

LES PARTICULARITÉS DU DISCOURS DES SMS FRANÇAIS

Е.В. Жур, А.А. Фибик, 2 курс

Научный руководитель – О.Ф. Жилевич, к.филол.н.

Полесский государственный университет

La fin du XXème siècle a été marquée par un essor sans précédent des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC). Courriels, forums de discussion, blogs, SMS, tchats sont autant de situations nouvelles de communication écrite nées du développement et de la diffusion des outils électroniques (ordinateur et téléphone mobile). L'utilisation de plus en plus étendue de ces outils, que ce soit dans le cadre privé, professionnel voire scolaire, est à l'origine de nouveaux codes et de manières différentes de traiter l'écrit. De fait, les conditions techniques de la communication électronique ont une influence sur les pratiques scripturales et le rapport que les individus entretiennent avec la langue écrite.

On compte actuellement en France 53 millions d'utilisateurs : 78 % des foyers sont équipés d'un téléphone portable, le taux d'équipement des jeunes utilisateurs étant particulièrement important (70% chez les 12-14 ans, 89% chez les 15-17 ans et 95% chez les 18-25 ans). 70% des détenteurs de téléphone portable utilisent des SMS avec un envoi moyen de 25 SMS par mois ce qui correspond à un marché de 21 milliards d'euros en 2007. Chez les 12-25 ans, ce chiffre monte jusqu'à plus de 80 SMS par mois témoignant de l'engouement indéniable des jeunes pour ce mode de communication écrite [1, p. 180].

Le but de notre recherche scientifique est de découvrir les particularités du discours des SMS français. Pour acquiescer ce but nous avons analysé 80 SMS français tirées du Dictionnaire SMS français. [2]

D'après J. Anis, « le service de messagerie SMS, plus connu sous le sigle SMS (*Short Message Service*) ou texto qui permet de transmettre de courts messages textuels » [3, p. 26].

Les chercheurs français notent les avantages et les inconvénients du langage SMS.

C. Faire distinguer des avantages suivantes des SMS:

- rapidité et facilité de la communication ;
- gagner du temps;
- permet d'insérer plus d'informations lorsqu'on dispose d'un espace limité pour écrire un message, ou lorsque le prix du message dépend de sa longueur ;

➤ invention d'un langage neuf [4, p. 63].

A son tour F. Jaureguiberry constate les inconvénients des SMS:

- ✓ difficulté de lecture et de déchiffrement;
- ✓ complexité de compréhension;
- ✓ effondrement du niveau de l'orthographe et parfois aussi indigence du vocabulaire[5, p. 13].

Le SMS est un message écrit de 160 caractères maximum envoyé d'un téléphone portable à un autre. Sa forme linguistique et graphique est contrainte par différents facteurs : techniques (espace limité, clavier alpha-numérique), économiques (coût du SMS) et situationnels (type d'informations échangées et interlocuteurs concernés). Ces petits messages sont la plupart du temps envoyés à une personne proche pour communiquer une information courte et pratique, poser rapidement une question ou partager en quelques mots ou signes une émotion, un sentiment ou un point de vue.

D'après l'analyse orthographique des SMS français nous en avons repartis en six types :

▪ Acronymie ou sigle: abréviation qui se compose des premières lettres du mot. Dans le discours SMS l'exemple le plus remarquable d'acronymie est l'abréviation *lol* (dérivé de l'expression anglaise *lauglung out loud*), qui se propage dans toutes les langues et désigne *rire aux éclats* ou *se moquer*. Les exemples de l'acronymie SMS française sont: *rstp*, répond s'il te plaît; *stp*, s'il te plaît, etc.

▪ Syllabogrammes: abréviation basée sur le principe phonétique: une ou plusieurs syllabes du mot sont représentées par une seule unité graphique, une lettre, qui possède le nom correspondant dans l'alphabet. Par exemple les lettres «c», «t» ou «d», utilisées comme syllabogrammes, sont prononcées suivant leurs noms alphabétiques [se], [te] ou [de]: *DciD*, décidé; *penc*, pensais; *tRmine*, terminer. Souvent les syllabogrammes sont écrits en majuscules.

▪ Logogrammes: leur utilisation est basée sur le principe phonétique suivant: une ou plusieurs syllabes sont remplacées par un signe graphique (sauf la lettre), qui a la même prononciation. Par exemple: *2main*, demain; *vi1*, viens; *ojourd'8*, aujourd'hui; *re100*, ressens; *qoi28*, quoi de neuf.

▪ Phonétisation: le mot est écrit suivant sa prononciation, dans une forme plus courte que sa forme écrite standard: *ke*, que; *ki*, qui; *toa*, toi; *tu é belle*, tu es belle; *choisiré*, choisirais; *kestufé ojurd'hui*, qu'est-ce que tu fais aujourd'hui etc.

▪ Clipping: une forme d'abréviation, dans laquelle une partie d'un mot est omis: *d'hab*, d'habitude; *tt*, tout; *ti*, petit; *probl*, problèmes; *ds*, dans.

▪ Squelette consonantique: créé à partir de l'omission des voyelles dans un mot, l'omission n'empêchant pas de comprendre la signification du mot, par exemple: *msg*-message; *dsl* - désolé(e); *pr* - pour; *jtm*, *gtm* - je t'aime, etc.

L'analyse des **formules phatiques** du discours SMS a montré qu'elles sont présentées (*oui?*; *non*; *n'est-ce pas?*; *d'accord?*; *ok?*), mais moins nombreuses qu'à l'oral. Leur utilisation affirme que dans le discours SMS la priorité est plus souvent donnée aux besoins interpersonnels qu'à l'économie d'espace ou de temps.

Les réponses incomplètes avec les adverbes d'affirmation et de négation dans le discours SMS, caractéristiques de l'oral, se rencontrent généralement au début du message et font souvent partie de l'énoncé suivant:

oui, je sais, mais elle arrive demain et n'a pas de temps.

lol oui il veu:) il demande que ça:)

Les marqueurs discursifs, caractéristiques de l'oral, sont assez nombreux dans le langage SMS. Ils sont impliqués dans l'organisation du discours, concentrant ou, au contraire, détournant l'attention:

tu voi ske tu ma fai la tinkiete pa sa t retombera dessus un jour e ne croi pa ke tu va te sortir com ca elle n'est pas assez adaptee a tout ca, tu vois, faut que je lui parle.

L'analyse **des formules de salutations** a montré que 10% des messages commencent par une formule suivie ou non d'un nom. Les formules les plus utilisées pour saluer sont: *Hi*, *Salut*, *Slt*, *Hey*, *Coucou*, *Ccou*, *Kikou*, *Helo* et *Bsoir*.

L'étude de l'**ellipse situationnelle** a montré qu'à côté de l'omission traditionnelle des déterminants, de l'expression «il y a» et de la particule de négation «ne», le discours SMS présente des formes nouvelles, telles que l'omission du pronom personnel sujet et du verbe copule:

non mai veu pas croire c pa rigolo du tout

(non mais **je ne** veux pas croire, ce n'est pas rigolo du tout)

pas eu mon exam

(je **n'ai** pas eu mon examen)

L'analyse du cas de **la conversion grammaticale** a montré qu'à côté des formes spécifiques du langage oral (l'emploi du mot «genre» comme un adverbe ou un mot copule), le corpus de recherche comporte de nouvelles constructions morphosyntaxiques: emploi du nom (*coeur, tel, SMS, dodo*), de l'onomatopée et de l'abréviation *lol* au lieu du verbe:

Je te coeur tout plein tout plein! Gros bisous! Je te telerai a 13h.

Sms-moi qud tu arriv

Ainsi, nous pouvons conclure que :

- ✓ Le discours SMS a un caractère oral mis par écrit et se présente souvent sous forme de dialogue.
- ✓ L'analyse graphique a montré que les adaptations graphiques dans le discours SMS visent à la fois l'économie de temps et d'espace, ainsi que l'identification langagière.
- ✓ Les résultats de la recherche montrent que le langage SMS peut être considéré comme une variété langagière originale, formée par l'influence d'un contexte de communication.

Bibliographie

1. Lienard F. SMS : une menace pour le français ? / F. Lienard. P.: Cerveau & Psycho, 2007. – 283 p.
2. Dictionnaire SMS français – [Resource électronique] – Mode de l'accès : <http://www.dictionnaire-sms.com/> – Date de l'accès : 06.03.2015]
3. Anis, J. Parlez-vous texto ? / J. Anis. – P. : Le cherche-midi, 2001. – 190 p.
4. Fairon, C. Le langage SMS / C. Fairon. – P. : UCL, 2006. – 128 p.
5. Jaureguiberry, F. Les branchés du portable / F. Jaureguiberry. – P. : PUF, 2003. – 48 p.