

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

جامعة أبو بكر بلقايد

ⵜⴰⵎⴰⵎⴻⵔⴰⵏⵜ ⴰⵎⴻⵔⴰⵏⵜ ⴰⵎⴻⵔⴰⵏⵜ ⴰⵎⴻⵔⴰⵏⵜ

UNIVERSITÉ DE TLEMCEM



Faculté des Lettres et des Langues

Département de français

Filière de français

Thème

Les Stratégies adoptées dans le discours médiatique d'Instagram, par les influenceurs de la langue française, approche discussive. (le cas de trois influenceurs : Hayet Louni, Français avec Pierre, Madame Ouri).

Mémoire de master en **Sciences du Langage**

Présentée par :

-DALI YOUCEF RANIA - HAMOUDI AOUICHA

Sous la direction de :

Monsieur KHERBOUCHE GHOUTI

Membres du jury :

| | | |
|----------------------|--|-----------------|
| Mme. ABBACI Amel. | MCA – Université Tlemcen | Président(e) |
| Mr KHERBOUCHE GHOUTI | MCA– Université Tlemcen | Encadrant(e) |
| Mme. MIMOUNI Faiza | MCA – école supérieure des sciences appliquées à Tlemcen | Examineur.trice |

Année universitaire 2021-2022

Remerciements

*Nos sincères remerciements vont à notre directeur de recherche Monsieur
KHERBOUCHE GHOUTI pour les efforts fournis et le soutien apporté
de même que ses valeureux conseils tout au long de ce travail.*

*Nous tenons à remercier vivement les membres de jury qui ont accepté d'évaluer
notre travail de recherche.*

*Un grand merci à nos très chers parents pour leurs encouragements durant tout notre
parcours et notre famille pour leurs égards positifs.*

Nous exprimons notre gratitude à nos enseignants

Dédicace

On dédie ce travail aux deux familles qui nous ont réunis

« Pour la famille DALI-YOUCEF et la famille HAMOUDI »

À l'oxygène de notre vie « HAMOUDI MOHAMED et

BENKHNAFOU SAMIRA » et « DALI-YOUCEF AMINE

et EL-HASSAR CHAHRAZED »

À nos frères et sœurs

Table des Matières

| | |
|---|-----|
| Remerciements | ii |
| Dédicace | iii |
| Introduction | 1 |
| Première partie :Cadre théorique et méthodologique | 5 |
| I.1. Cadre théorique..... | 6 |
| I.1.1 Mutation de la linguistique..... | 6 |
| I.1.2. Le nouvel objet des sciences du langage..... | 8 |
| I.1.3. Le discours dans les réseaux sociaux..... | 8 |
| I.2. Cadre méthodologique..... | 11 |
| I.2.1. Description du corpus..... | 11 |
| I.2.2. Approche adoptée : L’approche discursive..... | 17 |
| I.2.3. La méthode descriptive analytique..... | 17 |
| I.2.4 Méthode qualitative..... | 18 |
| I.2.5. La méthode quantitative..... | 19 |
| Deuxième partie :L’analyse du Corpus | 20 |
| II.1.Introduction partielle..... | 21 |
| II.2. L’analyse des publications et commentaires..... | 21 |
| Remarques et analyse de la publication..... | 22 |
| Remarques et analyse des commentaires :..... | 22 |
| II.3. Les résultats d’analyses..... | 69 |
| II.4. Interpretation des resultats :..... | 70 |
| Conclusion | 72 |
| Bibliographie | 76 |

INTRODUCTION

Le nombre de langues dans les pays du monde entier s'élève actuellement à 7000 langues, réparties sur 200 pays, ce qui confère à chacun, une diversité linguistique de presque 30 langues, voire plus pour certains.

Avant, on parlait de linguistique dite linguistique de cabinet ou traditionnelle, dont l'objet d'étude principal était la langue en elle-même et pour elle-même. Les années soixante ont marqué l'évolution épistémologique de la linguistique qui a assisté à une mutation de l'objet d'étude qui devient désormais le discours. C'est-à-dire, le langage tel qu'il se réalise dans la vie quotidienne dans l'interaction sociale. Désormais, on parle peu de linguistique mais beaucoup plus des Sciences du langage.

Les Sciences du langage, font partie d'une large famille des Sciences Humaines et Sociales, à l'image de la Psychologie, les Sciences Cognitives, la Philosophie ainsi que la Sociologie. Leur principal objectif est d'étudier le langage et son fonctionnement en société.

Il est essentiel de distinguer les Sciences du langage de l'enseignement traditionnel de la grammaire française. Les Sciences du langage, contrairement à la grammaire classique (ou grammaire normative¹), se concentrent sur ce qui est réellement dit plutôt que sur ce qui devrait être dit. Par conséquent, ce domaine est une science fondée sur des faits observés concernant le langage.

Ainsi, parler ce n'est pas seulement échanger des informations, mais échanger des énoncés qui véhiculent des actes de langage. Autrement dit, il s'agit d'une influence réciproque entre des interlocuteurs en situation d'interaction au moyen du langage. Un discours ne se résume pas simplement à décrire un réel qui lui préexiste ; il construit également la représentation du réel que le locuteur veut partager avec son allocutaire. Le discours, qui, à la base, jumelait la langue à l'action, est donc un acte d'influence.

Nous nous sommes intéressées essentiellement aux diverses stratégies pratiquées par les influenceurs de la langue française, dans la sphère numérique appelée Instagram. Étant donné qu'une réelle opportunité s'offre grâce à leurs publications et vidéos partagées avec leurs abonnés, une réflexion et un travail de recherche sur les différentes pratiques de la langue française, dans cet univers, nous paraissent essentiels.

¹ Nous avons précisé de parler de la grammaire normative car le discours médiatique sur Instagram ,choisi pour étudier est tellement plein de valeurs socioculturelles .Les discours des influenceurs de la langue française envisagent des règles immuables et garantes d'un bel et bon usage de la langue .

L'incroyable développement de la technologie, de l'information ainsi que de la communication a favorisé l'apparition de nouvelles structures communicationnelles : les réseaux sociaux et les médias sociaux. Ces derniers font l'objet de plusieurs travaux de recherches(s) en Sciences du langage. Nous avons choisi de travailler sur le réseau social Instagram, dont les recherches effectuées dessus sont minimales. En effet, ce dernier est délaissé par rapport à Facebook et YouTube, dont la majorité des travaux effectués dessus portent sur des phénomènes ou situations langagiers.

Notre recherche, donc, s'inscrit dans le domaine des Sciences du langage en général et dans l'analyse de discours plus particulièrement.

Nous voulons, au moyen de notre travail, mettre en relief les stratégies adoptées dans le discours des influenceurs de la langue française sur les réseaux sociaux et plus précisément sur Instagram.

Nous pouvons alors formuler notre question principale ainsi : quelles sont les stratégies adoptées par les influenceurs de la langue française sur Instagram ?

Ainsi, nous avons intitulé notre travail mémoire de la manière suivante : Les stratégies adoptées dans le discours médiatique d'Instagram, par les influenceurs de la langue française, approche discussive, le cas de trois influenceurs : Hayet Louni ,Français avec pierre ,Madame Ouri .

Afin d'y répondre, certaines sous-questions nous préoccupent :

1. Est-ce que le choix du sujet pourrait être une des stratégies primordiales qu'un influenceur utilise pour sensibiliser ses internautes ?
2. Est-ce que le choix des normes socio-culturelles abordées par les influenceurs serait pertinent?
3. Est-ce que les influenceurs prennent en considération les avis, les conseils et les suggestions proposés par leurs abonnés dans les commentaires ?
4. Les influenceurs de la langue française utilisent-ils les mêmes stratégies à l'écrit et à l'oral ?

Pour pouvoir répondre clairement à la problématique de notre travail, nous avons émis quatre hypothèses qui nous permettraient de l'orienter et de supposer les différents résultats auxquels nous voulons aboutir. Nos hypothèses sont les suivantes :

1. Le choix du sujet serait une stratégie efficace, parmi les diverses stratégies adoptées.
2. Le choix des normes socio-culturelles abordées par les influenceurs de la langue française serait pertinent.
3. Les influenceurs prendraient généralement en considération les avis de leurs commentateurs.
4. Les influenceurs de la langue française n'utiliseraient pas toujours les mêmes stratégies dans leurs discours écrits et oraux sur Instagram.

Pour répondre à toutes ces questions, nous avons adopté le corpus suivant : un certain nombre de vidéos et publications émises par les influenceurs de la langue française ciblés .

Pour ce faire, nous avons adopté une méthode analytique où nous présenterons le corpus, l'analyserons et interpréterons les résultats. De plus, nous adopterons une méthode à la fois quantitative, qui repose sur la quantité des éléments constituant notre corpus, et qualitative, qui repose sur leur pertinence.

Notre travail se compose de deux parties : la première porte d'une part, sur l'aspect théorique de notre recherche, où nous définirons d'abord les notions clés relatives à notre thème et d'autre part, sur l'aspect méthodologique où nous présenterons l'assise méthodologique de notre travail : nous décrirons notre corpus et présenterons les méthodes adoptées et l'approche utilisée. Quant à la deuxième partie, elle sera consacrée à la pratique, c'est-à-dire à l'analyse proprement dite de notre corpus. Nous terminerons notre travail par une lecture interprétative des résultats obtenus.

PREMIÈRE PARTIE

CADRE THÉORIQUE

ET

MÉTHODOLOGIQUE

I.1. Cadre théorique

I.1.1 Mutation de la linguistique

La linguistique est l'étude scientifique du langage, des langues et de leur utilisation, appelée « parole », ou aussi « discours ». Le langage est considéré comme la faculté générale (capacité, aptitude) de l'être humain à communiquer en moyen de plusieurs codes qui utilisent plusieurs canaux. Les langues sont les systèmes de communication particuliers des communautés linguistiques. Citons comme exemples : le français, l'anglais, l'arabe, le chinois, etc. En ce qui concerne la parole, il s'agit du résultat de l'utilisation d'une langue, donc c'est un cas particulier du langage.

Le mot « linguistique » apparaît en France au début du 19^{ème} siècle. La linguistique se constitue d'une discipline scientifique autonome visant à décrire le langage à l'aide de ses propres outils théoriques.

Elle est définie par Ferdinand de Saussure (1916) comme « l'étude scientifique de la langue en elle-même et pour elle-même ». Elle se base sur l'observation, sans porter de jugement, ce qui rend cette discipline descriptive et objective. « Le début du 19^{ème} siècle peut être considéré comme la date de naissance de la linguistique comme discipline autonome. » Jean François Dortier (2010 :6)

Ferdinand de Saussure a donné la primauté à la langue en tant que « code » social appartenant à la communauté. L'individu est simplement l'utilisateur. Pour Saussure, la matière de la linguistique est le code ainsi que l'analyse, la classification et la catégorisation des éléments qui constituent ce code ; il l'appelle également « système ».

Quant à la parole, le linguiste ne s'en préoccupe pas : il dit simplement qu'elle est individuelle. De même, que les structuralistes soit Européens ou Américains, ces derniers ont toujours mis en avant le principe de l'immanence de la langue, c'est-à-dire que la langue est une entité en elle-même et pour elle-même, coupée de tout contexte extralinguistique et de toute référence au monde réel. Cette linguistique dite « linguistique de labo », fabriquait et analysait des corpus dans des laboratoires loin de leur contexte de production.

Après l'échec flagrant qu'a rencontré la linguistique structurale, lors de son application sur des corpus réels, les chercheurs commencent à réfléchir afin de trouver des solutions. « Il ne s'agissait pas de dépasser la linguistique (Orrechioni, 1990), mais de l'amener à se dépasser ».

Ils reprennent les postulats de base de la linguistique structurale² et leurs opposent à des remises en question, qui seront le point de départ de nouveaux développements dans l'analyse linguistique.

Corrélativement, le transfert de l'objet d'étude (de langue à discours) va mener à l'adoption d'une nouvelle méthode répondant aux nouvelles exigences scientifiques. On a affaire à un nouveau type de corpus réel, authentique et vrai, enregistré, transcrit et analysé minutieusement. On parle alors de linguistique de terrain. La parole commence à être vraiment considérée comme objet d'analyse avec la linguistique du discours.

« Le début du 20ème siècle inaugure une nouvelle façon d'envisager le langage » Jean François Dortier (2010 :7)

La linguistique du discours est une branche de la linguistique qui prend naissance à la suite de l'ancienne linguistique, dont l'objet était la langue autonome. La linguistique traditionnelle de bureau, étant devenue lacunaire et bloquée, et incapable d'expliquer les faits langagiers, elle atteint de nouvelles perspectives celles des sciences du langage.

En effet, il s'agit d'une mutation de la linguistique vers les sciences du langage. L'objectif primaire de la linguistique, qui consistait à dégager le fonctionnement interne de la langue, est devenu : étudier et dégager l'utilisation de la langue telle qu'elle est produite : vraie, réelle et authentique dans son contexte social.

² Le structuralisme se limite à une analyse synchronique des institutions pour en dégager la structure et le sens. Les structuralistes étudient donc la structure à un moment donné de l'histoire car ils considèrent cette structure comme inchangeable. Les problèmes de la linguistique permettent de distinguer trois niveaux : a) la réalisation particulière de la faculté universelle du langage dans des langues concrètes, dont on peut dégager la structure formelle conformément à ce qu'a montré Saussure ; b) le niveau de l'énonciation dans lequel les locuteurs intègrent la parole dans l'universalité et l'homogénéité de la parole ; c) la parole pure impureté variable et contingente, que d'autres sciences que la linguistique pourront prendre en charge partiellement.

I.1.2. Le nouvel objet des sciences du langage

L'évolution épistémologique de la linguistique a pour conséquence le transfert de l'objet d'étude de la langue vers le langage. Il s'agit d'une mutation dans la conception de l'objet d'étude qui va entraîner des répercussions sur la méthode entreprise pour l'aborder et sur la nature des corpus à analyser.

Les limites de l'analyse structurale s'arrêtent à la phrase qu'elle considère comme l'unité supérieure. Malheureusement, la production du sens dans la communication ne s'arrête pas aux frontières de la phrase et la dépasse largement à une unité supérieure, qui est le discours. « Sa construction est régie par un contrat de communication exigeant la présence de trois pôles essentiels ...les pôles :sources d'information, instance de médiation,ou de transmission et instance de réception »(article :Le discours médiatique algérien : 42) .

Dominique Maingueneau définit la discipline de l'analyse de discours dans son ouvrage « Les termes clés de l'analyse du discours » comme : « l'usage réel du langage par des locuteurs réels dans des situations réelles »(1996 :11) et pour le discours, il considère qu'il représente le résultat de l'articulation d'une pluralité plus ou moins grande de structurations transphrastiques, en fonction des conditions de production. Ainsi la définition du langage qui fait l'unanimité c'est : le discours est le langage en action .

Grawitz trouve que considérer la structure d'un texte en le rapportant à ses conditions de production, c'est l'envisager comme un discours. Ce qui donne naissance à une équation assez primordiale dans cet univers : énoncé + conditions de production = discours.

« C'est la discipline qui, au lieu de procéder à une analyse linguistique du texte, en lui-même ou à une analyse sociologique ou psychologique de son contexte, vise à articuler son énonciation sur un certain lieu social » Dominique Maingueneau (Les termes clés de l'analyse de discours,1996 :11)

I.1.3. Le discours dans les réseaux sociaux

« L'usage de la langue ne se limite pas aux échanges linguistiques « courants », dès qu'on aborde le domaine des différents types de discours on a nécessairement affaire à des systèmes plus au

moins lâches de contraintes spécifiques sur l'emploi des personnes »Dominique Maingueneau (L'énonciation en linguistique française,2010 : 31).

Chaque énoncé est relié à son contexte. « Le plus souvent l'analyste n'étudie pas la totalité d'un champ discursif, mais il en extrait un sous-ensemble, un espace discursif constitué d'au moins deux positionnements discursifs entretenant des relations particulièrement fortes »Dominique Maingueneau (Les termes clés de l'analyse du discours,1996 :13)

Les échanges sociaux s'inscrivent nécessairement dans le temps. Avant même la mode des réseaux sociaux sur internet, la notion de « réseau » connaissait en sciences sociales un succès grandissant depuis quelques décennies.

Nous voudrions dans ce travail de recherche, étudier le discours des influenceurs dans la sphère numérique médiatique INSTAGRAM. Nous voudrions apporter des réponses scientifiques à un comportement langagier particulier, qui émane de la réalité sociolinguistique Algérienne.

Le discours ³a un objectif performatif : c'est un acte volontariste d'influence dont la plupart des discours politiques et publicitaires sont argumentatifs.

Les forums virtuels de discussions ont un impact sur le discours des personnes qui utilisent ce monde irréel. Actuellement, les réseaux sociaux sont devenus des outils incontournables pour partager l'information.

Un réseau social est une plateforme digitale sur laquelle des centaines de millions, voire des milliards d'internautes se connectent pour échanger, se regrouper, entrer en contact et réseauter en publiant du contenu et en interagissant.

Pragmatiquement parlant , on échange pas seulement des énoncés mais des actes de langage influençants et influençables.

³ La considération du discours comme objet d'étude a marqué une révolution dans le domaine des sciences du langage ,l'intérêt allant de la phrase aux relations des phrases entre elles .Le niveau sémantique de la langue s'est trouvé intégré à l'interprétation du discours . Souad Ain-Sebaà(2013-2014 P17)

À l'heure actuelle, tout se passe sur internet. Essentiellement, nous remarquons que les réseaux sociaux permettent de relier des individus en ligne. Il est possible d'y poster des photos, des vidéos ou des textes personnels qui seront alors vus par toutes les personnes se connectant aux différents réseaux. Ce mode de communication est utilisé par de nombreuses stars, mais aussi par des entreprises. Les réseaux sociaux sont incontournables dans le domaine des interactions verbales et de la communication.

Le langage utilisé dans les réseaux sociaux représente une diversité linguistique. Il se divise en deux types :

- 1) écrit, lorsqu'il s'agit d'une « story »⁴ ou d'une publication ;
- 2) oral, lorsqu'il s'agit d'une vidéo.

Le discours dans les réseaux sociaux recouvre le langage en situation, actualisé au cours d'un acte d'énonciation particulier. Il est question de l'ensemble des phénomènes observables au cours d'un processus d'actualisation, plus particulièrement, des modalités de l'inscription dans l'énoncé des énonciateurs (émetteurs et destinataires), c'est-à-dire le fonctionnement de la subjectivité langagière comme l'appelle Emile Benveniste. (De la subjectivité dans le langage, (1902-1976).

Ainsi, le langage de la sphère numérique est envisagé comme moyen d'agir sur le contexte interlocutif, qui permet d'accomplir un certain nombre d'actes spécifiques, appelés « actes du langage » ou « actes de communication » désignant tout acte réalisé au moyen du langage.

Qu'est-ce qu'un influenceur ?

« Vouloir dire c'est vouloir qu'un énoncé ait un certain effet sur un auditoire, ne serait ce que simplement faire comprendre le contenu de l'énoncé » Dominique Maingueneau (l'énonciation en linguistique française, 2010 :85)

⁴ La story est une photo ou une courte vidéo que l'on poste sur son compte Snapchat, Facebook ou Instagram, et que les amis abonnés peuvent consulter pendant 24H. Après cela, elle disparaît.

Le mot a émergé en 1990 pour qualifier l'action de certains bloggeurs. D'abord, on les a appelés « bloggeurs d'influence » puis « influenceurs ». Aujourd'hui, un influenceur est une personne qui relaye ses opinions à travers les réseaux sociaux.

Sur les réseaux sociaux, les influenceurs sont très suivis. Ils abordent divers sujets : le sport, la mode, les voyages, les astuces de beauté ou encore la science et le bricolage. Certains ont trouvé leur crédo : la langue française. Ces amoureux de la linguistique, qui officient sur plusieurs réseaux sociaux (YouTube, Twitter, Facebook, Instagram) ont toujours leur mot à dire sur la langue française, les registres de langue, la grammaire, l'orthographe et la conjugaison.

Chaque année, chaque mois, chaque jour, la langue française se renouvelle. Elle est en constante évolution et accueille de nouveaux mots, de nouvelles expressions et nouvelles pratiques.

Notre thème de recherche touche un réseau social bien précis qui est « Instagram ». Un influenceur d'Instagram a un compte sur Instagram bien particulier où il doit être toujours présent et actif en publiant des vidéos et publications. Les influenceurs sont devenus les stars des réseaux sociaux, dont l'influence touche tous les domaines, notamment celui de la langue française.

I.2. Cadre méthodologique

Nous expliquerons dans ce qui suit notre corpus⁵, l'approche adoptée, et les méthodes utilisées dans notre travail de recherche.

I.2.1. Description du corpus

- Corpus de référence

⁵ Ce qui constitue le plus grand changement pour les sciences du langage c'est l'automatisation des données qui introduit un changement radical dans les pratiques des linguistes. C'est pourquoi ce qu'on appelle actuellement « linguistique de corpus », ou plutôt, d'ailleurs à raison « linguistique de corpus (au pluriel) recouvre des champs extrêmement variés des sciences du langage. Jacqueline Léon, histoire de l'automatisation des sciences du langage, 2015 :157

Nous avons choisi de travailler sur les réseaux sociaux. Ils sont présents sous différentes plateformes : YouTube, Facebook, Instagram, Telegram et bien d'autres. Chaque réseau social est différent de l'autre. Ils représentent un large choix de phénomènes langagiers.

- Corpus de sélection :

« Les événements rapportés par les médias ne sont pas les faits mais des événements médiatique .Et le travail de construction médiatique est d'abord un travail de sélection »Odile Camus (L'analyse des discours médiatiques,2003)

Instagram se présente sous forme d'un site web et d'une application pour les smartphones. C'est un service communicatif par excellence et sa principale caractéristique est le partage de photos et de vidéos. Il a été fondé en 2010 par Kevin Systrom puis racheté en 2012 par Meta (anciennement Facebook Inc). De nombreuses personnes partagent leurs passions et voyages ainsi que leur vie personnelle et quotidienne avec leurs internautes.

Nous comptons analyser deux corpus : l'un est oral et l'autre est écrit ; nous travaillerons sur des vidéos, des publications et des commentaires. Nous avons pris des captures d'écran des publications écrites et visionné les vidéos puis les avons enregistrées.

Notre corpus oral se constitue de neuf(9) vidéos. Quant au corpus écrit, nous avons sélectionné neuf (9) publications. De chaque publication quatre(4) à six(6) commentaires sont choisis pour analyser.

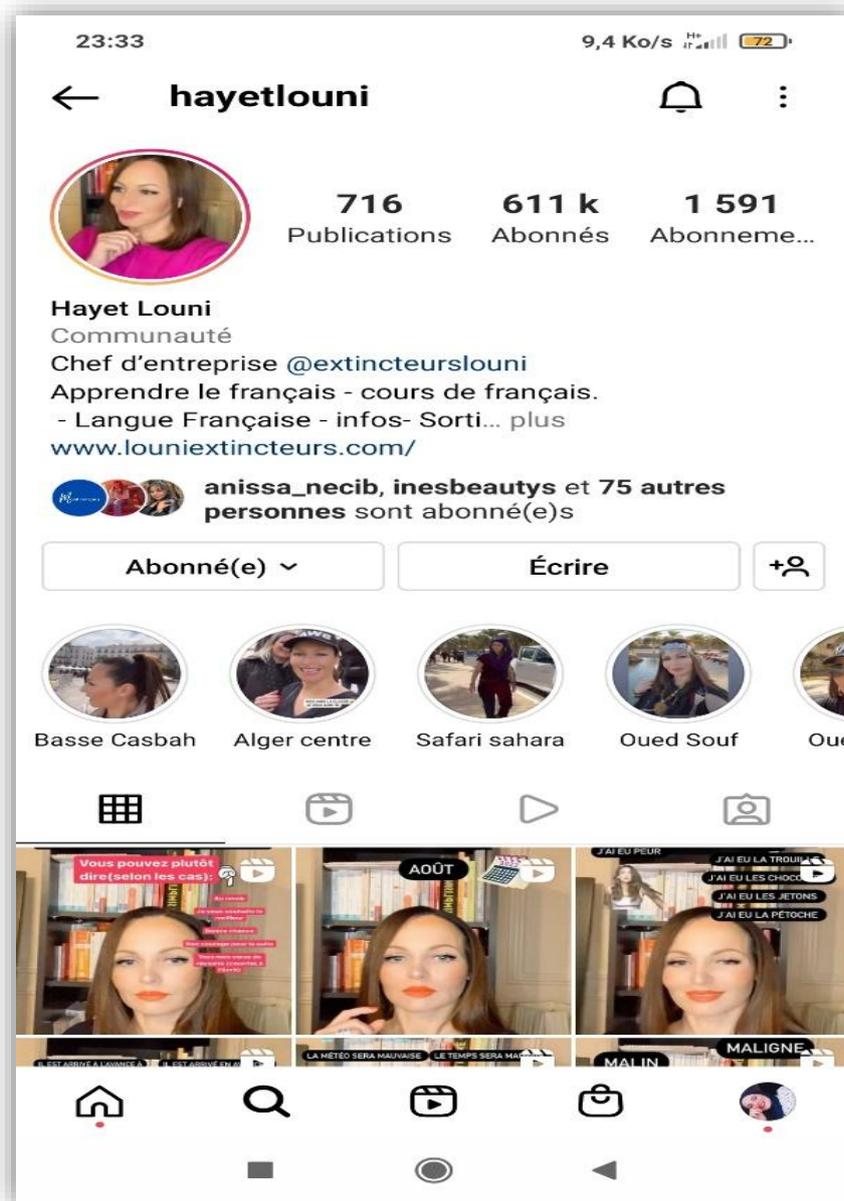
Les vidéos, les publications et les commentaires choisis répondent aux besoins de notre recherche, car nous estimons qu'elles sont riches de pratiques langagières intéressantes et pertinentes à étudier dans l'analyse de discours.

- Corpus d'analyse

Sur la plateforme numérique Instagram, nous avons choisi de travailler et d'étudier un genre de personnes bien précis : les influenceurs. Ces derniers se spécialisent dans différents domaines. Les influenceurs choisis sont ceux de la langue française : Hayet LOUNI, Français avec PIERRE et madame Ouri.

« Communiquer ce n'est pas tant transmettre une information que faire aboutir une intention. Les compétences ne sont pas les mêmes, et les stratégies non plus » Jean François Dortier (le langage introduction aux sciences du langage, 2010 :85).

Nous commençons la présentation des trois influenceurs ciblés :

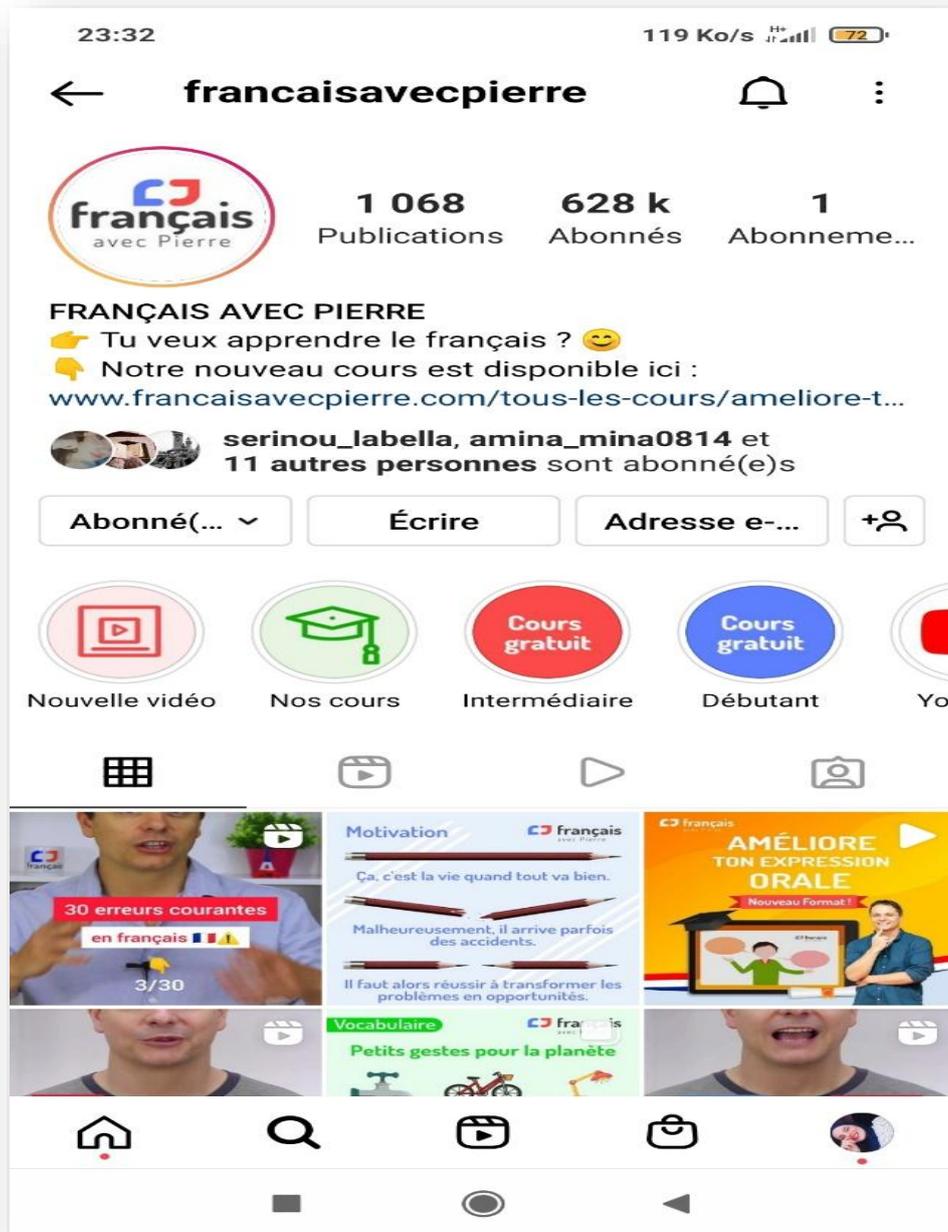


✓ Hayet LOUNI : C'est une femme Algérienne âgée de 44 ans, qui travaille comme enseignante de français dans une école privée à Marseille. Elle est également cheffe d'entreprise « Extincteurs Louni ». Elle a commencé à se faire connaître en publiant des

vidéos amusantes pour faire apprendre le français. Ses vidéos portent essentiellement sur l'explication des expressions françaises, la correction des confusions et fautes courantes, ainsi que la prononciation. Cette influenceuse et amoureuse de la linguistique a une chaîne sur YouTube et un compte Facebook. Mais, elle a choisi de se lancer sur Instagram, où elle est très active. Son compte sur ce dernier est connu par la communauté algérienne. Hayet Louni a actuellement à 610.000 abonnés et 678 publications.⁶ Elle publie des vidéos presque quotidiennement. Ses publications reçoivent beaucoup de réactions de type « j'adore ⁷», allant jusqu'à un (1) million et les commentaires sont souvent positifs par rapport à son contenu.

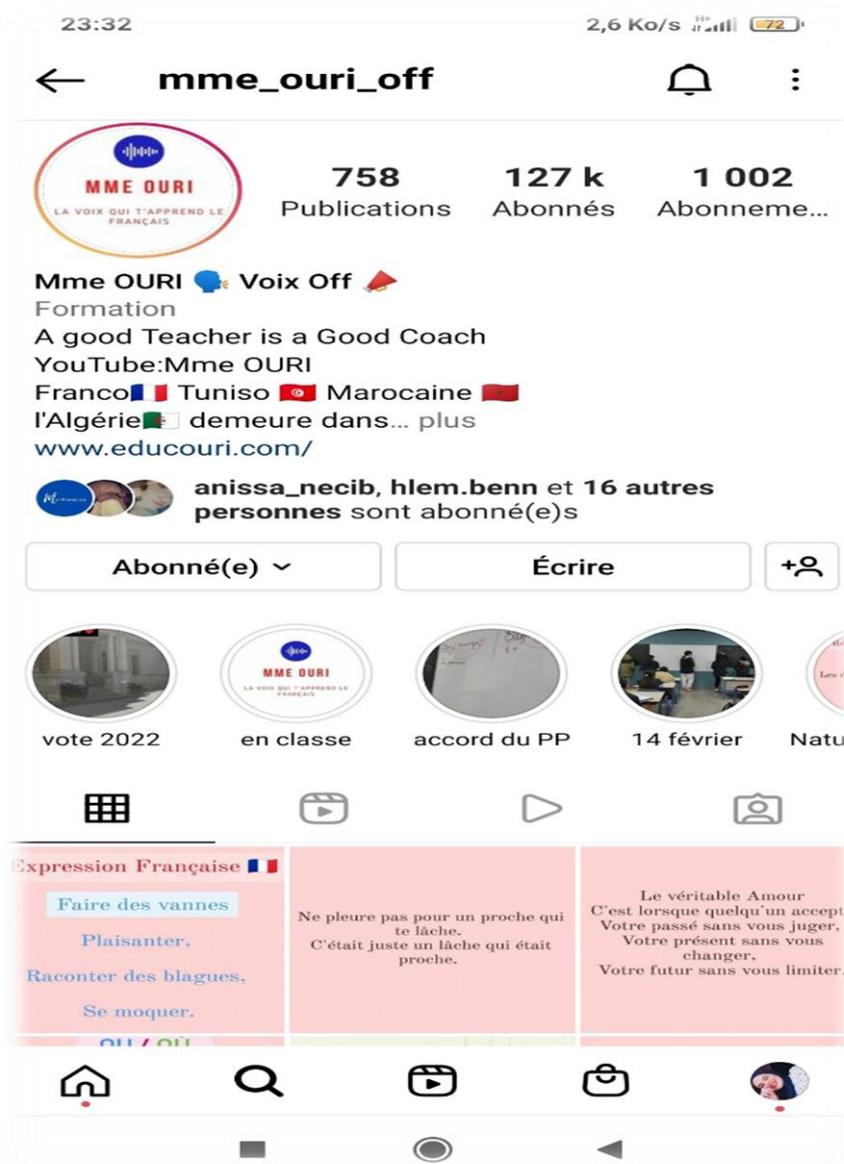
⁶ Date du dernier recensement 20 avril 2022

⁷ J'adore c'est l'équivalent de l'option j'aime sur facebook ,les utilisateurs d'Instagram peuvent faire des j'adore sur les publications ,les commentaires et mêmes les messages .



✓ Français avec PIERRE : C'est un professeur de nationalité française, qui travaille dans les écoles et les institutions privées de la langue française. Il a décidé de se lancer en tant qu'influenceur de cette dernière il y a presque deux ans de cela. Il a commencé petit à petit la publication de vidéos d'exercices et de cours de français. Pierre veut faire apprendre le français aux apprenants avec un registre assez courant afin de simplifier l'apprentissage. Souvent, cet influenceur fait la distinction entre le français de l'école et le français réel utilisé couramment dans la vie quotidienne. Son compte sur Instagram contient actuellement

625.000 d'abonnés et 1055 publications⁸. Il commence toujours ses vidéos par la phrase suivante : « Tu veux apprendre le français... ».



✓ Madame Ouri : une formatrice et enseignante du français. Selon elle, « *A good Teacher is a good Coach* », un bon enseignant c'est bon coach. Elle exerce le métier d'enseignement et possède son propre site www.educouri.com. Madame OURI a commencé le partage des cours sur Instagram exactement le 20 février 2020. Sur l'application Zoom, elle partage des cours gratuitement par sa voix. Régulièrement l'enseignante publie des stories pour annoncer aux abonnés les nouveaux cours. Ces publications toutes vivantes

⁸ Date du dernier recensement 20 avril 2022.

toujours mises en couleurs accompagnées la plus part du temps avec des petits dessins. Ces dernières sont toujours bien présentées, assez claires ce qui attire les gens à suivre ses cours et ses explications. Cette influenceuse de la langue française est connue par son énergie positive et son humeur qu'elle partage avec ses internautes. Son compte sur Instagram est suivi par une communauté de 126 mille d'abonnés. Jusqu'à nos jours ses publications sont en nombre de 757.⁹

I.2.2. Approche adoptée : L'approche discursive

C'est l'une des méthodes d'analyse les plus utilisées dans le domaine de l'analyse du discours. C'est une analyse de donnée qui aide le chercheur à déconstruire systématiquement les façons dont le langage accomplit sa fonction constructive. Ainsi il est important de trouver ses effets à l'intérieur et parfois au-delà des interactions sociales spécifiques.

« Une approche discursive de l'argumentation se place alors dans une optique de linguistique textuelle, attentive aux unités intermédiaires de structuration entre l'énoncé et le texte. » article (Argumentation & analyse du discours ,2008 :1)

L'approche discursive ne se résume pas à cette dimension textuelle. On verra plus loin l'importance accordée à la dimension dialogique et interactionnelle.

Nous allons, par le biais de notre travail, élaborer la méthode discursive, pour relever tous les éléments qui constituent le discours des influenceurs de la langue française sur Instagram et essentiellement trouver les effets du contexte social sur le langage exprimé.

I.2.3. La méthode descriptive analytique

Comme Arikunto (2006 :130) mentionne :« La méthode de la recherche est le moyen utilisé par le chercheur pour rassembler des données pour sa recherche » . Dans une recherche scientifique, il est important de choisir une bonne démarche afin de récolter les données, les arranger, les classer, les analyser et les interpréter.

⁹ Date du dernier recensement 20 avril 2022

Cette méthode d'analyse se définit comme « une méthode qui fait le rassemblement, l'organisation, la classification, l'analyse et l'interprétation des données pour trouver la solution des problèmes actuels. »Chapitre III méthodologie de la recherche (2006 : 36)

De ce fait, dans notre présent travail, nous décrirons notre corpus, puis l'analyserons et en dernier lieu, nous passons à l'interprétation des résultats et informations observées et récoltées.

I.2.4 Méthode qualitative

C'est l'étude qui vise à comprendre les comportements et les attitudes d'une population. « L'approche qualitative regroupe des perspectives diverses en termes de bases théoriques, de techniques de recueil et d'analyse des données. Elle utilise une démarche rigoureuse et un processus de recueil d'informations qui tiennent compte du contexte social » L'approche qualitative et ses principales stratégies d'enquête (Honorine Pegdwendé Sawadogo ,2020)

L'étude qualitative¹⁰ n'a pas comme objectif la production de données représentatives. Elle doit être mise en œuvre avec rigueur pour que nous puissions exploiter des résultats.

Il faut souligner que la méthode qualitative englobe toutes les formes de recherches sur le terrain s'intéressant aux discours. Parmi ses particularités, il convient de noter qu'elle étudie les phénomènes sociaux dans le milieu social.

L'approche qualitative est donc une démarche qui vise à comprendre en tenant compte du contexte. Elle est souvent réalisée dans des situations artificielles ou expérimentales. En effet, notre terrain d'investigation relève de l'artificiel, étant donné qu'il représente un réseau social numérique.

¹⁰ L'analyse qualitative scrute en profondeur un corpus en fouillant systématiquement, au moyen de fines catégorisation, tous les éléments de son contenu que le chercheur s'oblige à retracer, à classer, à comparer et à évaluer. Cette recherche affinée est plus en moins longue à réaliser. Christian Leray, l'analyse du contenu de la théorie à la pratique « la méthode Morin-Chartier », presses de l'université du Québec, 2008, page6.

I.2.5. La méthode quantitative

Nous adopterons également une méthode quantitative ¹¹ pour aborder notre corpus. C'est une technique de collecte de données qui permet au chercheur d'analyser des comportements, des opinions, ou mêmes des attentes en quantité. La méthode quantitative a comme objectif de déduire des conclusions mesurables statistiquement, contrairement à une étude qualitative.

« La recherche quantitative permet de mieux tester des théories ou des hypothèses. Elle est appropriée lorsqu'il existe un cadre théorique bien reconnu. L'étude quantitative ne converge que très rarement sur un seul cadre, elle en propose souvent plusieurs. Il faut alors les comparer et les combiner. » Article Etude quantitative : définition , techniques, étapes et analyse (Gaspard Claude , décembre 2019)

Pour mener une étude quantitative, le chercheur doit sélectionner avec précision un échantillon représentatif de la population étudiée. La représentativité permet aux résultats d'être pertinents. Les résultats exprimés en chiffres prennent la forme de données statistiques que l'on peut représenter dans des graphiques ou tableaux.

L'étude quantitative doit permettre aux chercheurs de trouver des réponses sur le sujet de recherche. Ce qui donne la possibilité de quantifier un fait, un élément, ou un comportement.

Dans notre étude, nous avons adopté une méthode à la fois quantitative qui repose sur la quantité des éléments constituant notre corpus et qualitative qui repose sur leurs pertinences.

¹¹ La méthode quantitative est plus rapide à effectuer et se base uniquement sur un traitement statistique des données ,car elle entre moins dans les détails des contenus . Christian Leray , l'analyse du contenu de la théorie à la pratique « la méthode Morin-Chartier » ,presses de l'université du Québec ,2008 ,page6 .

DEUXIÈME PARTIE

L'ANALYSE DU CORPUS

II.1. Introduction partielle

Dans la deuxième partie de notre recherche, nous présenterons et effectuerons notre analyse des publications écrites et orales. Ensuite, nous étudierons le langage des influenceurs choisis sur Instagram, à travers leurs vidéos partagées et examinerons les commentaires de leurs abonnés afin de déterminer leurs opinions, qu'elles soient positives ou négatives ainsi que la/les langue(s) utilisée(s) et les différents éléments de leur discours. Enfin, nous interpréterons les résultats après étude du discours utilisé à partir des vidéos et des publications sélectionnées en répondant à toutes questions proposées.

II.2. L'analyse des publications et commentaires

Nous commençons par l'influenceuse Hayet Louni. La plupart de ses vidéos portent sur les fautes courantes en français (fautes d'orthographe, de prononciation, etc.). Elle parle souvent en français mais utilise également des exemples en dialecte arabe.

• Publication de Hayet Louni

Première publication

Au-dessus de chaque publication, elle attache un titre qui résume le but de cette dernière. Elle donne des expressions plus correctes qui devraient être utilisées afin d'atteindre le but visé.



Titre de la publication : Le respect des personnes âgées.

Hayet Louni : « Un petit rappel mes amis. Alors, certaines personnes qui parlent de vieux, de vieilles, de vieillards, de petits vieux... Je trouve ça particulièrement irrespectueux. Alors, on pourrait remplacer ça par « les personnes âgées », « seniors », « les aînés » ... Ah ! C'est plus agréable à écouter... Qu'est-ce que t'en penses ? »

Remarques ¹²et analyse de la publication

Dans cette vidéo nous avons l'exemple suivant : elle propose des expressions possibles pour remplacer et éviter de dire (les vieux / les vieilles) par :

- 1- Les personnes âgées.
- 2- Les seniors.
- 3- Les aînés.

Loin de la publication, l'influenceuse est dans cadre professionnel, au milieu de sa pause, elle a proposé une vidéo pour ses abonnés.

Cette vidéo contient : 12.500 de « j'aime » et 195 commentaires.

Remarques et analyse des commentaires :

Nous remarquons que chaque abonné commente à sa façon et critique d'une certaine manière, en utilisant une langue. Nous avons pris quelques exemples des commentaires des abonnés pour voir les différents avis.

¹² Nous avons préciser de dire remarques car ils représentent l'idée générale de la plupart des avis des abonnés .



➤ Premier commentaire¹³ : une femme raconte l'expérience de son fils à la maternelle, lorsque sa maîtresse lui raconte une histoire où elle dit « la vieille » et « le vieux », il demande à sa mère pourquoi on ne dit pas « papy ou mamy » car c'est plus beau. Au début du commentaire, la maman ou bien la femme qui a commenté donne aussi son avis avant l'exemple de son fils, en disant qu'elle est d'accord.

- En effet, elle adhère à l'idée de la publication. Nous remarquons qu'elle a utilisé un français correct dans son commentaire.

➤ Deuxième commentaire : « ma mère m'a toujours dit de dire (une personne d'un certain âge) ».

- Nous remarquons qu'il est également d'accord. Il partage une autre expression de la part de sa mère.

¹³ Nous avons précisé de dire commentaire pour faire l'analyse détaillée, prenant en considération avis par avis.



➤ Troisième commentaire : vous avez raison merci beaucoup, « You are the best »

Traduction : « vous êtes la meilleure ».

- Elle s'exprime en utilisant deux langues, à savoir le français et l'anglais, tout en donnant un compliment.

Maintenant, on passe aux abonnés qui font le mélange entre l'arabe et le français et aussi à ceux qui utilisent des abréviations (langage SMS) comme on peut le voir sur la capture d'écran suivante :



➤ Commentaire un(1) : **C** plus poli j'avoue → **c'est** Eviter le commentaire trop long

Commentaire deux (2) : bien dit comme en arabe on dit « hadj et hadja »

Elle veut dire qu'en arabe, on les respecte en employant « hadj et hadja » pour ne pas dire « chibani et chibania ».

1) Deuxième publication :



Titre de la publication : Faute courante

Hayet Louni : « Bonjour les amis, « je profite l'occasion pour te demander où tu as déniché ce bon plan cher ami »... Je profite de l'occasion bien évidemment »

Analyse de la publication

Le but de cette vidéo est de corriger une faute courante par un simple exemple :

Je profite l'occasion → je profite **de l'**occasion

Dans cette vidéo, Hayet Louni donne la faute courante avec un exemple pour montrer la différence dans la prononciation.

Cette vidéo contient 7327 « j'aime » et 90 commentaires, elle est présentée dans un cadre public.

L'Analyse des commentaires

Dans ces deux(2) captures d'écran, nous avons des avis totalement différents



C'est un commentaire d'une Algérienne, qui utilise un Français correct, où elle donne son avis, en disant qu'en France, la moitié des mots est mangée (utilisation des abréviations et des liaisons), ce qui explique la galère de ceux et celles qui veulent apprendre ou même comprendre ce que disent les Français. D'après nous, elle estime que la façon de parler des Français exerce une influence sur la compréhension des étrangers vis-à-vis de la langue française.

Commentaires

nelianelia855 Je profite de l'occasion ça me parait très lourd lol je sais pas pourquoi
5 sem. Répondre

Voir 1 réponse

aminalab11 Saisir une occasion c'est mieux
5 sem. 1 J'aime Répondre

Voir 2 réponses

lydia_ben13 Et ceux qui disent: "profite-toi" on en parle ?
5 sem. 1 J'aime Répondre

Voir 5 réponses

ririsprivatonly Jamais entendu ... qui que ce soit dire je profite l'occasion...
5 sem. 2 J'aime Répondre

m.1nky "J'en profite", comme ça tu te prends pas la tête

- Remarque 1 : L'autrice du premier commentaire trouve que c'est « très lourd » sans donner d'explication car elle ne sait pas pourquoi.
- Remarque 2 : La deuxième propose une autre expression dans le même sens : « saisir une occasion ».
- Remarque 3 : La dernière simplifie l'expression en disant « J'en profite ».
- Pour terminer, nous remarquons que la majorité est d'accord en présentant des remerciements et encouragements envers l'influenceuse.



2) La troisième publication



Titre de la publication : Un ou une après-midi. Qu'est ce que tu préfères dire ?

Hayet Louni : Revenons aujourd'hui sur le mot « après-midi »... Doit-on dire « un après-midi » ou « une après-midi » ? On l'a déjà vu, hein ! Tu peux dire les deux cher ami mais une petite préférence pour un après-midi. Et oui, comme on dit un matin, un midi, il semblerait logique de dire « un après-midi ». Moi, je dis « un après-midi », un bon après-midi... Et vous, vous préférez « un » ou « une » ?

L'analyse de la publication

Cette publication traite d'une règle de base concernant le vocabulaire de la langue française. En effet, plusieurs personnes sont perdues, puisqu'il existe une panoplie de mots invariables en français. Du coup, si l'on en vient à choisir entre le féminin et le masculin, il est préférable d'utiliser le masculin, même si sur sa vidéo, elle précise que les deux sont corrects. À la fin, elle demande aux abonnés s'ils préfèrent le masculin ou le féminin.

L'analyse des commentaires :

kari_make_up_artist Je trouve que "un" sonne mieux a l'oreille, c'est plus léger. 
6 sem. 24 J'aime Répondre

hayetlouni @kari_make_up_artist  
6 sem. 1 J'aime Répondre

— Voir 1 autre réponse

nina.russe Un après-midi pour moi mais franchement l'académie française me fait pitié 😂 
6 sem. 10 J'aime Répondre

hayetlouni @nina.russe 😂😂😂 
6 sem. 3 J'aime Répondre

— Voir 1 autre réponse

- Remarque 1 : Elle est d'accord pour utiliser le masculin car ça sonne mieux à l'oreille et c'est plus léger.
- Remarque 2 : Elle est également d'accord pour l'utilisation du masculin, tout en critiquant l'academie française avec un petit commentaire à la fin, en arabe : « telfetelhoum msaken ».
- Traduction : « Ils sont perdus, les pauvres ».
- Remarque 3 : Analyse générale : 60% des abonnés ont voté pour le masculin et 40% ont voté pour les deux « correct, dans les deux cas ».
- Remarque 4 : Avant, elle utilisait le féminin, mais désormais, elle préfère le masculin.
- Remarque 5 : La plupart des commentaires contiennent des remerciements et demandent de nouvelles vidéos à l'influenceuse.



3) Quatrième publication :



Titre de la publication : Le conditionnel, exemple de la politesse

Hayet Louni : « Le conditionnel et la politesse. Alors, de temps en temps, je reçois des messages comme « veuillez m'expliquer » j'en suis sûre, gentiment... T'as l'impression que c'est un ordre, quand c'est pas au conditionnel. On devrait dire « pourriez-vous m'expliquer, s'il vous plaît ? ». Comme on l'a vu l'autre fois dans un restaurant ou un café « je veux un café ! », le serveur va se dire « wesh ! » (quoi). Tandis que, « je voudrais un café, s'il vous plaît », ça passe mieux, n'est-ce pas les amis ? »

L'analyse de la publication

Hayet Louni, dans cette publication, présente une règle de politesse avec des expressions à éviter, comme :

- « Veuillez m'expliquer ! »
- « Je veux un café ! »

Elle propose des alternatives dans le même sens, mais d'une manière plus polie :

- A. « Pourriez-vous m'expliquer, s'il vous plaît ? »
- B. « Je voudrais un café, s'il vous plaît. »

Elle a enregistré cette vidéo dans un milieu personnel. En ce qui concerne la langue, nous remarquons qu'elle a utilisé un registre familier en utilisant le mot « wesh » en dialecte arabe, qui veut dire « quoi ».

L'analyse des commentaires



➤ Remarque 1 : La plupart des abonnés qui ont commenté sont d'accord, tout en remerciant l'influenceuse et en la complimentant.

➤ Remarque 2 : Certains commentaires sont en arabe :

- « hadik aklià à l'algérienne »

Traduction : « Une mentalité à l'algérienne, ça nous ressemble bien. »

- « yawde yagrissiwk normal »

Traduction : « Ils vous agressent, sans scrupules. »

Leurs commentaires visent les Algériens impolis qui parlent de façon agressive.

➤ Remarque 3 : Certains proposent d'autres possibilités, plus simple comme :

- « Je peux avoir un café, svp (s'il vous plaît) ? »

➤ Remarque générale : La plupart des abonnés sont des Algériens qui commentent avec un français dit « propre ». D'autres, en revanche, utilisent un « français algérianisé », tandis que le reste commente en arabe avec quelques mots en français.

•Le français avec Pierre

Pierre donne des cours sur Instagram à tout type d'apprenant à travers des exercices. Nous allons nous intéresser aux publications destinées aux débutants.

Nous avons choisi 4 publications : 2 écrites et 2 orales.

Nous allons commencer par le premier type.

1) Première publication :



Titre de la publication : Bonjour les étudiants motivés !

Corps de la publication : « Voici une fiche très utile qui vous permettra de ne plus vous tromper entre « mieux » et « meilleur ».

À trèèèè vite ! »

Analyse de la publication :

Ici, Pierre a publié une fiche de cours de grammaire à ses étudiants, sous forme d'un tableau coloré, qui contient deux colonnes pour montrer la différence entre « mieux » et « meilleur ». En bas de chaque colonne, nous avons des exemples qui aident

à distinguer les deux mots. Tout en haut de la fiche, le type de cours est écrit en gras, à gauche. À droite, nous avons le logo de la page Instagram. Tandis qu'en bas de la fiche, nous remarquons le site officiel de Pierre « www.francaisavec pierre.com ».

L'utilisation de « mieux » et « meilleur » dépend du contexte.

L'analyse des commentaires :



Commentaire 1 : On remarque que c'est un français qui a utilisé le registre familier dans son commentaire. Il dit qu'il est toujours incertain lorsqu'il s'agit de distinguer entre les deux mots. On remarque également qu'il a commis plusieurs fautes d'orthographe et qu'il a oublié le mot « pas » dans sa phrase « c'est pas une excuse ».

Commentaire 6 : L'auteur du commentaire dit qu'on peut utiliser « c'est mieux », sûrement car pour lui, dans certains contextes, il est correct de l'utiliser. Cependant, il se pourrait bien qu'il soit en train de poser une question indirectement.

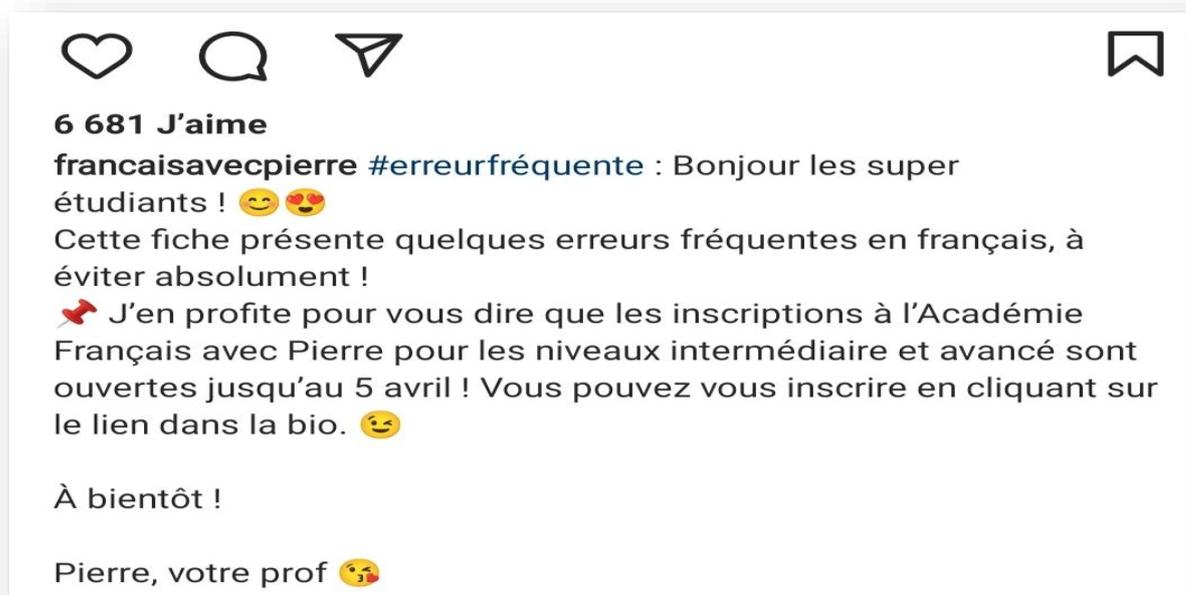


Commentaire 7 : Elle commence par remercier Pierre. D'après elle, elle a toujours eu du mal à faire la différence.

Commentaire 8 : Elle dit que c'est « sa » difficulté. On peut en déduire que c'est sa principale difficulté dans la langue française.

Dans la plupart des commentaires, Pierre reçoit plusieurs remerciements et encouragements (même en anglais).

2) Deuxième publication



Titre de la publication : Erreur fréquente

Corps de la publication : « J'en profite pour vous dire que les inscriptions à l'Académie Française avec Pierre pour les niveaux intermédiaire et avancé sont ouvertes jusqu'au 5 avril ! Vous pouvez vous inscrire en cliquant sur le lien dans la bio.

À bientôt !

Pierre, votre prof »

L'analyse de la publication :

Pierre présente le concept de la publication pour les étudiants, avec un mot qui attire le regard des abonnés, à savoir « attention » en rouge et en gras.

Analyse des commentaires :



Cette capture d'écran nous montre que la plupart des avis des personnes qui ont commenté sont divergents. Certains disent que même les français se trompent, tandis

que d'autres font référence à Molière et Voltaire (des as de la langue française). Nous remarquons également un commentaire en français et arabe.

The image shows a screenshot of a social media post with three comments. The first comment is from 'demetgozcu' asking 'Mais c'est bien vrai JE VAIS EN VÉLO non?' (But is it really true I'm going on a BIKE or not?). The second comment is from 'parlons_francais' with a heart-eyes and clapping hands emoji, saying '1 sem. 2 J'aime Répondre'. The third comment is from 'samia.bouraba.372' saying 'Je vais en voiture' (I'm going by car). Below the comments is an emoji reaction bar with icons for heart, clapping hands, fire, clapping hands, sad face with sweat, heart-eyes, surprised face, and laughing face.

demetgozcu Mais c'est bien vrai JE VAIS EN VÉLO non? 

1 sem. 2 J'aime Répondre

— Voir 3 réponses

parlons_francais   

1 sem. 2 J'aime Répondre

samia.bouraba.372 Je vais en voiture 

7 j Répondre

Nous passerons à le deuxième type de publication qui sont orales

3) Troisième Publication



Titre de la publication : tu utilises ces abréviations ?

Pierre : « Les abréviations qu'on utilise souvent sur internet en français. « mdr » (mort de rire), « jsp » (je sais pas), « stp » (s'il te plaît), « tkt » (t'inquiète).

Et toi, tu en connais d'autres ? Mets-les dans les commentaires. »

L'analyse de la publication

Dans cette vidéo, Pierre est en train de présenter quelques exemples d'abréviations de la langue française sur internet. Il propose également à ses abonnés de commenter avec les abréviations qu'ils connaissent.

irréductibles car ils pensent que la langue française perd son attraction en utilisant des abréviations.

Nous avons recensé quelques abréviations proposées par les abonnés dans le tableau suivant :

| Mot | Abréviation |
|---------------------------------|--------------------|
| Pourquoi | prq |
| Désolé | dsl |
| De rien | Dr1 |
| Beaucoup | bcq |
| À plus | @ - a+ |
| Merci | mrc |
| Coucou | cc |
| Très bien | Tb1 |
| T'inquiète | tkt |
| Mort de rire | mdr |
| Salut | slt |
| Ca va | cv |
| Tu fais quoi | tfk |
| Bonne nuit - bonjour | Bn8 / b8 - bnjr |
| J'espère | jsp |
| Fais de beaux rêves | fdbrv |
| D'accord | dcr |
| S'il vous plaît / s'il te plaît | Svp / stp |
| Quand même | Q-m |

← Commentaires

-  **d.m0701_** Merci beaucoup pour aider 🙏
2 sem. Répondre
-  **dorna.shirvani** CC
2 sem. Répondre
-  **bend_marwa95** Bcp slt
2 sem. Répondre
-  **khaledebrahimi32** Slit , tfk,
2 sem. 3 J'aime Répondre
-  **wabeno_estrela** Qqch ,qqn
2 sem. Répondre
-  **rania_hadjlazib** Prq = pourquoi dsl = désolé
2 sem. 5 J'aime Répondre
-  **darwintab5** Bcp
2 sem. Répondre
-  **zineb.kahlawi** Slit salut
2 sem. 1 J'aime Répondre
-  **misamisou2** Prd /pardon
2 sem. 1 J'aime Répondre
-  **dr.ridha_alhajjar** Bonne8
2 sem. 1 J'aime Répondre

← Commentaires

-  **learnfrenchwithchanty** Pas trop. À la longue, on perd sa discipline à l'écrit. 😊
2 sem. 1 J'aime Répondre
Voir 1 réponse
-  **houdasaintcloud** Je préfère écrire le mot complet
2 sem. 7 J'aime Répondre
-  **alexandregazola** TKT 🇫🇷 🇵🇷 🇩🇪
2 sem. 2 J'aime Répondre
-  **alicia.nona.1** 2r1 ça vaut dire de rien
2 sem. Répondre
-  **fabiolarubio76** 😊😊😊 TKT, (tecate) c'est une bière et une ville au Mexique 🇲🇽
2 sem. 3 J'aime Répondre
-  **_xiady** GPI 😊 en mexicain
2 sem. Répondre
-  **you_ssra_najah** Tfq = tu fais quoi
2 sem. 1 J'aime Répondre
-  **you_ssra_najah** Bcp= Beaucoup
2 sem. 1 J'aime Répondre
-  **you_ssra_najah** R1 # rien
2 sem. 1 J'aime Répondre

4) Quatrième publication :



Titre de la publication : Et vous preferez quoi ?

L'analyse des la publications

Pierre : « La différence entre le français que l'on apprend à l'école et le français que l'on parle en France. Version « école » : « Tu veux que je te donne du pain ? Je ne peux pas te le donner car il n'y en a plus. » ; Version « en France » : « Tu veux du pain ? J'peux pas t'le donner, y en a plus. »

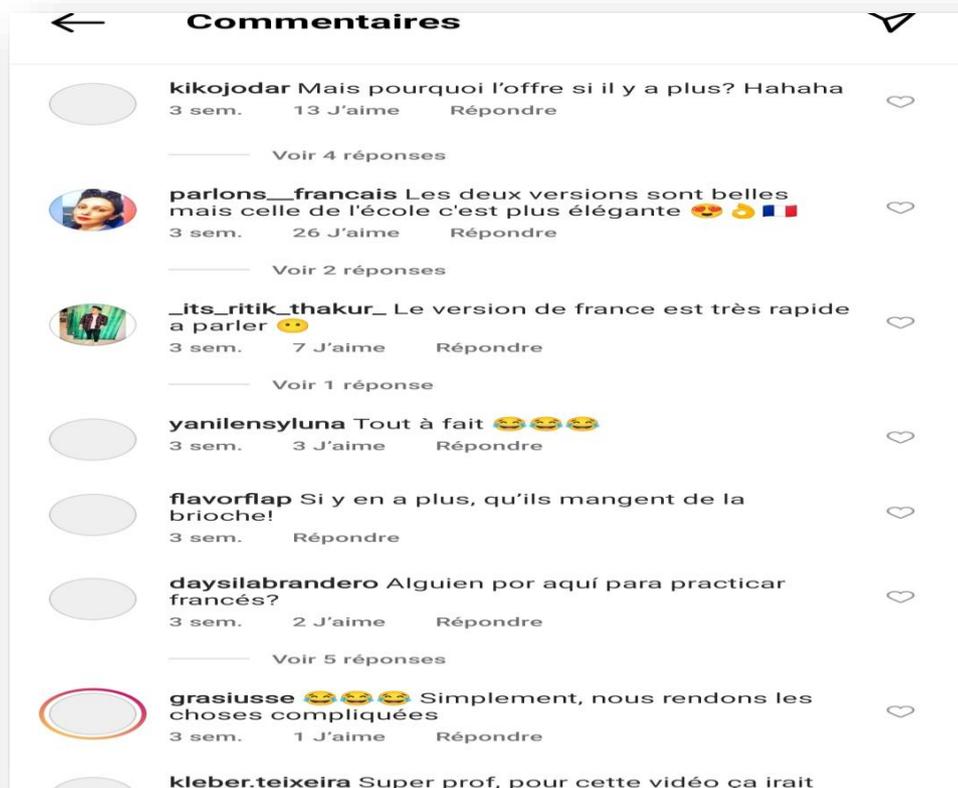
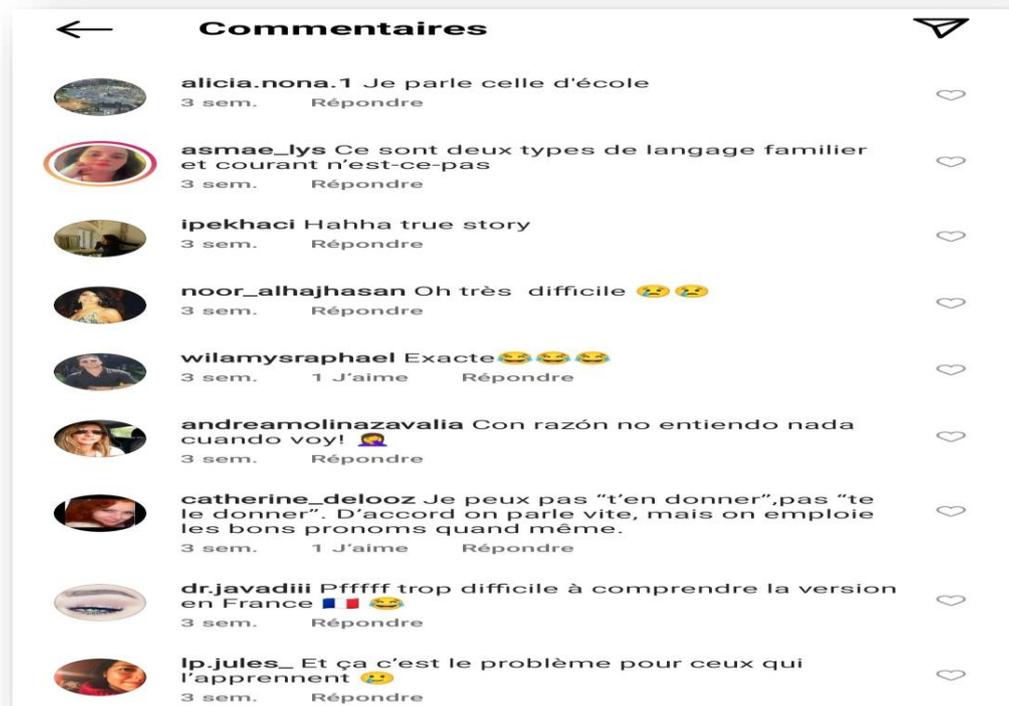


Titre de la publication : un exemple à la version « en France »



Titre de la publication : un exemple à la version « école »

L'analyse des commentaires

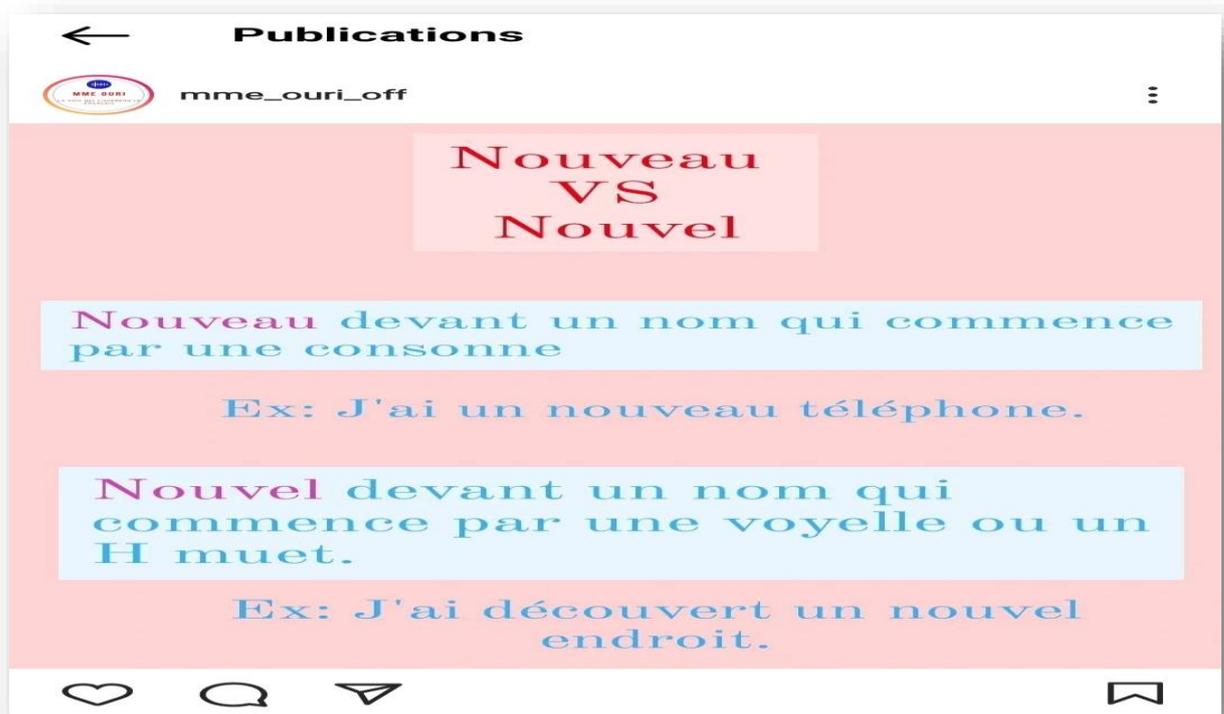


Nous remarquons que les commentaires sont totalement partagés. Tandis que certains sont d'accord pour dire que la version « école » est plus élégante, d'autres, en revanche, pensent que la version « en France » est plus rapide. Nous remarquons également des commentaires en espagnol ainsi que des abonnés qui en font même des blagues. Notons en dernier lieu le septième commentaire où une correction du pronom utilisé par l'influenceur est proposée par une abonnée ; En effet, on ne peut pas « donner » tout le pain à une personne mais plutôt une partie.

- Mme Ouri

Nous terminons l'analyse de notre travail par la dernière influenceuse : Mme OURI « Voix Off » qui partage des cours de français : grammaire, vocabulaire et correction de la prononciation, sur des affiches.

- 1) Première publication :





Type de publication : Grammaire

Titre de la publication : Nouveau vs nouvel

Corps de la publication : « Le savais-tu ?

Sais-tu différencier les voyelles des consonnes ? »

L'influenceuse donne des précisions dans les commentaires, à savoir :

- « Nouvelle = féminin »
- « Nouvel et nouveau = masculin »

Analyse de la publication :

On écrit « nouveau » devant un mot qui commence par une consonne.

Exemple : « J'ai un nouveau téléphone. »

On écrit « nouvel » devant un mot qui commence par une voyelle ou un « h » muet.

Exemple : « J'ai découvert un nouvel endroit. »

L'analyse de la publication

Tout d'abord, Mme OURI se base sur le concept du cours, avec une simple et directe explication, en ajoutant quelques détails dans les commentaires de la publication, on remarque aussi l'utilisation d'abréviations telles que « vs » et « ex ».

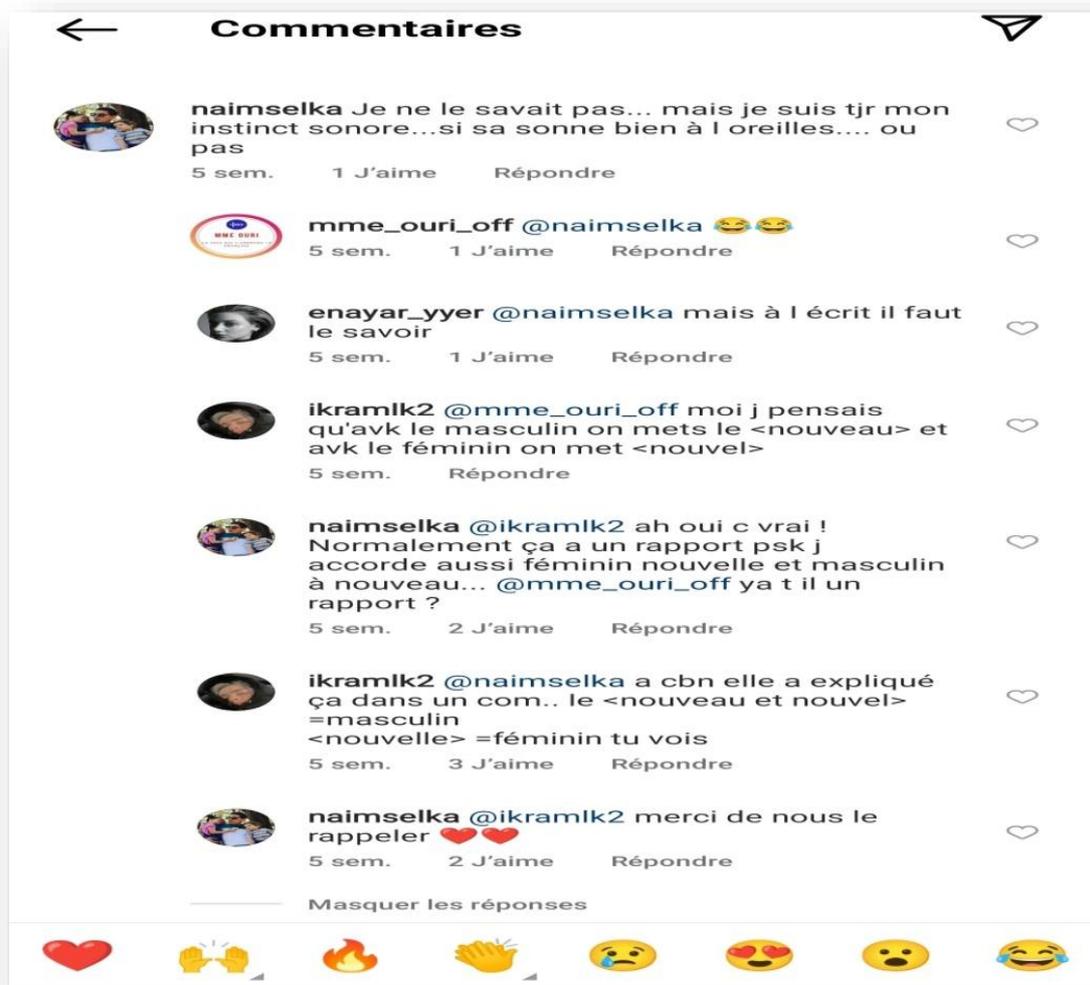
Vs : Versus

Ex : Exemple

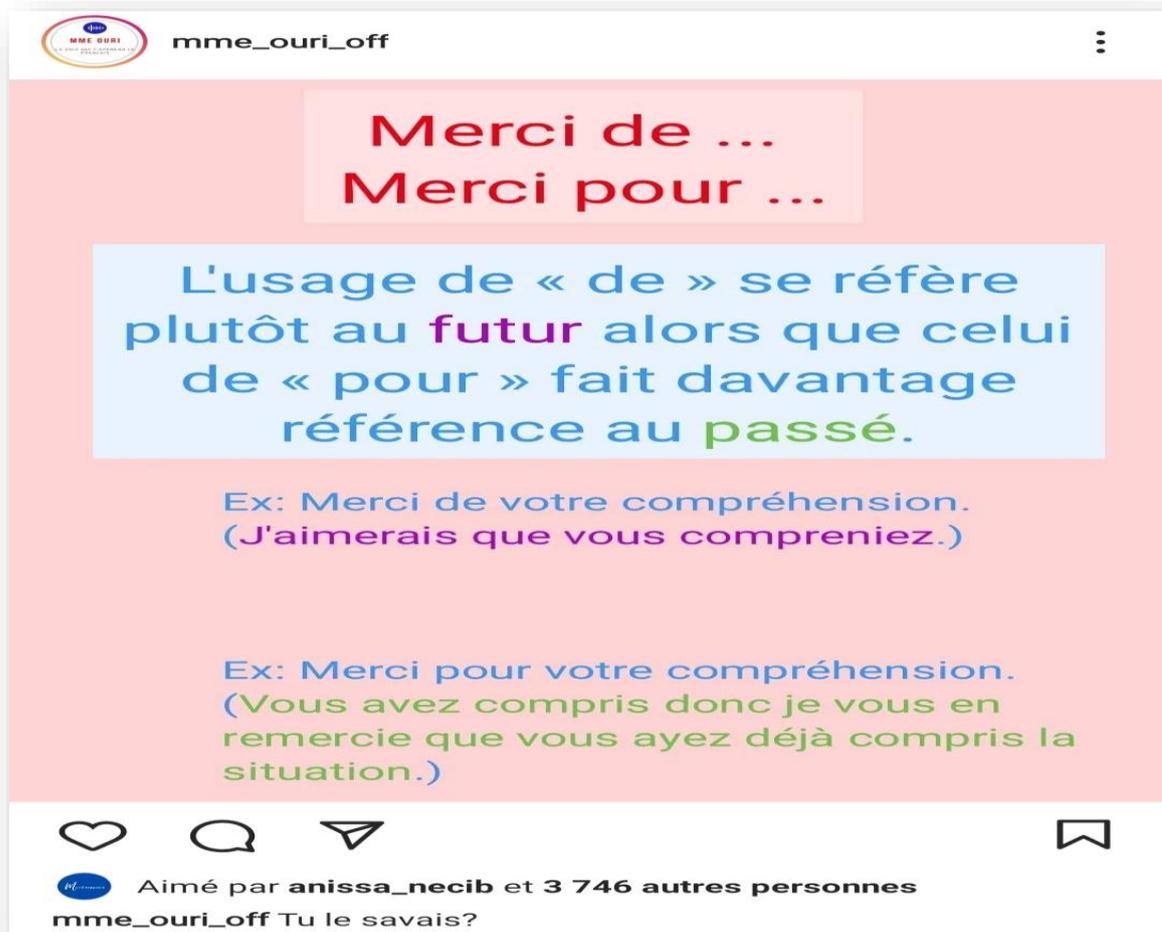
L'analyse des commentaires :

Remarque 1 : Certains disent qu'ils ne le savaient pas et qu'ils suivaient « l'instinct sonore », pour voir si l'utilisation de tel ou tel mot sonne bien à l'oreille ou non.

Remarque 2 : Les internautes débattent entre eux.



2) Deuxième publication



Titre de publication : Merci de ... / Merci pour ...

Corps de la publication : « Tu le savais ? »

L'analyse de la publication

Le mot « merci » est une interjection, utilisé pour témoigner une reconnaissance, qu'on peut employer dans des locutions littéraires « merci de », « merci pour », etc. On utilise la préposition « de » après « merci » quand on introduit un fait ou une action à venir (qu'on espère ou qu'on enjoint) : « Merci de votre compréhension ». Quand on fait référence à une action ou un fait dans le passé, on emploie la préposition « pour » après « merci » : « Merci pour votre compréhension ».

Par ailleurs, quand il s'agit d'un bien tangible, « merci pour » est beaucoup plus convenable. En revanche, on emploie « merci de » lorsqu'on fait allusion à une chose intangible.

L'analyse des commentaires

Remarque 1 : La plupart des abonnés disent « qu'ils ne savaient pas » (en réponse à la question de l'influenceuse) et la remercient en utilisant les locutions présentées dans le cours pour montrer qu'ils ont bien compris.

Remarque 2 : Certains n'ont pas compris.



← Commentaires

 **sarah.br.x.mhn** Non! Mercii pour l'information 🙏
11 sem. 1 J'aime Répondre

 **mme_ouri_off** @sarah.br.x.mhn je vous en prie ❤️
11 sem. 1 J'aime Répondre

 **imaneessaber** Lorsque je veux remercier une personne au présent est ce que j'utilise "pour" ou "de"
11 sem. Répondre

 **mme_ouri_off** @imaneessaber je vous remercie.
11 sem. 1 J'aime Répondre

 **narimanebenh** " ... que vous ayez déjà compris la situation " ou bien "... que vous avez déjà compris la situation " ?
11 sem. Répondre

 **mme_ouri_off** @narimanebenh non il faut utiliser les subjonctif ici.
11 sem. Répondre

 **naddourtmimi** Et si je dis merci de m avoir accueillie est ce faux
11 sem. 1 J'aime Répondre

 **mme_ouri_off** @naddourtmimi c'est juste. Merci de + verbe à l'infinif
11 sem. 1 J'aime Répondre

 **hsenhsouna** Merci pour ce contenu intéressant 🙏 que diriez-vous de la différence entre merci pour votre attention et merci de votre attention ? Merci d'avance 🙏
11 sem. 1 J'aime Répondre

— Voir 1 réponse précédente

 **mme_ouri_off** @hsenhsouna c'est pareil 🙏 pour votre attention, ils ont été attentifs, de votre attention, on leur demande de l'être.
11 sem. 1 J'aime Répondre

 **foufi.el** #justicepourthamibennani
11 sem. Répondre

 **foufi.el** #justicepourthamibennani
11 sem. Répondre

 **ratiba_s** Oh Je le savais pas que ça c'est la différence entre les deux 🙏🙏 mercii bien
11 sem. 1 J'aime Répondre

 **mme_ouri_off** @ratiba_s je vous en prie 🙏
11 sem. 1 J'aime Répondre

 **rania_liila** Merci ^^
11 sem. Répondre

 **assima_chd** Crois moi vs êtes la meilleure 🙏 mille mrc ❤️
11 sem. 2 J'aime Répondre

3) La troisième publication :

Nous avons regroupé ces trois (3) publications qui ont le même concept et demandé par les internautes



Titre de la publication : Attention à l'écriture



L'analyse des publicatios

Mme OURI off : « Le savais-tu ? »

On dit « quand même » et non pas « **comme même** »

On dit : « au cas où » et non pas « **en cas où** »

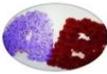
On dit : « en même temps / au même moment » et non pas : « **au même temps** »

L'influenceuse a utilisé un mot pour aviser les internautes, à savoir « **Attention** » en rouge et en gras, sur ces trois exemples, pour présenter quelques fautes commises par les apprenants de la langue française.

L'analyse des commentaires



 **anime_shi01** A mon avis, les deux expressions sont justes, le facteur de la diachronie linguistique a pu faire l'amélioration ou bien la transformation de l'expressions au fil du temps. (En cas où, est une expressions purement littéraire qui a été déjà vieillie)
1 sem. Répondre

 **ruodab** Mrc pr l'info
1 sem. Répondre

 **hakim_hireche** Faute très courante, et quand je corrige ça partait bizarre au autres hhhh
1 sem. 4 J'aime Répondre

 **mme_ouri_off** @hakim_hireche 😊
1 sem. Répondre

 **dr.ihab.abdl** En cas de
1 sem. 2 J'aime Répondre

 **hakim_hireche** Faute très courante, et quand je corrige ça partait bizarre au autres hhhh
1 sem. 4 J'aime Répondre

 **mme_ouri_off** @hakim_hireche 😊
1 sem. Répondre

 **dr.ihab.abdl** En cas de
1 sem. 2 J'aime Répondre

 **massiliabli** Au revoir
1 sem. 1 J'aime Répondre

 **maman_de_yanis** Oui
2 sem. Répondre

 **kaoutheryel** Ok
3 sem. Répondre

 **nourihadjer** Au cas où / en cas de
3 sem. 1 J'aime Répondre



Remarque 1 : Certains abonnés proposent d'autres exemples : « en cas de », « au revoir » au lieu de « en revoir ».

Remarque 2 : Une abonnée tente de corriger l'influenceuse par rapport à une faute commise : « on écrit » au lieu de « on dit ».

Remarque 3 : Certains pensent que ce sont des fautes courantes, d'autres, par contre, estiment que certaines expressions sont correctes et anciennes.

Remarque 4 : La plupart des internautes remercient Mme OURI, même en arabe, en disant « barakalahou fiki » (Traduction : « Que Dieu vous bénisse »).

4) La quatrième publication



Titre de la publication : Vocabulaire Français

Emmener / amener vs emporter / apporter

Corps de la publication : « C'est bon ? Tu as saisi la nuance ? »

L'analyse de la publication

L'influenceuse a utilisé des dessins et des schémas dans des cadres avec des explications brèves et des exemples pour chaque verbe.

Em « mener, porter » on pense au point de départ.

A « mener, porter » on pense au point d'arrivée.

On utilise les verbes « emmener » et « amener » lorsqu'on parle des personnes et des animaux.

On utilise les verbe « emporter » et « apporter » dans le cas d'un objet ou d'une personne qui ne peut pas se déplacer .

L'analyse des commentaires :

La plupart des abonnés demandent plus d'explications et des exemples pour mieux comprendre.



5) La cinquième publication



Titre de la publication : Conjugaison Française

L'analyse de la publication

C'est une vidéo de l'influenceuse où on remarque sa présence vocale. Elle a choisi le verbe « devoir » pour le conjuguer au subjonctif présent. Elle utilise sa voix pour la conjugaison.

Cette publication contient beaucoup de réactions de type « j'aime ».

L'analyse des commentaires :

Cette publication contient pas beaucoup de remarque et commentaires nous avons q'un simple commentaire où Un abonné demande à Mme OURI l'explication du « subjonctif présent ».

← Commentaires 

 **mme_ouri_off**
Conjugaison Française
Le verbe devoir au subjonctif présent... plus
19 sem.

 **takwa_arfawi** @sarra.arf apprendre 
19 sem. Répondre

 **ouslimani_farid** J'ai une question à vous poser...
pouvez vous m'expliquer c'est quoi déjà le mot
subjonctif ? Ça veut dire quoi en fait ce temps qu'on
appel subjonctif présent ? Merci 
19 sem. 1 J'aime Répondre

— Voir 2 réponses précédentes

 **mme_ouri_off** @ouslimani_farid 🙏🙏 
19 sem. Répondre

6) La sixième publication



Titre de la publication : Ne confond plus le son « ON » avec le son « EN/AN »

L'analyse de la publication

C'est une vidéo où elle attire l'attention de ses abonnés en utilisant le mot « Attention » en rouge et en gras. Elle y montre sa bouche pour bien démontrer la différence entre les sons : « on » et « en/an ».

Elle a ajouté un petit commentaire « ceci est la bouche et la voix de @mme_ouri_off » avec un « émoji ».

L'analyse des commentaires



Presque tous s'en fichent des sons « an / en / on » et la complimentent pour sa denture et son sourire, tout en la remerciant.

7) La septième publication



Titre de la publication : citation du jour

Corps de la publication : « Te soucies-tu du regard des autres ? »

L'analyse de la publication

Cette publication, différente des précédentes, où elle ne présente ni de règle, ni de correction, est une citation. Elle demande à ses abonnés s'ils se soucient du regard et des jugements des autres.

L'analyse des commentaires

Nous remarquons que la plupart des abonnés ont commenté avec un langage familier : « Je m'en tape », « Je m'en fous », « Rien à carrer ».

 **tudoemfrances** C'est vrai 😞
51 sem. 1 J'aime Répondre

 **elina.8542** Je m'en fous totalement..
52 sem. 2 J'aime Répondre

 **mme_ouri_off** @elina.8542 et tu as bien raison ❤️
52 sem. Répondre

 **liliaoudina** 😊😊 pas moi en tt cas
54 sem. Répondre

 **guzel_isler_f_m** Oui beaucoup 😞😞
54 sem. 1 J'aime Répondre

 **laty.del** Oui beaucoup
54 sem. 1 J'aime Répondre

 **mirrobm** Je m'en tape royalement
54 sem. 2 J'aime Répondre

 **mme_ouri_off** @mirrobm c'est ce qu'il faut! ❤️
54 sem. Répondre

 **samichabour** Parfois oui !
54 sem. 1 J'aime Répondre

 **sab._._rina** Ils te jugeront de tout façon alors laisse les au moins te juger pour qui tu es réellement c'est plus cool 😊
54 sem. 1 J'aime Répondre

 **douniahch** 🙌🙌
54 sem. 1 J'aime Répondre

 **alixatoumapack** Rien à carré pour ma part 😊
54 sem. 1 J'aime Répondre

 **mme_ouri_off** @alixatoumapack bienvenue au club 😊
54 sem. 1 J'aime Répondre

8) La huitième publication



Titre de la publication : proverbe du jour

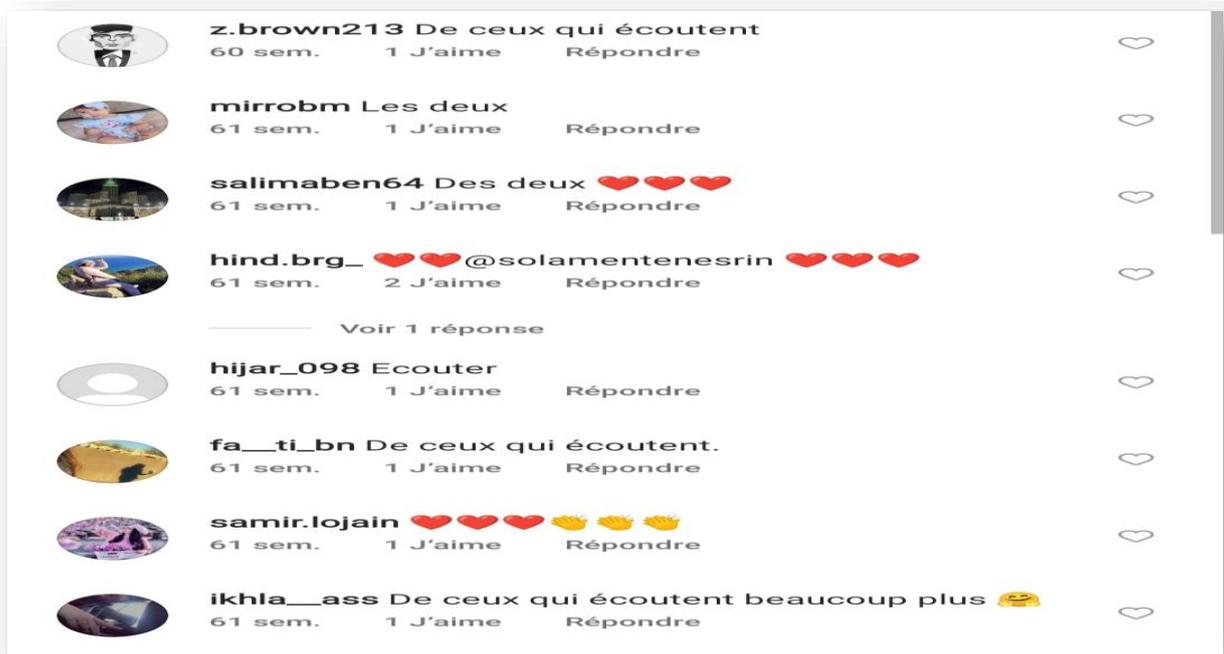
Corps de la publication: « De quelle team (traduction : équipe) fais-tu partie ? Ce ceux qui parlent ? De ceux qui écoutent ? Ou des deux ? »

L'analyse de la publication

On remarque que l'influenceuse a publié le proverbe et et a posé des questions directes, sans reformulation, pour avoir une idée de la façon dont ses abonnés se comportent.

L'analyse des commentaires

50% des internautes qui ont commenté disent qu'ils préfèrent écouter. 5% seulement ont tendance à parler. Tandis que 45% font les deux.





II.3. Les résultats d'analyses

À l'issue de notre analyse des deux corpus « oral » et « écrit », nous avons constaté que :

- Les influenceurs utilisent plusieurs méthodes pour expliquer leur contenu à l'oral et à l'écrit.
- Ils utilisent souvent le français dialectal « registre familier » à l'oral et le français correct à l'écrit.
- La présence du phénomène linguistique « plurilinguisme »¹⁴ dans les productions langagière « écrit » chez mme ouri et « oral » chez HAYET LOUNI à côté il y a le monolinguisime chez PIERRE .
- Le langage sms ¹⁵est raciné dans le discours des influenceurs de la langue française et ses alternantes.

¹⁴ L'individu est plurilingue que s'il maîtrise deux langues ou plus et qu'il soit capable de passer d'une langue à une autre lors d'un discours .

¹⁵ « Le langage SMS repose sur la réduction des mots à leur plus simple expression écrite ,c'est pourquoi les abréviations ,les signes ou émoticons sont largement utilisés. »Zouhour Messili-Ben Aziza ,2010 .

- Les personnes d'influence alternent¹⁶ tous le français ,l'arabe algérien et l'anglais .Et utilisent des emprunts¹⁷ .

- Les langues les plus appliquées chez eux :

Pour le français nous avons trois cas : français correct / français familier et le français algérienisé « français mélange avec le dialecte arabe » , arabe « dialecte » et anglais courant

Chacun de ces influenceurs applique une stratégie communicative bien précise, où ils partagent leurs contenus avec leur abonnés

Parmi eux il y a ceux qui préfèrent les vidéos, d'autres juste des affiches de cours , et d'autres préfèrent de les utiliser les deux en même temps pour une influence efficace

-Motivation de la part des influenceurs loin des cours du français comme des citations , proverbe . ect.

- Des commentaires négatifs de la part des abonnés : Malgré la clarté de son contenu ils sont bien présentés ,on trouve un certain pourcentage qui ne comprend pas en disant « j'ai pas compris » et ils demandent d'autres explications , d'autres exemples pour mieux comprendre .

II.4. Interpretation des résultats :

- Le choix du sujet qu'un influenceur utilise est considéré comme une stratégie prémodale pour attirer l'attention des abonnés.

- La majorité des influenceurs impliquent une certaine norme socioculturelle et cela a contribué à la réussite de leurs contenus linguistiques.

- Bien évidemment la plupart du temps tous prennent en considération les avis les conseils , les critiques négatives, suggestions proposées. Les influenceurs répondent aux débats entre les internautes par leurs communautés.

- L'écrit et l'oral sont deux pôles dissemblables. En effet, les influenceurs utilisent des stratégies complètement différentes dans leurs discours écrits et oraux sur Instagram.

¹⁶ Nous parlons d'alternance codique (code-switching) « lorsque le locuteur utilise un segment de sa propre langue (ou une langue A) et l'alterne avec un segment d'une langue B dans une situation de communication . » F.Tilikete(2019-2020 P21) .

¹⁷ Emprunt est un mot ou une expression qu'un locuteur ou une communauté emprunte à une autre langue ,sans le traduire ,mais en l'adaptant généralement aux règles morphosyntaxiques ,phonétiques et prosodiques de sa langue .

«Plus généralement encore , chacun sait que certaines phrases ne sont pas faites pour informer mais pour influencer »Jean François Dortier (2010 ,p85)

CONCLUSION

Nos recherches constituent un simple aperçu du domaine de l'analyse des discours. Nous voulions à travers notre travail apporter des réponses à des préoccupations qui émane d'un domaine particulier , celui des influenceurs, à la lumière des perceptions contemporaines.

Le discours est en premier lieu le thème d'une nouvelle étude des sciences du langage. Il s'agit essentiellement du principal instrument de communication à la disposition de l'homme. S'est devenu une réalité dans nos communications sur les médias sociaux.

Ces réseaux sociaux offrent aux internautes une liberté d'expression, et une influence langagière où nous avons constaté qu'il y a des nouvelles pratiques et diverses stratégies communicatives pertinentes.

Ce constat nous a poussé à faire des recherches qui s'inscrivent dans le cadre de notre projet de fin d'études portant sur « : les stratégies adoptées dans le discours médiatique d'Instagram, par les influenceurs de la langue française, approche discursive, le cas d'Hayet Louni, Français avec Pierre, Madame Ouri.

Notre analyse nous a révélé les résultats relatifs aux stratégies communicatives, lesquels résultats confirment nos hypothèses de départ .

Tout au long de notre recherche, nous avons trouvé que les influenceurs de la langue française optent pour des méthodes nouvelles, faciles et différentes pour expliquer leurs contenus (écrits et oraux).

Quant à la langue, ils utilisent le français correct dans des situations officielles, cette langue est réservée à l'écrit, et le français familier est présent surtout dans leurs discours oraux.

Les phénomènes sociolinguistiques sont présents dans le discours médiatique d'Instagram comme le plurilinguisme et le monolinguisme.

Ainsi, ce qui incite les influenceurs à alterner l'arabe algérien, le français et l'anglais, c'est d'abord la réalité linguistique du pays.

Pour les influenceurs algériens, l'Arabe algérien est considérée comme la langue maternelle de la majorité de la population algérienne. Le Français joue également un rôle important en Algérie. Les influenceurs francophones parlent français au moyen de deux ou trois registres linguistiques différents (le registre actuel, le registre soutenu, le registre familier). Pour l'anglais, c'est le langage de la communication, un langage de la mode et de la technologie, adopté par l'ensemble des populations du monde.

Nous avons trouvé que les utilisateurs des réseaux sociaux y compris les influenceurs et leurs internautes, possèdent leur propre langage sous une forme orale mais aussi sous une forme écrite.

Nous avons trouvé que les utilisateurs des réseaux sociaux y compris les influenceurs et leurs internautes, possèdent leur propre langage sous une forme orale mais aussi sous une forme écrite.

Véritable phénomène linguistique « SMS langage », ces langues innovatrices ont le mérite de renouveler la langue française. Même si tous les termes ou techniques ne sont pas durables.

Nous avons pu confirmer l'importance de l'élément socio-culturel pour comprendre comment les influenceurs francophones choisissent leurs stratégies, pour influencer leurs communautés sur Instagram.

Enfin, nous pouvons dire que les discours et les pratiques langagières dans la sphère médiatique Instagram produits par les influenceurs de la langue française, sont spécifiques et ont pris de la valeur et de l'importance chez eux, et chez leurs abonnés qui ont inspiré et influencé par ces pratique (l'analyse des commentaires sur Instagram peut le démontrer)

Notre travail ne peut constituer qu'une première étape dans le domaine de l'analyse du discours médiatique, car les réseaux sociaux offrent une diversité et multitude de corpus que nous pourrions aborder sous différentes approches.

Il serait intéressant, par exemple, dans un futur travail, de l'impliquer dans le discours médiatique avec d'autres approches et d'adopter d'autres stratégies de communication sur Instagram.

BIBLIOGRAPHIE

Les ouvrages théoriques :

1. Emile Benveniste ,de la subjectivité dans le langage (chapitre XXI ,1902-1976)édition Gallimard ,paris 1966 .
2. C.Kerbat-orecchioni ,les interactions verbales :tome1,Cahier de praxématique ,1992 :18 , journal open édition.
3. Christian Leray , l'analyse du contenu de la théorie à la pratique « la méthode Morin-Chartier » ,presses de l'université du Québec ,2008.
4. Dominique Maingueneau, l'énonciation en linguistique française ,éditions hachette supérieur ,2010 .
5. Dominique Maingueneau , les termes clés de l'analyse du discours ,éditions du Seuil ,février 1996.
6. Ferdinand de Saussure ,cours de linguistique générale ,éditions TALANTIKIT Bejaia 2016.
7. Jacqueline Léon ,histoire de l'automatisation des sciences du langage ,ENS éditions ,2015.
8. Jean François Dortier ,le langage ,introduction aux sciences du langage ,éditions sciences humaines ,2010.

Les articles :

10. L'analyse des discours médiatiques ,Odile Camus ,Patrice Georget ,éditions presse ,2003 https://hal-normandie-univ.archives-ouvertes.fr/hal-02527111/file/Discours_mediatiques_Camus_Georget.pdf Consulté le 1 janvier 2022 à 13h
11. Le discours médiatique algérien : de quelques stratégies discursives de captation -un autre regard sur titres des unes de la presse écrite ,synergies Algérie n°26 -2018 p.41 –53 https://gerflint.fr/Base/Algerie26/cherchour_mebarek.pdf consulté le 3 Janvier 2022 à 16h :10
12. Développements actuels en analyse conversationnelle et recherches sur les interactions en français ,Cécile Petitjean ,Simona Pekarek Doehler ,revue française de linguistique appliquée ,2017/2 (vol .12) ,page 5 à <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-linguistique-appliquee-2017-2-page-5.htm> consulté le 21 mars 2022 à 21h
13. L'approche qualitative et ses principales stratégies d'enquête-Guide décolonisé et pluriversel de formation à la recherche en sciences sociales et humaines <https://scienceetbiencommun.pressbooks.pub/projetthese/chapter/methodes-qualitatives-de-recherche/> consulté le 14 avril 2022 à 14h :02
14. Etude quantitative :définition, techniques ,étapes et <https://www.scribbr.fr/methodologie/etude-quantitative/> consulté le 15 Avril 2022 à 00h :40
15. Le langage sms :sous-produit de l'oral et de l'écrit ou véritable langage écrit ?,Zouhour Messili-Ben Aziza ,no 16 ,page 110-121 ,2010 .
16. Argumentation & analyse du discours ,les visées de l'argumentation et leurs corrélats langagiers :une approche discursive ,la revue électronique du groupe ADARR ,2012 [https://journals.openedition.org/aad/1406?lang=fr#:~:text=Une%20approche%20discursive%](https://journals.openedition.org/aad/1406?lang=fr#:~:text=Une%20approche%20discursive%20)

[20de%20l'argumentation%20se%20place%20alors%20dans,Adam%20\(2011%20%3A%2023](#)
). Consulté le 15 Avril 2022 à 12h :52

17. Méthodologie de la recherche ,UPI Repository ,chapitre 3,page36
http://repository.upi.edu/8688/4/t_bprc_0907533_chapter3.pdf consulté le 16avril 2022 à
12h :30

Thèses et mémoires :

19.F.Tilikete, mémoire de master ,option langue et communication ,approche
sociolinguistique des anglicismes dans les discours des youtubeurs algériens,2019-2020

20.Souad Ain-Sebaà, thèse de doctorat en sciences du langage ,les stratégies argumentatives
dans les discours du président ABDELAZIZ BOUTEFLIKA étude de la désignation
,université Aboubaker belkaid-Tlemcen ,2013-2014

Sitographie :

<https://www.instagram.com/hayetlouni/> date de consultation : 23 janvier 2022

https://www.instagram.com/reel/CaenirVKtW8/?utm_source=ig_web_copy_link
date de consultation : 12 decembre 2021 16h30

https://www.instagram.com/reel/CaXfJ69DLz7/?utm_source=ig_web_copy_link
date de consultation :21 novembre 2021 17h30

https://www.instagram.com/reel/CZ2KVRcKUt3/?utm_source=ig_web_copy_link
[nk](#) date de consultation :1 fevrier2022 18h

https://www.instagram.com/reel/CW6Oq7Bqu6d/?utm_source=ig_web_copy_link
[nk](#) date de consultation : 27 décembre 2021 13h42

https://www.instagram.com/reel/CbsjxLfAA5S/?utm_source=ig_web_copy_link
date de consultation : 25 décembre 2021 à 21h

https://www.instagram.com/reel/Cban0SwAgRX/?utm_source=ig_web_copy_link
[nk](#) date de consultation : 4 décembre 2021 à 21h15

<https://www.instagram.com/francaisavec pierre/> date de consultation :1 janvier 2022 à 20h45

https://www.instagram.com/mme_our_i_off/ date de consultation : 1 janvier 2022 à 21h20

https://www.instagram.com/p/CMHL8zIH2FH/?utm_source=ig_web_copy_link
date de consultation :2 janvier 2022 à 13h20

https://www.instagram.com/reel/CMUgzhkncmz/?utm_source=ig_web_copy_link date de consultation :4 janvier 2022 à 16h40

Résumé

Notre travail de recherche s'inscrit au carrefour des sciences du langage, dans l'analyse de discours, la sociolinguistique et la sociolinguistique interactionnelle « les stratégies adoptées dans le discours des influenceurs de la langue française sur les réseaux sociaux et plus précisément sur Instagram » Est effectué dans le cadre d'un mémoire de master afin de Mettre l'accent sur les différents phénomènes linguistiques et procédés qui caractérisent les Pratiques langagières sur Instagram ainsi de déterminer les raisons qui expliquent l'aspect multidimensionnel et pluri forme de ces commentaires rédigés par les instagrameurs algériens. Nous avons travaillé sur un certain nombre de vidéos de trois(3) influenceurs sur Instagram .notre analyse nous a révélé certain résultats pertinents.

Mots clés : Discours médiatique, Influenceur de la langue française, Instagram, Stratégies communicatives

Summary

Our research work is at the crossroads of language sciences, in discourse analysis, sociolinguistics and interactional sociolinguistics "the strategies adopted in the discourse of French language influencers on social networks and more specifically on Instagram" Is carried out as part of a master's thesis in order to emphasize the different linguistic phenomena and processes that characterize language practices on Instagram as well as to determine the reasons which explain the multidimensional and multi-form aspect of these comments written by Algerian Instagrammers. We worked on a number of videos from three (3) influencers on Instagram. Our analysis revealed some relevant results.

Keywords : media discourse , french language inflencer , Instagram , communicative strategies

الملخص

يقع عملنا البحثي على مفترق طرق علوم اللغة ، في تحليل الخطاب وعلم اللغة الاجتماعي وعلم اللغة الاجتماعي التفاعلي "الاستراتيجيات المعتمدة في خطاب مؤثري اللغة الفرنسية على الشبكات الاجتماعية وبشكل أكثر تحديداً على Instagram" يتم تنفيذها كجزء من أطروحة الماجستير بالترتيب للتأكيد على الظواهر والعمليات اللغوية المختلفة التي تميز الممارسات اللغوية على Instagram وكذلك لتحديد الأسباب التي تشرح الجوانب متعددة الأبعاد والمتعدد الأشكال لهذه التعليقات التي كتبها Instagrammers الجزائريون. لقد عملنا على عدد من مقاطع الفيديو لثلاثة (3) مؤثرين على Instagram ، وكشف تحليلنا عن بعض النتائج ذات الصلة.

الكلمات المفتاحية: الخطاب الإعلامي ، إنستغرام ، مؤثر في اللغة الفرنسية ، استراتيجيات التواصل