après le visionnage) peuvent varier selon les connaissances préalables des apprenants.

4.4.1 Le cadre

La didactisation des vidéos des Youtubers et Youtubeuses français est conçue pour les apprenants d'une terminale d'un lycée professionnel commercial.²³ Cette séquence est prévue pour la fin du 9^e ou dans le 10^e semestre, où les élèves devraient rejoindre le niveau B1 du CECRL. Surtout dans les lycées professionnels, il est essentiel de trouver des liens entre les savoirs théoriques acquis dans les matières d'enseignement professionnel et les compétences linguistiques (Veegh & Weger, 2008, p. 447).

4.4.2 « La préparation à l'entretien d'embauche » - Cyprien

Etant donné la durée d'environ deux minutes, cette vidéo est apte pour le visionnage dans le cours de français. La compréhension globale est garantie par le fait que Cyprien illustre tout ce qu'il dit avec des sketches. Pour la compréhension sélective, la vidéo doit être visionnée plusieurs fois, mais dans le contexte, les apprenants devront être capables de repérer les réponses cherchées.

L'objectif de la séquence

Les élèves apprennent à connaître un Youtuber français et peuvent, grâce au document à la fois audio et visuel, comprendre la vidéo. Ils connaissent ainsi un document authentique auquel on peut facilement avoir accès. Des mots et des expressions familières seront traités et en même

²³ Désignation en allemand : Handelsakademie

temps, le thème « entretien d'embauche » de la vue des jeunes est évoqués. En outre, les apprenants seront capables de jouer un rôle dans un entretien d'embauche et apprennent par ce moyen le vocabulaire et les expressions utiles dans cette situation. Vu que le programme scolaire autrichien revendique pour le cours de langue aussi des activités telles que le théâtre ou le jeu de simulation (Bundesministerium für Bildung, 2015, p. 2), cet entraînement dans le domaine « prendre part à une conversation » a un intérêt pédagogique. Dans le lycée professionnel, la maîtrise de la langue étrangère dans le domaine professionnel est encore plus demandée car :

« Sie [les élèves] können die Fremdsprache dem Niveau entsprechend fließend, korrekt und wirkungsvoll einsetzen, sich in den für das Fachgebiet wesentlichen Bereichen schriftlich als auch mündlich praxisgerecht ausdrücken und sich angemessen auf die jeweiligen Adressatinnen und Adressaten beziehen. »
(Bundesministerium für Unterricht und Kunst, 2014, p. 2)

Mise en route

Les activités avant l'écoute ne seront pas évoquées en détail dans ce cadre de travail. Il faut cependant noter qu'il est indispensable dans un lycée professionnel commercial de traiter le sujet « premier emploi ». Comme le suggèrent Veegh et Weger (2008, p. 448) l'enseignement du FLE doit s'orienter aux besoins des apprenants et donc, dans le cas d'un lycée professionnel, l'enseignant a le devoir de transmettre des compétences utiles dans les situations communicatives au travail. C'est pourquoi les méthodes ainsi que le vocabulaire et les phrases importantes pour la recherche du premier emploi devront être traités. La vidéo de Cyprien peut aider à introduire à la thématique de l'entretien d'embauche dont la rédaction d'une lettre de motivation et d'un CV a généralement précédée. Les apprenants savent alors lire et comprendre des annonces pour un poste et rédiger une lettre de motivation ainsi qu'un curriculum vitae adaptés à une certaine annonce.

Activités pendant le visionnage

Avant de regarder la vidéo pour la première fois, l'enseignant demande aux élèves de faire attention pour qu'ils comprennent le sens global et de prendre des notes pour pouvoir après répondre à ces questions oralement :

- De quoi s'agit-il dans la vidéo ?

- Qui est Cyprien ?
- Dans quels lieux voyez-vous Cyprien ?
- Que se passe-t-il ?

Les questions concernant la compréhension globale seront alors discutées au plenum avec l'enseignant. Quand les élèves ont compris le sens global de la vidéo, la feuille « Fiche de travail 1 »²⁴ est distribuée. Les élèves peuvent regarder la vidéo une deuxième et, s'ils ont besoin, une troisième fois pour pouvoir compléter les exercices sur la compréhension sélective. Cette activité est prévue comme travail individuel. Pourtant, après un certain temps, les élèves peuvent comparer leurs solutions avec un/une partenaire avant qu'elles soient discutées au plenum. Avec cet exercice, les apprenants devront connaître de nouveaux mots et expressions en français, qui sont souvent employés par les jeunes en France.

Activités après le visionnage

Pour cette activité, il est important que le vocabulaire concernant l'entretien d'embauche, comme par exemple « Directeur des Ressources Humaines », soit abordé avant. Etant donné que les apprenants ont déjà écrit des lettres de motivations et des CVs, il devrait ne s'agir qu'une révision du vocabulaire déjà vu. Les élèves sont demandés de se retrouver à deux avant que le « Fiche de travail 2 » soit distribuée. Avec cet exercice, la compétence de parler est entraînée. Même si le dialogue est déjà imposé, la façon d'exprimer les instructions allemandes en français peut varier. Souvent, il existe plusieurs solutions possibles. C'est pour cela que la prochaine activité consiste en l'apprentissage par cœur du dialogue et de le présenter d'une manière authentique devant les autres élèves. Ce dernier exercice doit encourager les jeunes à « parler comme un Français/une Française ». Comme la construction des phrases est déjà faite, les apprenants peuvent mieux se concentrer sur la prononciation correcte et le langage du corps pendant le jeu de rôle.

²⁴ Toutes les fiches de travail se trouveront dans l'appendice.

4.4.3 « Accro à ton smartphone ? » - Norman fait des vidéos

Dans le lycée professionnel, on tient beaucoup à la médiatisation, vu qu'il y a des classes où chaque élève a son propre ordinateur à l'école. Cependant, l'un des principes d'enseignement mentionnés dans le programme scolaire est la « Sensibilisierung für bewussten Umgang und kritische Auseinandersetzung mit Medien » (Bundesministerium für Unterricht und Kunst, 2014, p. 7). De ce fait, le thème de l'addiction aux nouveaux médias doit aussi trouver une place dans l'enseignement du FLE. Avec la vidéo de Norman « Accro à ton smartphone ? », les élèves, étant tous propriétaires d'un smartphone, sont incités à la réflexion sur leur propre comportement médiatique.

L'objectif de la séquence

Par l'écoute et l'observation simultanée, les élèves seront capables de comprendre la vidéo du Youtuber Norman. Ils apprennent que le lien entre l'entendu et l'image peut servir à la compréhension globale ainsi que sélective. De plus, des techniques permettant de repérer et comprendre les mots familiers dans la vidéo seront développées. Selon le programme scolaire, l'enseignant doit inciter les jeunes apprenants à des activités créatives qui sont utiles pour l'apprentissage de la langue étrangère (Bundesministerium für Bildung, 2015, p. 2). C'est pourquoi une séquence de rédaction d'une vidéo qui permet beaucoup de créativité mais qui demande un travail d'équipe est planifiée. Les compétences « s'exprimer oralement en continu » et des capacités sociales seront alors entraînées.

Mise en route

Comme le Youtuber parle très vite, en employant beaucoup de mots du langage des jeunes, et ne fait pas attention à la prononciation correcte, il faut « avertir » les apprenants. Pour ne pas les décourager dès le premier visionnage, un travail sur le vocabulaire autour du sujet « smartphone » sera fait. Il s'agit de collectionner les mots qui viennent à l'esprit des jeunes quand ils entendent le mot « smartphone » et de les illustrer en faisant une carte heuristique. Par exemple, le mot « application » peut être une catégorie en soi et les noms de toutes les applications connues pourraient être énumérés. En générale, les mots tels que « SMS »,

« Internet » ou « jeux » apparaissent mais l'enseignant devrait guider ce travail au plenum pour avoir le maximum de nouveaux vocabulaires.

Activités pendant le visionnage

Avant de montrer la vidéo une première fois, l'enseignant pose des questions qui concernent la compréhension globale.

- De quoi s'agit-il dans la vidéo ?
- Quelle est la critique exprimée par Norman ?
- Quels sont les points principaux qu'il aborde ?
- Quelles techniques utilise-t-il pour les jeux de rôle ?

Il faut rappeler les apprenants que ce n'est pas grave, s'ils ont des difficultés à comprendre la vidéo. En outre, l'enseignant devrait préciser que les images dans la vidéo sont également importantes pour la compréhension. Les élèves sont priés de prendre des notes pour pouvoir après présenter et discuter ce qu'ils ont compris dans un groupe de trois personnes. L'enseignant doit calculer assez de temps pour laisser les jeunes réfléchir, avant de commencer une discussion au plenum. Quand la compréhension globale est garantie, les exercices sur la compréhension détaillée peuvent commencer.

Les apprenants auront du temps pour lire les instructions sur la feuille « Fiche de travail 1 : Accro à ton smartphone ? » avant que la vidéo soit montrée encore une fois. Si besoin, la vidéo peut être visionnée une troisième ou même une quatrième fois, vu qu'il ne s'agit pas d'un contrôle mais d'un exercice en classe. Il faut donner assez de temps aux élèves pour qu'ils complètent les activités. Ils peuvent également travailler à deux et comparer leurs résultats. Si les apprenants ont de grandes difficultés, la vidéo peut être regardée avec des sous-titres.²⁵ Dans le cas où des questions sur le vocabulaire apparaissent, l'enseignant devrait les aborder et les résoudre au plenum, en intégrant les connaissances des autres élèves, si possible.

²⁵ Chaque vidéo YouTube à la fonction de mettre des sous-titres dans la langue de la vidéo.

Activités après le visionnage

Comme déjà évoqué, les activités après le travail sur la vidéo de Norman ont le but d'entraîner la compétence « parler ». Il est demandé de créer une vidéo YouTube telle que celle de Norman. Höfler (2017) voit dans la production des vidéos selon un exemple une grande valeur pédagogique. Pouvant choisir librement le thème, les jeunes ont la possibilité de parler sur quelque chose qui leur est proche. Cela simplifie cet exercice productif. Il est à mentionner aussi que les mots du langage des jeunes, qui ont été abordés, peuvent être utilisés aussi.

Vu que ce travail occupera beaucoup de temps, les préparatifs, comme par exemple le choix du thème, les notes pour le scénario ou la recherche des déguisements, sont à faire à la maison. A l'école, l'enseignant est à la fonction de soutien pour des questions langagières mais aussi techniques. Les résultats seront alors présentés devant la classe.

Un travail supplémentaire qui se concentrera sur le développement de la capacité d'écrire sera la rédaction des sous-titres pour la vidéo créée. Cependant, l'installation des sous-titres dans la vidéo demande un très grand investissement technique, ce qui pourrait surpasser beaucoup d'enseignants.

4.4.4 La thématization du langage des jeunes

Ces travaux didactiques sont conçus pour le cours de français d'un niveau à partir de B1. C'est pourquoi le sujet du langage des jeunes peut être abordé dans le but de susciter chez les apprenants une réflexion sur les variétés dans une langue. Il s'agit d'une troisième partie à part, qui peut trouver sa place à chaque moment du cours de FLE où le langage des jeunes est sujet. Dans ce travail, il est proposé d'employer cette séquence didactique après les activités sur une des vidéos travaillées plus haut.

Afin de rendre les apprenants plus sensibles à ce sujet, ils auront un texte informatif à lire sur le langage des jeunes (« Fiche de travail : Le langage des jeunes »). Après la lecture, les difficultés de compréhension concernant le texte sont discutées au plenum. Il suivra un travail en groupe de trois à quatre personnes où les élèves doivent réfléchir sur leurs propres habitudes de parler dans le quotidien. Comme il est demandé de chercher des caractéristiques du langage des jeunes en Autriche, cette activité peut s'effectuer en allemand.

Pourtant, le dernier exercice consiste à mieux connaître le verlan. C'est-à-dire que les apprenants doivent deviner les mots français pour des termes en verlan dans un travail individuel. En tant qu'enseignant, il faut tout de même mentionner que le procédé du verlan ne peut pas être appliqué dans toutes les situations communicatives. Aussi faut-il remarquer qu'il n'est pas possible de parler en verlan en créant des mots soi-même. Le langage des jeunes est un langage qui est né et se modifie au fur à mesure et n'est pas le produit d'un seul individu.

5 Conclusion

Nous avons démontré que la digitalisation et la médiatisation a changé inéluctablement notre quotidien. Aux fonctions primitives des médias, c'est-à-dire la communication et la transmission des informations, s'est ajouté le divertissement en tant que raison d'utilisation. Ceux qui sont nés à notre époque connaissent une forte présence des médias dans leur quotidien. Mais ce sont eux aussi, qui font augmenter l'importance des médias dans notre société car les jeunes sont quasiment tous usagers des médias sociaux. Ils sont donc très présents dans les médias. De ce point de vue, il existe une interaction entre les jeunes et les médias dont les plateformes comme YouTube profitent.

Les Youtubeurs et les Youtubeuses sont des produits provenant de cette interaction : une jeune personne veut s'exprimer face à ses semblables en se servant du portail vidéo YouTube et d'autres internautes réagissent à ces vidéos. Au fur à mesure, le ou la vidéaste gagne en notoriété (et de l'argent) et peut considérer l'activité de rédiger et de publier des vidéos comme son métier. Il ne faut pas nier que ces vedettes sur YouTube ont une grande influence sur leurs fans. Cela est, entre autres, le cas en ce qui concerne le style langagier.

Pour mieux comprendre les particularités langagières de la jeune population, une description des variétés des langues a été faite. Nous avons vu qu'un langage différent au français standard est davantage utilisé par les jeunes. Les raisons pour cet usage sont diverses : d'un côté, le langage des jeunes remplit une fonction cryptique. Une « langue secrète », qui consistent surtout en des modifications lexicaux, employée dans un groupe d'amis, renforce le sentiment d'appartenance d'un individu. De l'autre côté, la présentation de l'identité et la démarcation des autres sont aussi des raisons pour lesquelles les jeunes choisissent un langage particulier. La démarcation se fait surtout face aux adultes. De plus, le langage des jeunes est un moyen d'intégrer de façon ludique de la créativité dans ses habitudes linguistiques. L'influence qu'ont les nouveaux médias sur le langage des jeunes se manifeste surtout par une nouvelle forme d'écriture des énoncés oraux. Des abréviations, telles que les acronymes, ainsi que des moyens d'exprimer les sentiments à l'écrit sont quelques exemples pour l'effet de la médiatisation sur la langue.

L'analyse des vidéos des Youtubeurs et Youtubeuses a montré que ces jeunes vidéastes utilisent également le substandard de la langue française, en intégrant dans leur parler beaucoup de

caractéristiques du langage des jeunes. Très remarqué est la forte présence des anglicismes, comme « cool », « cute » ou « photo shoot », qui subissent parfois des modifications afin de mieux pouvoir les utiliser dans la langue française. Des exemples tirés des vidéos analysées sont « twerker » ou « snaper ». Vu que la langue française est normalement très puriste et renonce aux anglicismes, on peut en conclure que la jeune génération est plus ouverte à l'égard de l'intégration dans leur langage des termes non pas seulement de l'anglais mais aussi d'autres langues (comme par exemple de l'arabe, le mot « kiffer »). D'autres particularités dévoilées dans le lexique sont des métaphores, l'utilisation du verlan, des néologismes, constitués par la dérivation (« ajouteur ») ou la composition (« instabouffe ») et des abréviations (« ciné »). En tout cas, on peut remarquer que les jeunes vidéastes utilisent en général beaucoup de termes et d'expressions du registre familier. Leur style langagier est également marqué de nombreux vulgarismes et des expressions d'intensité ou d'exagération. En outre, les jeunes aiment utiliser régulièrement un ton ironique. En ce qui concerne la phonétique, il faut noter que la prononciation est souvent très négligée.

La didactisation des vidéos de Cyprien et de Normant a précédé l'étude du programme scolaire autrichien et du CECRL ainsi que la description de la place du document audiovisuel dans le cours de langues étrangères. L'enseignement du FLE doit garantir la pertinence pratique, l'authenticité et l'actualité des matériaux utilisés. De plus, les thèmes choisis devraient avoir un lien avec le quotidien des jeunes apprenants. La compétence orale « écouter » joue un rôle important dans le cours car elle est la base de toute communication verbale. La thématization du langage des jeunes n'est pas mentionnée de façon directe mais comme il est indiqué que l'enseignant doit préparer les apprenants à toutes les situations communicatives dans des domaines différents, on peut en conclure que le substandard de la langue française est également à traiter. Vu la relation intense entre les jeunes et les médias, l'usage des vidéos YouTube dans l'enseignement du FLE peut renforcer la motivation d'apprentissage chez les adolescents.

Le travail avec une vidéo authentique demande une mise en route avant le premier visionnage pour d'un côté, présenter le sujet et de l'autre côté, simplifier la compréhension orale par une activité autour du vocabulaire. Les activités pendant le visionnage comportent en général des questions qui visent à former la compréhension globale et, après avoir vu la vidéo plusieurs fois, la compréhension sélective. En ce qui concerne les activités après le visionnage, l'enseignant à toute liberté de créer des situations qui considèrent la formation des compétences productives.

6 Bibliographie

Monographies

- Bernet, C., & Rézeau, P. (1989). *Dictionnaire du français parlé: le monde des expressions familières*. Paris: Éd. du Seuil.
- Bundesministerium für Bildung. (2015). *Lehrplan LEBENDE FREMDSPRACHE (Erste, Zweite)*. Consulté à l'adresse https://www.bmb.gv.at/schulen/unterricht/lp/lp_ahs_os_lebende_fs_11854.pdf?61ebyg
- Bundesministerium für Unterricht und Kunst. (2014). *Lehrplan der Handelsakademie*. Consulté à l'adresse https://www.hak.cc/files/syllabus/Lehrplan_HAK_2014.pdf
- Colin, J.-P., Mével, J.-P., & Leclère, C. (2001). *Dictionnaire de l'argot français et de ses origines* (éd. révisée et actualisée). Paris: Larousse.
- Conseil d'Europe. (2001). *Cadre européen commun de référence pour les langues*. Paris: Didier.
- Dontchev, D. (2000). *Dictionnaire du français argotique, populaire et familier*. Monaco: Rocher.
- Fix, T. (2001). *Generation @ im Chat: Hintergrund und explorative Motivstudie zur jugendlichen Netzkommunikation*. München: KoPäd.
- Glück, H. (2010). *Metzler Lexikon Sprache* (4e éd. révisée et actualisée). Stuttgart: Metzler.
- Grünewald, A., Mertens, J., Nieweler, A., & Reinfried, M. (2006). *Fachdidaktik Französisch. Tradition, Innovation, Praxis*. (A. Nieweler, Éd.) (1ère éd.). Stuttgart: Klett.
- Harel-Ramond, J.-M. (2015). *Dictionnaire du langage d'jeuns*. Nice: Ovidia.
- Joklik, B. (1999). « *Le langage des jeunes* » in *français en Romantexten: eine soziolinguistische Analyse*. Wien.
- Lancien, T. (1995). *Le document vidéo dans la classe de langues*. Paris: Cle international.
- Lovink, G. (2014). *Das halbwegs Soziale, Eine Kritik der Vernetzungskultur*. Bielefeld: Transcript.
- Marx, K., & Weidacher, G. (2014). *Internetlinguistik: Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr Francke Attempto.
- Millette, M., Proulx, S., & Heaton, L. (2012). *Medias sociaux : enjeux pour la communication*. Quebec: Presses de l'Université du Québec.
- Neuland, E. (2003). *Jugendsprache - Jugendliteratur - Jugendkultur*. Frankfurt am Main ; Wien: Lang.

- Neuland, E. (2008). *Jugendsprache: Eine Einführung*. Tübingen: Francke.
- Robert, P. (2016). *Le nouveau Petit Robert de la langue française : version numérique 5* (nouvelle éd.). Paris: Dictionnaires Le Robert.
- Rowell, R. (2011). *YouTube : The Company and Its Founders*. Edina, Minnesota: Abdo Publishing.
- Santillán, E. (2009). *Digitale Jugendkommunikation in der Informationsgesellschaft: Spanisch, Italienisch und Deutsch im Vergleich*. Wien: Praesens.
- Schrögenauer, I. (1998). *Le verlan : une approche sociolinguistique du langage des jeunes banlieusards de Paris*. Wien.
- Stadtfeld, P. (2004). *Allgemeine Didaktik und Neue Medien: Der Einfluss der Neuen Medien auf didaktische Theorie und Praxis*. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Stein, A. (2014). *Einführung in die französische Sprachwissenschaft* (4e éd. révisée et augmentée). Stuttgart: Metzler.
- Tulodziecki, G., & Herzig, B. (2002). *Computer & Internet im Unterricht: Medienpädagogische Grundlagen und Beispiele*. Berlin: Cornelsen Scriptor.
- Wieser, C. (2013). *Französische Jugendsprache und Identität im Internet : Analyse eines Web-Chats*. Wien.
- Wooster, P. (2014). *YouTube Founders Steve Chen, Chad Hurley, and Jawed Karim*. Minneapolis: Lerner Publications Company.
- Zimmermann, P. (2016). *Generation Smartphone: wie die Digitalisierung das Leben von Kindern und Jugendlichen verändert: was wir wissen sollten und was wir tun können*. Munderfing: Fischer & Gann.

Recueils

- Bedijs, K. (2015). Langue et générations: le langage des jeunes. In C. Polzin-Haumann & W. Schweickard (Éd.), *Manuel de linguistique française* (p. 293-313). Berlin; Boston: De Gruyter Mouton.
- Djachy, K. (2011). L'argot scolaire français dans le contexte des registres de langue. In S. Bastian (Éd.), *Registres de langue et argot(s) : lieux d'émergence, vecteurs de diffusion* (p. 431-445). München: Meidenbauer.
- Farin, K. (2003). Jugend(sub)kulturen heute. In E. Neuland (Éd.), *Jugendsprache - Jugendliteratur - Jugendkultur* (p. 63-80). Frankfurt am Main ; Wien: Lang.
- Fievet, A.-C., & Podhorna-Policka, A. (2011). La notion d'« argot commun des jeunes »: approches lexicographique et socio-didactique dans les cours de FLE. In S. Bastian (Éd.),

- Registres de langue et argot(s) : lieux d'émergence, vecteurs de diffusion* (p. 371-388). München: Meidenbauer.
- Höfler, E. (2017). Mit Youtube-Stars Fremdsprachen lernen: Eine interdisziplinäre Annäherung. In A. Corti & J. Wolf (Éd.), *Romanistische Fachdidaktik: Grundlagen - Theorien - Methoden* (Vol. 1, p. 147-159). Münster: Waxmann.
- López Diaz, M. (2011). Quelques remarques sur la désémentation de mots vulgaires: l'interjection merde! In S. Bastian (Éd.), *Registres de langue et argot(s) : lieux d'émergence, vecteurs de diffusion* (p. 61-75). München: Meidenbauer.
- Osthoff, R. (1996). „Jugendsprache“ – Sprache der Jugend? Semantische und pragmatische Aspekte von Sprechhandlungen. In N. Kluge (Éd.), *Jugendliche Sexualsprache - eine gesellschaftliche Provokation* (1ère éd., p. 173-199). Landau: Knecht.
- Scherfer, P. (2003). Jugendsprache in Frankreich. In E. Neuland (Éd.), *Jugendsprache - Jugendliteratur - Jugendkultur* (p. 149-168). Frankfurt am Main: Lang.
- Siever, T. (2006). Sprachökonomie in den « Neuen Medien ». In P. Schlobinski (Éd.), *Von *hdl* bis *cul8r* : Sprache und Kommunikation in den Neuen Medien* (p. 71-88). Mannheim: Dudenverlag.
- Veegh, M., & Weger, I. (2008). Berufsrelevante Kommunikation und Fachsprache im Spanisch- und Französischunterricht. In R. Tanzmeister (Éd.), *Lehren Lernen Motivation. Fachdidaktik für Romanistinnen und Romanisten* (p. 447-468). Wien: Praesens.
- Zimmermann, K. (1991). Die französische Jugendsprache und ihr Verhältnis zu anderen Sprachvarietäten. In B. Schlieben-Lange & A. Schönberger (Éd.), *Polyglotte Romania : homenatge a Tilbert Dídac Stegmann* (p. 905-933). Frankfurt am Main: Schönberger.
- Zimmermann, K. (2003). Kontrastive Analyse der spanischen, französischen, portugiesischen und deutschen Jugendsprache. In E. Neuland (Éd.), *Jugendsprache - Jugendliteratur - Jugendkultur* (p. 169-182). Frankfurt am Main ; Wien: Lang.
- Zimmermann, K. (2008). Argot, verlan, Jugendsprache und Verwandtes. In I. Kolboom (Éd.), *Handbuch Französisch: Sprache, Literatur, Kultur, Gesellschaft* (2e éd. révisée et augmentée, p. 204-211). Berlin: Schmidt.

Articles

- Caron, C. (2014). Les jeunes et l'expérience participative en ligne. *Lien social et Politiques*, 71, 13-30.
- Del Carmen Calero Ramirez, C. (2011). Neue Medien im DaF-Unterricht: Theorie und Praxis zum Hörverstehenstraining mit Podcasts. *Info DaF: Informationen Deutsch als Fremdsprache*, 38(1), 36-69.

Verdelhan-Bourgade, M. (1991). Procédés sémantiques et lexicaux en français branché. *Langue Française*, 90, 65-79.

Wilts, J. (2001). Grundzüge einer Spielfilmdidaktik für den Französischunterricht. *Neusprachliche Mitteilungen aus Wissenschaft und Praxis*, 54, 210-221.

Articles de presse

Boisseau, R. (2013). Faire rire depuis sa chambre. *Le Monde*. Consulté à l'adresse http://www.lemonde.fr/culture/article/2013/02/28/faire-rire-depuis-sa-chambre_1840760_3246.html

Chayette, S. (2013). L'humour en chambre. *M le magazine du Monde*. Consulté à l'adresse http://www.lemonde.fr/m-actu/article/2013/11/22/l-humour-en-chambre_3517918_4497186.html?xtmc=cyprien_youtube&xtcr=31

Krémer, P. (2015). Les YouTubers, plus forts que les rockstars. *Le Monde*. Consulté à l'adresse http://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/11/08/les-youtubers-plus-forts-que-les-rockstars_4805441_4408996.html?xtmc=norman_fait_des_videos&xtcr=13

Krémer, P. (2016). Norman : « Les youtubeurs sont les artistes les plus proches de leurs fans ». *Le Monde*. Consulté à l'adresse http://www.lemonde.fr/culture/article/2015/12/27/norman-maintenant-les-rires-je-les-prends-en-plein-visage_4838328_3246.html?xtmc=norman_fait_des_videos&xtcr=9

Petrowski, N. (2016). Emma vend du vent. *La Presse*. Consulté à l'adresse <http://www.lapresse.ca/debats/chroniques/nathalie-petrowski/201610/24/01-5033645-emma-vend-du-vent.php>

Quirion, R.-C. (2016a). Métier: youtubeuse. *La Tribune*. Consulté à l'adresse <http://www.lapresse.ca/la-tribune/actualites/201610/14/01-5030684-metier-youtubeuse.php>

Quirion, R.-C. (2016b). Un phénomène encore rare au Québec. *La Tribune*. Consulté à l'adresse http://www.lapresse.ca/la-tribune/actualites/201610/14/01-5030689-un-phenomene-encore-rare-au-quebec.php?utm_categorieinterne=trafficdrivers&utm_contenuinterne=cyberpresse_vous_suggere_5030684_article_POS1

Signoret, P. (2017). Natoo: « Il y avait une chance sur un milliard pour que je puisse vivre de YouTube ». Consulté à l'adresse http://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/04/07/natoo-il-y-avait-une-chance-sur-un-milliard-pour-que-je-puisse-vivre-de-youtube_5107877_4408996.html?xtmc=natoo&xtcr=2

Ressources d'Internet

Tous les liens ont été consultés la dernière fois le 13 novembre 2017 :

Bathelot, B. (2015). Définition : Hashtag. In *Définitions marketing: L'encyclopédie illustrée du marketing*. Consulté à l'adresse <https://www.definitions-marketing.com/definition/hashtag/>

Bathelot, B. (2016). Définition : DIY YouTube. In *Définitions marketing: L'encyclopédie illustrée du marketing*. Consulté à l'adresse <https://www.definitions-marketing.com/definition/diy-youtube/>

Bathelot, B. (2017). Définition : YouTubeur. In *Définitions marketing: L'encyclopédie illustrée du marketing*. Consulté à l'adresse <http://www.definitions-marketing.com/definition/youtubeur/>

Coëffé, T. (2013). Top 30 des sites les plus visités en France. Consulté à l'adresse <http://www.blogdumoderateur.com/top-30-sites-les-plus-visites-france/>

Coëffé, T. (2015). Étude Ipsos : les jeunes, Internet et les réseaux sociaux. Consulté à l'adresse <http://www.blogdumoderateur.com/etude-ipsos-junior-connect-2015/>

Ropars, F. (2013). Top 20 des applications et des sites les plus visités sur mobile. Consulté à l'adresse <http://www.blogdumoderateur.com/top-20-sites-applications-mobiles/>

Socialblade: <https://socialblade.com/>

Chaîne YouTube de Cyprien: <https://www.youtube.com/user/MonsieurDream>

Chaîne YouTube de Norman: <https://www.youtube.com/user/NormanFaitDesVideos>

Chaîne YouTube de Nattoo: <https://www.youtube.com/user/ptitenatou>

Chaîne YouTube de Emma Verde: <https://www.youtube.com/user/EmmaVerde>

Les liens des vidéos analysées

Cyprien (2011). *La bouffe*. Consulté à l'adresse <https://www.youtube.com/watch?v=oCtKw1fmQA8&t=5s>

Cyprien (2013). *La préparation à l'entretien d'embauche*. Consulté à l'adresse <http://www.dailymotion.com/video/x511wer>

Cyprien (2014). *Les jeunes et la technologie*. Consulté à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=RAzOOfVA2_8

- Cyprien (2017). *Les gens sur Internet*. Consulté à l'adresse
<https://www.youtube.com/watch?v=G5pge3YOqYw>
- Emma Verde (2017). *DIY coques de téléphone*. Consulté à l'adresse
<https://www.youtube.com/watch?v=CMJveOLhZFo&t=41s>
- Emma Verde (2017). *Emma en Suisse*. Consulté à l'adresse
<https://www.youtube.com/watch?v=cknXvSWDfMo&t=357s>
- Natoo (2013). *La recherche des clés*. Consulté à l'adresse
<https://www.youtube.com/watch?v=x8vyGHWRXyo&t=236s>
- Natoo (2016). *Les femmes sur YouTube*. Consulté à l'adresse
<https://www.youtube.com/watch?v=WbM6S6HeEIA>
- Norman (2011). *Les bilingues*. Consulté à l'adresse
https://www.youtube.com/watch?v=_N4DMW5NWsE
- Norman (2014). *Accro à ton smartphone ?* Consulté à l'adresse
<https://www.youtube.com/watch?v=zt-Lbzs2II>
- Norman (2014). *Ces potes agaçants*. Consulté à l'adresse
<https://www.youtube.com/watch?v=A2ShHhuyZcc>

Table des illustrations

Image 1: Etude Ipsos en 2015	18
Consulté à l'adresse http://www.blogdumoderateur.com/etude-ipsos-junior-connect-2015/	
Image 2: Le vélo en ville - Cyprien	52
Capture d'écran de Cyprien - Le vélo en ville, consulté à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=WS1Nw6RWFmc&t=7s	
Image 3: Jeux de rôle simple de Norman.....	53
Capture d'écran de Norman - Top 13 des pires expressions, consulté à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=YVwbxp1FyiE&t=3s	
Image 4: Natoo.....	55
Capture d'écran de Natoo - Les femmes sur Youtube, consulté à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=WbM6S6HeEIA&t=2s	
Image 5: Emma Verde	56

Capture d'écran de Emma Verde - DIY picnic pinterest, consulté à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=6JUbOkF_IZ0&t=42s	
Image 6: Thumbs up	64
Capture d'écran de Emma Verde - DIY coques de téléphone, consulté à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=CMJveOLhZFo&t=18s	
Image 7: Les hashtags	65
Capture d'écran de Cyprien - Les gens sur Internet, consulté à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=G5pge3YOqYw&t=3s	
Image 8: Les acronymes	75
Capture d'écran de Cyprien - Les jeunes et la technologie, consulté à l'adresse https://www.youtube.com/watch?v=RAzOOfVA2_8&t=8s	

7 Appendice

Fiche de travail 1 : « La préparation à l'entretien d'embauche » - Cyprien

A. VRAI ou FAUX - cochez la bonne réponse :

	VRAI	FAUX
1. Cyprien profite de la période entre la fin des études et le premier emploi.		
2. Une carte d'augmentation assure de payer le prix fort.		
3. On a envie de terminer très rapidement cette période de la vie en trouvant un travail.		
4. La recherche d'un travail est très simple.		
5. Il faut bien préparer l'entretien d'embauche pour réussir.		
6. Pour l'entretien d'embauche, il n'est pas important de présenter son CV.		

B. Répondez aux questions suivantes par des phrases complètes :

1. Quelle est, selon lui, la spécialité de Cyprien ?

2. Que veut-il dire par l'expression « On va te mettre les bâtons dans les roues » ?

3. Quelle expression utilise-t-il pour dire qu'il faut vérifier son profil sur Facebook avant un entretien d'embauche ?

C. Cherchez le mot familier pour :

1. le travail	
2. n'avoir plus d'argent du tout	
3. réussir	
4. un professionnel	



Fiche de travail 2 : L'entretien d'embauche – un jeu de rôle²⁶

Vous vous présentez à un entretien d'embauche pour un stage pendant l'été. Il s'agit d'un poste d'assistant(e) pour la conception de sites web (*Webdesign*) dans une entreprise à Paris.

1. Mettez-vous à deux et choisissez, qui jouera le **rôle A** et qui le **rôle B**.
2. Pliez la feuille au milieu pour pouvoir voir les instructions de votre rôle.
3. Posez-vous des questions et répondez, chacun/chacune à son tour, à l'aide des instructions. **A** commence.
4. Faites le contrôle avec les solutions qui sont entre guillemets.
5. Changez le rôle après avoir fait le jeu de rôle une première fois.
6. Apprenez le dialogue par cœur et jouez-le devant vos collègues (le plus authentique que possible !).

A : Le/La DRH*	B : Le/La candidat(e)
Sie begrüßen die Bewerberin/den Bewerber, heißen sie/ihn im Unternehmen willkommen und stellen sich mit ihrem Namen und ihrer Position im Unternehmen kurz vor.	(Bonjour mademoiselle/monsieur X, bienvenue dans notre entreprise. Je suis X, le Directeur/la Directrice des Ressources Humaines.)
(Bonjour madame/monsieur X. Merci de me recevoir.)	Sie begrüßen die Personalchefin/den Personalchef und bedanken sich für die Einladung.
Sie bitten die Bewerberin/den Bewerber, ein wenig von seiner/ihrer Ausbildung zu erzählen.	(Parlez-moi un peu de vos formations, s'il vous plaît)
(Bien sûr. J'ai passé le baccalauréat dans un lycée professionnel commercial spécialisé dans des langues étrangères et dans la conception des médias.)	Sie sagen, dass Sie an einer Handelsakademie maturiert haben, die auf Fremdsprachen und Mediengestaltung spezialisiert ist.
Sie betonen, dass viele Kunden der Firma in England sitzen und die Kontakte oft auf Englisch erfolgen. Sie fragen, ob das Englisch-Niveau der Bewerberin/des Bewerbers gut genug ist.	(Un grand nombre de nos clients est en Angleterre et les contacts sont alors souvent en anglais. Est-ce que votre niveau d'anglais est assez bon ?)
(L'année dernière, j'ai passé deux mois en Angleterre dans le cadre d'un stage et j'y ai perfectionné mes connaissances en anglais.)	Sie erzählen, dass Sie im Rahmen eines Praktikums letztes Jahr zwei Monate in England verbracht haben, wo Sie ihre Englisch-Kenntnisse verbessern konnten.
Sie möchten wissen, wieso die Bewerberin/der Bewerber sich für die Stelle interessiert.	(Pourquoi vous intéressez-vous à ce poste ?)
(La conception des médias, notamment des sites web, m'a toujours intéressé. De plus, l'idée de pouvoir utiliser mes connaissances à l'étranger et d'améliorer mon français en même temps me plaît beaucoup.)	Sie antworten, dass Mediendesign, insbesondere Webdesign, Sie schon immer interessiert hat. Ihnen gefällt die Idee, Ihre Kenntnisse im Ausland anzuwenden und gleichzeitig Ihre Französisch-Fähigkeiten zu stärken.
Sie fragen die Bewerberin/den Bewerber, ob sie/er Ihnen seine/ihre Hauptstärken nennen könnte.	(Pourriez-vous me dire quelles sont vos principales qualités ?)
(Je suis organisé(e) et créatif(ve) et j'aime travailler en équipe. En plus, je reste calme quand je suis stressé(e).)	Sie antworten, dass Sie organisiert und kreativ sind und dass Sie Teamarbeit mögen. Außerdem bleiben Sie ruhig, wenn Sie gestresst sind.
Sie bedanken sich für das Gespräch und teilen der Bewerberin/dem Bewerber mit, dass Sie sich in ein paar Tagen bei ihr/ihm melden werden. Sie verabschieden sich.	(Je vous remercie pour cet entretien. Je vous contacterai dans quelques jours. Au revoir monsieur/mademoiselle X)

(*le Directeur/la Directrice des Ressources Humaines)

²⁶ L'idée tirée de Commerce Pro. Handelskorrespondenz Französisch, Klett. Modifié par Louella Falkner.

SOLUTION : Fiche de travail 1 : « La préparation à l'entretien d'embauche » - Cyprien

A. VRAI ou FAUX - cochez la bonne réponse :

	VRAI	FAUX
1. Cyprien profite de la période entre la fin des études et le premier emploi.		X
2. Une carte d'augmentation assure de payer le prix fort.	X	
3. On a envie de terminer très rapidement cette période de la vie en trouvant un travail.	X	
4. La recherche d'un travail est très simple.		X
5. Il faut bien préparer l'entretien d'embauche pour réussir.	X	
6. Pour l'entretien d'embauche, il n'est pas important de présenter son CV.		X

B. Répondez aux questions suivantes par des phrases complètes :

1. Quelle est, selon lui, la spécialité de Cyprien ?

La spécialité de Cyprien est l'entretien d'embauche par Webcam.

2. Que veut-il dire par l'expression « On va te mettre les bâtons dans les roues » ?

Cette expression signifie qu'on va rencontrer des difficultés/des obstacles en cherchant un travail.

3. Quelle expression utilise-t-il pour dire qu'il faut vérifier son profil sur Facebook avant un entretien d'embauche ?

Il ne faut pas oublier de faire le ménage dans ses photos qui sont sur Facebook.

C. Cherchez le mot familier pour :

1. le travail	le boulot
2. n'avoir plus d'argent du tout	être fauché
3. réussir	cartonner
4. un professionnel	un pro



Fiche de travail 1 : « Accro à ton smartphone ? » - Norman fait des vidéos

A. Ecoutez et cochez les phrases que vous entendez :

- On se rend compte que les smartphones, c'est vraiment une drogue.
- Avec les smartphones, on dirait que les gens ne kiffent plus leur vraie vie.
- Il y a des moments, quand je l'utilise, je ne m'en rends même plus compte.
- Les personnes âgées sont très au courant de tous ce qu'on peut faire avec un smartphone.
- Il existe cent applications pour les smartphones.
- Les mecs qui ont des smartphones, ils veulent tous avoir un iPhone.
- J'ai envie de biper mes lunettes.
- Tout le monde est un peu accro à son smartphone, c'est normal.

B. Lisez les phrases et cherchez la capture d'écran qui convient :

- A. Avec la correction d'orthographe, par exemple, quand t'écris des mots, ton portable, il décide tout seul d'envoyer d'autres mots à ta place.
- B. Hé mon gars, hier j'étais à un concert c'était tellement énorme, matte !
- C. Attends l'application boussole ! Y a vraiment un mec qui utilise ça ?
- D. C'est juste parce que c'est nouveau que ça choque les gens. Moi, je suis sûr qu'à l'époque où ils ont inventé le livre, ça a dû choquer tout le monde au début.
- E. La dernière fois, j'ai demandé à une vieille dame de me prendre en photo avec un pote, je vous jure, elle a fait comme ça.
- F. Ça vous dérange pas on fait une photo pour Instagram ?
- G. Mais à l'inverse, ceux qui n'ont pas du tout de smartphone, qui n'ont pas le moyen d'en avoir, à chaque fois, ils me font vraiment culpabiliser d'en avoir un.
- H. Bah moi, si tu veux, mon Nexus il fait 600 millions de pixels par photo.

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



C. Que signifient ces mots ? Cherchez des synonymes ou la forme correcte :

1. sympa =
2. kiffer =
3. matter =
4. pote =
5. ciné =

Fiche de travail 2 : « Accro à ton smartphone ? » - Norman fait des vidéos

A vous de devenir Youtubeur/Youtubeuse !

Avez-vous un thème qui vous tient au cœur ? Quelque chose qui vous intrigue ? Dont vous avez envie de parler ? Allez-y ! Vous pouvez vous exprimer là-dessus dans une vidéo YouTube !



Faites une vidéo de 2 à 3 minutes après l'exemple du Youtubeur Norman.

La vidéo doit comporter :

- un titre pertinent
- un thème global
- au moins un sketch/un jeu de rôle

Mettez-vous dans des groupes de trois à quatre personnes. Avant de commencer à filmer, faites des notes pour un scénario. Vous pouvez filmer avec vos smartphones. Chacun/chacune doit apparaître dans une scène.

SOLUTIONS : Fiche de travail 1 : « Accro à ton smartphone ? » - Norman fait des vidéos

A. Ecoutez et cochez les phrases que vous entendez :

- X On se rend compte que les smartphones, c'est vraiment une drogue.
- X Avec les smartphones, on dirait que les gens ne kiffent plus leur vraie vie.
- X Il y a des moments, quand je l'utilise, je ne m'en rends même plus compte.
Les personnes âgées sont très au courant de tous ce qu'on peut faire avec un smartphone.
Il existe cent applications pour les smartphones.
Les mecs qui ont des smartphones, ils veulent tous avoir un iPhone.
- X J'ai envie de biper la télécommande.
- X Tout le monde est un peu accro au smartphone, c'est normal.

B. Lisez les phrases et cherchez la capture d'écran qui convient :

- A = 7 E = 8
B = 1 F = 2
C = 3 G = 4
D = 6 H = 5

C. Que signifient ces mots ? Cherchez des synonymes ou la forme correcte :

1. sypmpa = sympathique
2. kiffer = aimer, apprécier
3. matter = regarder
4. pote = l'ami(e)
5. ciné = le cinéma

Lisez le texte et discutez ensuite sur les questions en bas :

Le langage des jeunes

Dans le style langagier des jeunes Français, nous trouvons quelques caractéristiques que l'on appelle le « langage des jeunes ». On remarque des différences au français standard surtout en ce qui concerne le lexique. C'est-à-dire que les jeunes aiment utiliser par exemple des métaphores. De plus, il est typique pour les adolescents d'emprunter des mots d'autres langues, par exemple de l'anglais, et de les intégrer dans leur langage du quotidien.

Nous rencontrons très souvent des néologismes aussi, autrement dit, de nouveaux mots créés par les jeunes de façon créative. Ce sont, par exemple, des abréviations comme « ciné » (pour dire « cinéma ») ou même des termes plus actuels comme « hashtagueur », pour parler d'une personne qui orne sa photo sur Instagram avec beaucoup de hashtags inutiles. Une méthode très particulière de modifier la langue est l'utilisation du verlan. Il s'agit d'une soi-disant « langue secrète » qui fonctionne par l'échange des syllabes du mot. Ainsi, le mot « café » devient « féca ». L'usage langagier des jeunes est aussi marqué par des particularités stylistiques comme l'exagération, l'utilisation des « gros mots » ou de l'ironie.



(<https://galleana.blogspot.co.at/2013/10/le-parler-des-jeunes.html>)

1. Pensez à vos habitudes de parler avec vos amis au quotidien. Utilisez-vous un langage des jeunes ?
2. Quelles expressions ou particularités stylistiques existent-ils dans le langage des jeunes en Autriche ?
3. Quelle est, d'après vous, la fonction du langage des jeunes ?

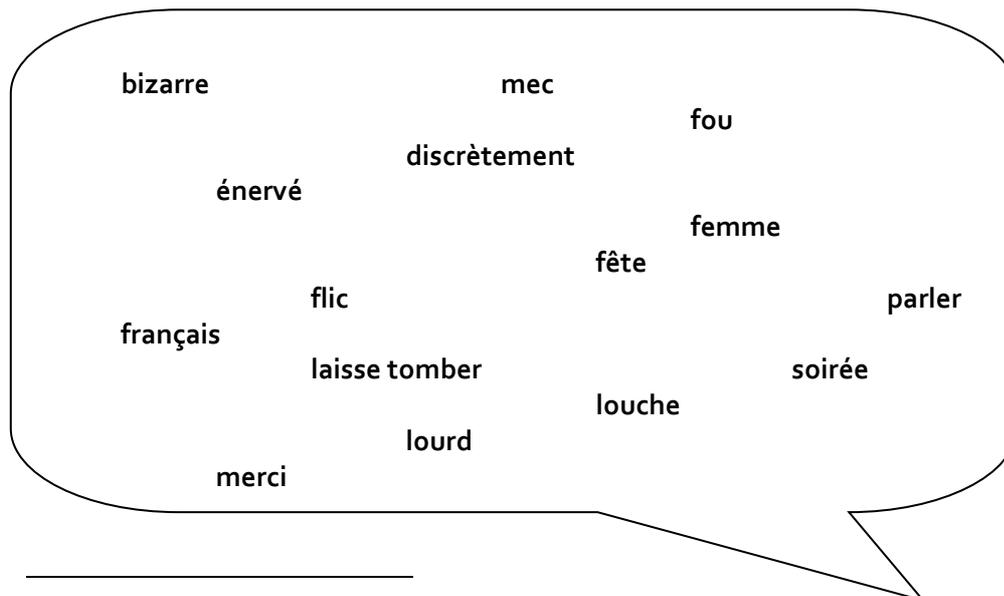
²⁷ Rédigé par Louella Falkner

Le verlan

Lisez ces mots en verlan et cherchez les mots du français standard qui sont indiqués en bas. Regardez aussi les images²⁸ sur les deux pages.



1. céfran	
2. ouf	
3. teuf	
4. keum	
5. lepar	
6. en scred	
7. relou	
8. meuf	
9. vénère	
10. zarbi	
11. chelou	
12. laisse béton	
13. résoi	
14. cimer	
15. keuf	



²⁸ <https://inmatelier.files.wordpress.com/2008/10/image002.jpg?w=468>

SOLUTIONS : Fiche de travail : Le langage des jeunes²⁹

1. céfran	français
2. ouf	fou
3. teuf	fête
4. keum	mec
5. lepar	parler
6. en scred	discrètement
7. relou	lourd
8. meuf	femme
9. vénère	énervé
10. zarbi	bizarre
11. chelou	louche
12. laisse béton	laisse tomber
13. résoi	soirée
14. cimer	merci
15. keuf	flic

²⁹ Rédigé par Louella Falkner

8 Abstract

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich sprachwissenschaftlich mit den Videos junger, französischsprachiger Youtuber wie Youtuberinnen und deren Einsatzmöglichkeiten im schulischen Fremdsprachenunterricht. Ausgehend von der Fragestellung, ob und wie diese authentischen Materialien im Französischunterricht angewendet werden können, wird die Arbeit in drei Teile geteilt.

Im einleitenden theoretischen Teil werden Zusammenhänge der zunehmenden Digitalisierung sowie Mediatisierung unseres Alltags und der heutigen Jugend erläutert. Da sich die Jugendlichen unserer Gesellschaft medienaffiner zeigen als die älteren Generationen, wird der Medienalltag junger Menschen beleuchtet und der Stellenwert der Videoplattform YouTube ermittelt. Außerdem wird das Phänomen „Youtuber“ bzw. „Youtuberin“ erklärt, bevor die Konzentration auf die Besonderheiten jugendlichen Sprachgebrauchs gelegt wird. Nach ausführlicher Begriffsbestimmung rund um den Terminus „Langage des jeunes“, der Darlegung der Funktionen von Jugendsprache sowie der gegenseitigen Beeinflussung derer und der konsumierten Medien, wird eine sprachwissenschaftliche Analyse mehrerer Videos von vier unterschiedlichen frankophonen Youtubern und Youtuberinnen gemacht. Ziel des analytischen Teils ist es, die Charakteristika der von den YouTube-Stars angewendeten Sprache aufzudecken, um in Folge dessen eine Didaktisierung ausgewählter Videos für den schulischen Gebrauch auszuarbeiten. Im didaktischen Teil werden anhand des gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen und des österreichischen Lehrplans zunächst die Rolle des audiovisuellen, authentischen Dokuments, sowie der Umgang mit dem Substandard der französischen Sprache im Unterricht erörtert.

Die didaktische Ausarbeitung zweier zuvor analysierten Videos zeigt uns vielfältige Möglichkeiten: neben der Schulung des Hörverständnisses können auch die Kompetenzen Sprechen, Schreiben und Lesen in Aktivitäten, die auf die Präsentation des Videos folgen, gefördert werden. Zu dem trägt der Inhalt der behandelten Videos, welcher auch im Alltag der Jugendlichen präsent ist, weitreichend zur Lernmotivation bei. Darüber hinaus kann den Schülern und Schülerinnen französische Umgangs- bzw. Jugendsprache, aber auch metasprachliche Aspekte, nähergebracht werden.