

International Meetings and Journals Research Association IMCRA-2025 (11-12/09/2025) Caucasus, 2025 Science, Education and Innovations in the Context of Modern Problems Editor-in-Chief: Chair of the Editorial Board: Dr. N. N. N. N. Monthly Regular Open Access October 2025 Issue 11, Vol. 8 imcra-az.org	Science, Education and Innovations in the Context of Modern Problems Issue 11, Vol. 8, 2025	
	Title of research article  La communication étudiante en français sur Facebook : entre brièveté, expressivité et créativité linguistique Student Communication in French on Facebook: Between Brevity, Expressiveness, and Linguistic Creativity	
Boulsane Réda	Maitre-Assistant -A Université Larbi Ben M'hidi - Oum el Bouaghi, Laboratoire DECLIC Algérie Email: reda.boulsane@univ-oeb.dz , Orcid: https://orcid.org/0000-0002-8460-691X	
Saker Amina	Maitre de conférences -A Université Larbi Ben M'hidi - Oum el Bouaghi, Laboratoire DECLIC Algérie E-mail: amina.saker@univ-oeb.dz, Orcid: https://orcid.org/0009-0009-5373-8299	
Issue web link	https://imcra-az.org/archive/385-science-education-and-innovations-in-the-context-of-modern-problems-issue-11-vol-8-2025.html	
Keywords	Brièveté, Communication digitale, Etudiants, Expressivité, Facebook, Innovation linguistique	
Abstract S'inscrivant dans le champ de la sociolinguistique numérique, cette étude vise à examiner les pratiques communicationnelles des étudiants en français sur Facebook. Elle met en évidence une triple dynamique caractéristique de ces usages : la recherche de brièveté imposée par les contraintes de la plateforme, le besoin d'expressivité propre à cette population, et l'émergence d'une créativité linguistique spécifique aux environnements numériques. L'objectif est d'analyser les mécanismes par lesquels ces trois dimensions apparemment contradictoires s'articulent dans la communication étudiante en ligne, et de démontrer comment cette oscillation permanente peut générer des formes communicationnelles hybrides où les contraintes de brièveté incitent les utilisateurs à développer des stratégies expressives originales, transformant Facebook en véritable laboratoire d'innovation linguistique spontanée. L'analyse interroge ainsi les mutations contemporaines de la langue française dans les espaces digitaux et démontre comment ces jeunes locuteurs réinventent continuellement leur rapport à la langue française dans l'espace numérique, ce qui produit des pratiques communicationnelles qui dépassent les simples adaptations techniques pour devenir de véritables créations linguistiques collectives, preuve d'une appropriation créative des outils numériques.		
Citation. Boulsane, R., Saker. A., (2025). La communication étudiante en français sur Facebook : entre brièveté, expressivité et créativité linguistique. <i>Science, Education and Innovations in the Context of Modern Problems</i>, 8(11), 649-660. https://doi.org/10.56352/sei/8.11.51		
Licensed © 2025 The Author(s). Published by Science, Education and Innovations in the context of modern problems (SEI) by IMCRA - International Meetings and Journals Research Association (Azerbaijan). This is an open access article under the CC BY license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).		
Received: 12.01.2025	Accepted: 17.05.2025	Published: 05.09.2025 (available online)

Introduction

De nos jours, la communication digitale est bouleversée par la multiplication fulgurante des réseaux sociaux. Désormais omniprésents, ces plateformes s'imposent dans tous les domaines: stratégies marketing, communication politique et vie quotidienne. Ils constituent aujourd'hui des outils incontournables d'internet, et occupent une place centrale dans nos interactions numériques, quelle que soit l'audience visée.

Devenus indispensables au quotidien d'une immense partie de la population mondiale, ces réseaux évoluent constamment et transforment profondément nos modes de communication, d'information, de travail et de

consommation, tant dans la sphère personnelle que professionnelle. En soulignant que : « *les réseaux sociaux sont des médias sociaux devenus incontournables qui désignent un ensemble de services permettant de développer des conversations et des interactions sociales sur internet ou en situation de mobilité* », Cavazza (2009) met en évidence la position centrale qu'ont acquise les réseaux sociaux dans notre quotidien. Ces plateformes sont devenues incontournables, touchant tous les aspects de notre vie : information, divertissement et communications personnelles. Cette omniprésence numérique a profondément modifié nos pratiques sociales, culturelles et économiques, et par conséquent, a redéfini notre rapport au monde et aux autres.

Définis par Rissoan comme étant : « *des sites internet qui répondent à un besoin de consommation de médias (vidéos, audio, textes, animations) mais dans un contexte de partage et d'échange* » (Rissoan, 2012, p : 26), les réseaux sociaux ont connu, depuis leur apparition et leur mise en application, une forte croissance et ont fait couler beaucoup d'encre. Facebook, X (ex Twitter), Instagram, Snapchat ont, en effet, généré un engouement tellement important aussi bien chez les particuliers, chez les professionnels, que chez les jeunes générations, particulièrement les étudiants qui constituent une population largement connectée.

En janvier 2025, Facebook compte plus de 3 milliards d'utilisateurs actifs mensuels dans le monde, ce qui en fait la plateforme sociale la plus utilisée à l'échelle mondiale et s'ouvre à de nouveaux publics de sorte qu'il soit rare de trouver un domaine où Facebook n'intervient pas. Par conséquent, la sphère estudiantine en a été touchée et Facebook s'est même implanté dans les habitudes des étudiants. A-L. Raffestin le confirme en disant que : « *Comme dans bien d'autres domaines, le réseau social de Mark Zuckerberg est le plus utilisé par les étudiants, mais aussi par leurs professeurs* » (Raffestin, 2011)

Il sera ainsi pour eux ce qu'ils veulent en faire dans la mesure où les outils proposés sont adaptés à leurs besoins de communication, d'information ou même de divertissement. Il est à noter que grâce à Facebook et aux nombreux outils de communication qu'il renferme, les étudiants développent leurs compétences à communiquer et peuvent donc s'ouvrir au savoir et partager l'information.

1. Problématique et objectifs de la recherche

Dans le cadre de cette étude, il est important de comprendre comment les réseaux sociaux numériques, en l'occurrence Facebook, ont profondément transformé les pratiques communicationnelles des jeunes étudiants. Facebook, en tant que plateforme pionnière du web social, a créé un espace de communication inédit où se déploient de nouvelles formes d'expression linguistique. La communication étudiante en français sur cette plateforme présente des caractéristiques singulières qui méritent une analyse approfondie : elle oscille entre contraintes techniques, besoins expressifs et innovations créatives.

Cette problématique soulève ainsi une question capitale, à laquelle il serait intéressant de pouvoir répondre : « *Comment les étudiants en français articulent-ils brièveté, expressivité et créativité linguistique dans leurs pratiques communicationnelles sur Facebook ?* »

De cette question principale, découlent des questions secondaires qui ouvrent plusieurs axes d'analyse structurés autour d'une triple dimension (brièveté, expressivité, créativité) :

- Comment les étudiants gèrent-ils la brièveté dans leurs messages tout en assurant la clarté du contenu ?
- Quels types de procédés expressifs sont privilégiés dans leurs échanges ?
- Quelles formes de créativité linguistique émergent dans leurs communications ?

Dans le but d'apporter des réponses à ces questions qui permettent d'explorer systématiquement les trois dimensions du sujet tout en tenant compte des spécificités du public étudiant francophone et du medium Facebook comme espace de communication, nous avancerons les hypothèses suivantes, qui feront par la suite l'objet d'une validation ou d'une réfutation à partir d'une enquête de terrain :

1. Les étudiants ont recours à des formes brèves, souvent elliptiques, pour gagner en rapidité et s'adapter aux usages numériques.

2. L'expressivité est renforcée par des procédés paralinguistiques (emojis, ponctuation excessive, majuscules), qui pallient l'absence de ton ou de gestuelle.

3. La créativité linguistique résulte de l'interaction entre les contraintes de la concision, l'invention de néologismes contextuels et l'alternance codique.

Dans le présent travail, il convient de souligner la diversité et la multiplicité des objectifs poursuivis. En effet, ils ne se limitent pas à un seul aspect ; ils s'entrelacent et se complètent, ce qui reflète la complexité du sujet traité. Cette diversité d'objectifs témoigne de la richesse et de la profondeur de la problématique abordée et permet d'en appréhender les multiples dimensions avec rigueur. Nous analyserons ainsi la manière dont ces différentes visées s'articulent pour étayer et orienter précisément notre réflexion. Dans la perspective de mieux comprendre comment Facebook, en tant que plateforme sociale, modifie les pratiques langagières des étudiants francophones, nous cherchons d'abord à analyser les caractéristiques linguistiques propres à la communication étudiante en français sur Facebook, en soulignant l'influence des contraintes techniques de la plateforme sur les formes d'expression utilisées. Ensuite, nous examinons les besoins expressifs des étudiants dans leurs échanges et leur incidence sur les choix linguistiques. Enfin, nous nous attachons à identifier et décrire les innovations créatives en matière d'expression développées dans ce contexte. Ces objectifs permettent chacun d'éclairer un aspect spécifique de cette communication, en lien avec les contraintes, les besoins et les formes d'innovation évoqués.

Notre travail s'organisera en deux parties distinctes mais nettement complémentaires. Le cadre conceptuel s'appuiera sur plusieurs axes permettant d'analyser les pratiques langagières des étudiants en contexte numérique. Il pourrait s'articuler autour des axes suivants : l'usage de Facebook dans le milieu étudiant, les fonctions sociales et communicationnelles de cette plateforme, ainsi que les spécificités des interactions numériques. En résumé, notre cadre conceptuel articulera des concepts issus de la linguistique numérique, de la pragmatique, de la sociolinguistique, et des sciences de la communication, afin d'explorer comment les étudiants utilisent le français sur Facebook dans des formes brèves, expressives et créatives. Sur le plan méthodologique, un dispositif pertinent sera mis en œuvre pour répondre aux objectifs de la recherche : en effet, l'investigation repose sur un questionnaire adressé à un public d'étudiants afin de mieux cerner les stratégies mises en œuvre dans leurs échanges numériques sur Facebook.

Enfin, une conclusion générale viendra dresser un bilan des résultats obtenus et apprécier leur portée au regard des hypothèses formulées. En effet, la mise en relation des résultats avec les objectifs de notre travail nous donnera l'opportunité non seulement de dégager de nouvelles interrogations et soulever des problématiques inédites, mais aussi ouvrir des perspectives et tracer des chemins novateurs pour la recherche, élargissant ainsi le champ des investigations futures.

2. Cadre conceptuel

Dès sa création, Facebook s'est présenté comme un espace dédié à la socialisation en ligne. Toutefois, il a rapidement dépassé la fonction initiale de mise en relation personnelle pour devenir un outil polyvalent. À l'origine conçu comme un réseau social électronique visant principalement à connecter les individus, Facebook a considérablement évolué pour offrir aujourd'hui une gamme étendue de services intégrés ou liés à sa plateforme. « *Facebook n'est pas dédié à une utilisation particulière, chacun l'utilise dans le cadre d'objectifs variés allant du jeu à la plate-forme de travail professionnelle* » (Barbe & Delcroix, 2008, p. : 119). Ainsi, il ne se réduit plus à un simple outil de communication. Le fait qu'il n'a pas une fonction unique ou strictement définie en fait une plate-forme multifonctionnelle, capable de répondre à des besoins très divers selon les utilisateurs et constitue désormais un véritable écosystème complexe, ayant des dimensions ludiques, sociales, politiques et économiques.

L'une des caractéristiques fondamentales des grandes plateformes numériques, notamment Facebook, réside dans leur plasticité, qui se manifeste par la multiplicité de leurs fonctions. Ainsi, nous nous pencherons sur les différentes fonctionnalités de Facebook en tant que plateforme de communication, d'information et de divertissement, en mettant en exergue la façon dont ces trois dimensions s'articulent et se renforcent mutuellement dans les usages numériques.

2.1. La communication étudiante en contexte numérique

Parmi les réseaux sociaux qui grouillent sur la toile, les étudiants privilégient souvent Facebook pour sa simplicité, sa rapidité et son efficacité. Ses fonctions variées en matière de communication et d'accès à l'information facilitent le travail collaboratif, réduisent les distances et font gagner du temps. Outil central du quotidien, il leur permet de rester en contact, de publier du contenu, mais aussi d'échanger sur les cours, d'interagir sur les messages des autres, de créer des groupes de travail et de s'entraider. Selon Jenkins : « *Les nouveaux médias sont participatifs, interactifs et convergents : les utilisateurs ne se contentent plus de consommer l'information, ils la produisent, la*

commentent, la diffusent. » (Jenkins, 2013, p : 79). Cette dynamique s'observe chez les étudiants qui, à travers ces interactions régulières, développent simultanément leurs compétences linguistiques et sociales. Ainsi, si Facebook s'impose d'abord comme un espace privilégié pour la communication et la collaboration entre étudiants, il dépasse rapidement ce simple cadre utilitaire. Plus qu'un outil fonctionnel, il devient un véritable terrain d'expression personnelle et de créativité, où échanges brefs mais efficaces permettent de tisser des liens sociaux tout en stimulant le développement linguistique et les compétences sociales. Cardon, en soulignant que : « *Le temps des réseaux sociaux est un temps de l'instantané, du flux, du direct. Il impose une logique de réactivité permanente* » (Cardon, 2010, p : 55), met en évidence l'un des traits fondamentaux de l'environnement numérique contemporain : la temporalité propre aux réseaux sociaux. Contrairement aux médias traditionnels, les réseaux sociaux valorisent la rapidité, l'instantanéité et la mise à jour constante. Par ailleurs, il apparaît que les réseaux sociaux modifient notre rapport au temps, en incitant à une réaction immédiate : il faut répondre vite, publier sans attendre, commenter dans l'instant. Si cette dynamique favorise la spontanéité et l'interaction, elle instaure également une pression continue sur les étudiants qui se voient contraints d'adopter certaines stratégies langagières et communicationnelles adaptées à ce rythme : privilégier la brièveté pour capter l'attention rapidement, recourir à l'expressivité pour se démarquer dans le flot d'informations, et mobiliser une créativité linguistique afin de produire des messages attractifs et mémorables.

Pour Balagué & Fayon : « *s'inscrire sur un réseau social peut répondre au besoin d'appartenance d'un individu à une communauté qui partage ses intérêts, voire son langage, avec laquelle il a des affinités* » (Balagué & Fayon, 2010, p : 36). Leur analyse révèle que les étudiants se tournent vers Facebook pour intégrer des groupes en phase avec leurs intérêts, leurs codes et leur langage. Au-delà du simple maintien des liens sociaux, ils y trouvent un espace où leurs affinités culturelles, linguistiques ou académiques sont reconnues. La plateforme favorise l'émergence de modes de communication spécifiques (abréviations, références communes, humour codé) qui consolident ce sentiment d'appartenance. Ces échanges contribuent à façonner des identités numériques ainsi qu'une langue hybride, entre oral et écrit. Ainsi, l'engagement dans ces communautés dépasse la connexion sociale : il participe à l'élaboration d'une culture jeune et numérique distincte.

3. Cadre méthodologique

3.1. Contexte de l'étude et public cible

Dans le contexte de l'étude « *La communication étudiante en français sur Facebook : entre brièveté, expressivité et créativité linguistique* », l'enquête se déroule à une époque marquée par l'omniprésence des réseaux sociaux dans la vie étudiante. Facebook demeure une plateforme de choix pour les étudiants de français souhaitant échanger, s'informer et se socialiser. Dans cet environnement numérique, les échanges écrits se caractérisent souvent par leur concision (brièveté), une grande expressivité manifestée à travers des émojis, des images ou une ponctuation singulière, ainsi qu'une créativité linguistique (emploi de néologismes, jeux de mots, variantes orthographiques, mélange de registres, etc.) qui reflète l'agilité de la jeunesse à s'approprier les codes du numérique.

Le public cible de cette enquête est constitué d'étudiants en français, principalement inscrits dans l'enseignement supérieur, âgés de 20 à 25 ans, utilisant activement Facebook pour des communications personnelles ou académiques. Ce groupe comprend 50 étudiants inscrits en 3^{ème} année licence au département de français à l'université Larbi Ben M'hidi en contexte universitaire francophone. L'enquête vise ainsi à explorer la façon dont ces étudiants adaptent la langue française aux contraintes et possibilités du médium numérique.

3.2. Présentation du protocole d'enquête

Afin de répondre de manière rigoureuse et systématique aux questions de recherche formulées, il est essentiel de définir clairement le protocole d'enquête déployé. Ce protocole décrit les étapes méthodologiques et les outils choisis pour la collecte et l'analyse des données, qui garantissent ainsi la cohérence, la validité et la fiabilité des résultats obtenus. Il s'appuie principalement sur un questionnaire ciblé, qui permettra une compréhension approfondie des stratégies de communication numérique adoptées par les étudiants sur Facebook.

Pour garantir la cohérence de l'échantillon, nous avons adressé un questionnaire (en ligne et en présentiel) à 50 étudiants ayant le même profil. Le questionnaire est, par définition, un instrument quantitatif, mais il peut aussi intégrer des questions ouvertes (approche mixte). Il a pour objectif de collecter auprès des étudiants concernés par l'analyse du corpus des informations sur leurs pratiques et stratégies communicationnelles sur Facebook. Ce questionnaire se compose de questions fermées (QCM, échelles de Likert) pour quantifier les pratiques, opinions et ressentis mais aussi de questions ouvertes pour permettre une expression détaillée et recueillir des exemples ou des explications.

3.3. Présentation et analyse des résultats

Cette partie expose de manière synthétique les données issues de l'analyse du questionnaire. L'analyse vise à mettre en évidence les principales tendances et à interpréter les stratégies de communication des étudiants sur Facebook, afin de répondre clairement aux objectifs de la recherche.

Par le biais d'un questionnaire que nous avons conçu à l'intention des étudiants de 3^{ème} année licence, cette étude vise à recueillir des données quantitatives et qualitatives permettant de cerner les pratiques communicationnelles des étudiants dans un environnement numérique. Pour des raisons méthodologiques, le questionnaire que nous avons conçu et les questions formulées (09 questions) portent exclusivement sur les trois dimensions essentielles de notre sujet : la brièveté, l'expressivité et la créativité linguistique. Ainsi, nous avons délibérément évité d'aborder des questions générales concernant le profil des utilisateurs ou leur usage global de Facebook, afin de garder nos interrogations ciblées et strictement orientées vers ces trois axes spécifiques.

- **Question N°01** : *Principalement, vous utilisez Facebook pour : (plusieurs réponses possibles)*

Les résultats obtenus à cette question révèlent des tendances significatives quant à l'usage que font les étudiants de la plateforme Facebook. On note, tout d'abord, une prédominance marquée des dimensions interactives et collaboratives. Les résultats montrent que Facebook est principalement utilisé par les étudiants pour communiquer avec des amis (85%), partager du contenu (90%) et participer à des groupes d'étudiants (90%). L'utilisation pour suivre l'actualité ou des pages d'intérêt est pratiquement inexistante (10%). Cela indique que la plateforme remplit avant tout des fonctions sociales et collaboratives, au détriment de ses dimensions informationnelles. Ce qui illustre la plasticité des usages de la plateforme selon les besoins sociaux et contextuels des usagers.

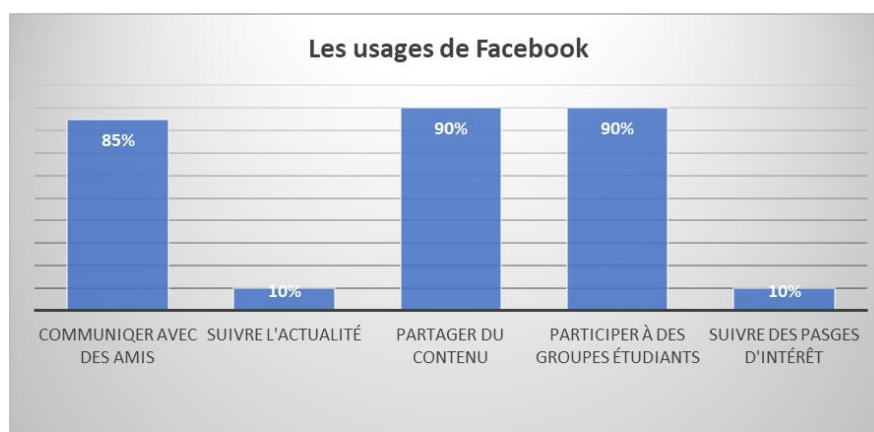


Figure N°01

- **Question N°02** : *En moyenne, vos publications/commentaires sur Facebook contiennent :*

// 1-10 mots // 11-30 mots // 31-50 mots // Plus de 50 mots

L'analyse des résultats concernant la longueur moyenne des publications ou commentaires sur Facebook par les étudiants révèle que la grande majorité des étudiants (44 sur 50, soit 88%) publie ou commente en utilisant entre 1 et 10 mots. Cela indique une forte tendance à privilégier des messages très brefs et probablement concis. Seuls 06 étudiants (12%) utilisent entre 11 et 30 mots, tandis qu'aucun étudiant n'atteint ou dépasse 31 mots dans ses publications ou commentaires. Cela suggère que les formats plus développés ou argumentés sont très peu utilisés sur cette plateforme dans ce groupe. Ce phénomène peut refléter l'usage très rapide et souvent spontané de Facebook, où l'attention est limitée et les échanges sont plus informels. Cela peut également témoigner de pratiques communicationnelles actuelles qui privilégient la brièveté, l'impact rapide et la simplicité du message. L'absence de publications plus longues ne signifie pas nécessairement un manque d'expression ou de profondeur, mais peut indiquer que Facebook est davantage perçu comme un espace de communication synthétique.



Figure N°02

- **Question N°03 :** *Utilisez-vous des abréviations dans vos communications Facebook ?*

[] Très souvent [] Souvent [] Parfois [] Rarement [] Jamais

Les résultats montrent que l'utilisation des abréviations dans les communications sur Facebook est extrêmement fréquente parmi les étudiants. En effet, 42 sur 50 (84%) déclarent les utiliser très souvent, tandis que 5 étudiants (10%) les utilisent souvent, et seulement 3 (6%) disent les employer parfois. Aucun étudiant ne rapporte une utilisation rare ou nulle des abréviations. Cette tendance souligne l'importance des abréviations comme outil privilégié pour gagner du temps et économiser des caractères dans des échanges généralement rapides et informels. Elle illustre également une adaptation aux contraintes et aux codes spécifiques de la communication en ligne, où la rapidité, la simplicité et la fluidité du message priment.

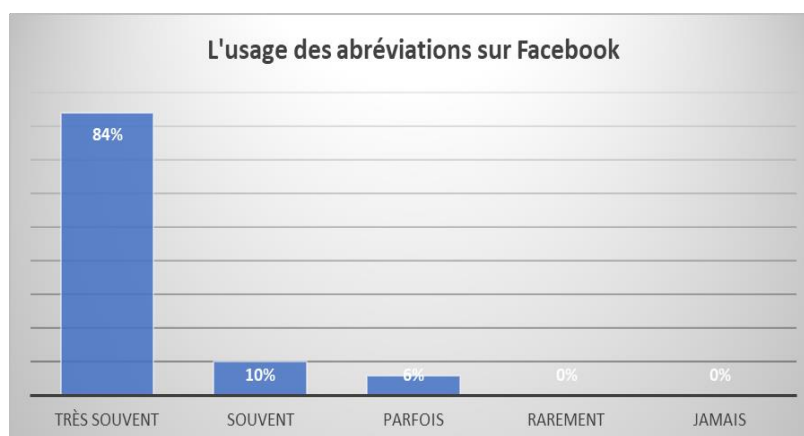


Figure N°03

- *Si oui, quelles abréviations utilisez-vous le plus ? (donnez 3-5 exemples) :*

Oui, les étudiants utilisent fréquemment des abréviations dans leurs messages et discussions sur Facebook. Certaines abréviations sont communes à tous les étudiants, comme « slt, bjr, bsr, bn8, cv, tkt, mrc, ». Ces raccourcis facilitent et accélèrent la communication car ils sont largement compris. En revanche, les étudiants développent des abréviations plus personnelles. (grv) (tfq) (doc pour document). Ces abréviations individuelles les aident à gagner du temps tout en restant clair et intelligible. Ainsi, il y a toujours un équilibre entre abréviations partagées par tous les étudiants et celles plus personnalisées qui répondent à des besoins spécifiques.

- **Question N°04 :** *Selon vous, la brièveté sur Facebook est due à : (plusieurs réponses possibles)*

L'analyse des réponses des étudiants à la question de la brièveté des messages sur Facebook montre que la majorité (43 sur 50) associe cette concision à la nécessité de communiquer rapidement et au manque de temps. Par ailleurs, un nombre significatif (40 sur 50) évoque l'influence des habitudes développées sur les réseaux sociaux. Ces résultats soulignent que, sur Facebook, la brièveté est perçue avant tout comme un moyen de communication efficace, adapté à un contexte où l'attention est fragmentée et la réactivité valorisée. L'usage fréquent des réseaux sociaux renforce cette tendance en favorisant un style de communication direct, rapide et accessible, dans lequel les messages courts suscitent davantage d'engagement. Bien que mentionnée par seulement un étudiant sur cinq, la lisibilité pour le lecteur est également reconnue comme un avantage, mais reste un facteur secondaire. En revanche, l'influence d'autres langues, comme l'anglais, est jugée négligeable. En somme, la brièveté des messages sur Facebook s'explique principalement par les pratiques numériques et la pression temporelle, en lien avec les usages et les comportements spécifiques aux environnements des réseaux sociaux.

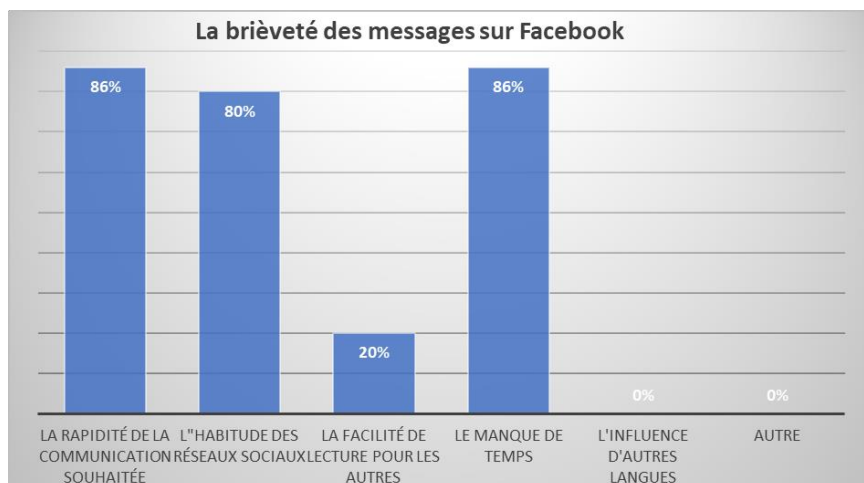


Figure N°04

- **Question N°05 :** *Quels éléments employez-vous pour rendre vos messages sur Facebook plus expressifs ?*

Les réponses étaient très variées, ce qui montre l'intérêt d'une question ouverte. En laissant chacun s'exprimer librement, ce genre de question permet de recueillir de nombreux points de vue et expériences différents. Les résultats montrent que les étudiants utilisent majoritairement plusieurs éléments pour rendre leurs messages sur Facebook plus expressifs. Les émoticônes/emojis sont employés par 96% des étudiants, ce qui souligne leur rôle essentiel pour transmettre des émotions visuelles. De même, 88% des étudiants utilisent des points d'exclamation ou d'interrogation multiples, démontrant l'importance de la ponctuation répétée pour intensifier le ton ou l'émotion du message. Les majuscules sont également utilisées par 80% d'entre eux, et servent à simuler une expression forte ou un « cri » écrit. Enfin, la répétition de lettres, pratiquée par 84% des étudiants, permet de moduler la prononciation virtuelle des mots et d'accentuer l'enthousiasme ou l'approbation (ex : Ouiiiiiiii, Noooooon, Siuuuuu, Bravoouu). Ces résultats illustrent la tendance des jeunes à combiner différents procédés graphiques pour compenser l'absence d'indices non verbaux et enrichir la communication écrite sur les réseaux sociaux.

Exemples

Etudiant 05 : j'utilise principalement les emojis, 😊😄 qui ajoutent de l'émotion 😭😍 et nuancent le ton du message 🙌😏😡.

Etudiant 14 : J'intègre aussi parfois des GIFs, des stickers ou des images pour renforcer l'impact visuel du texte et transmettre plus clairement mes sentiments.

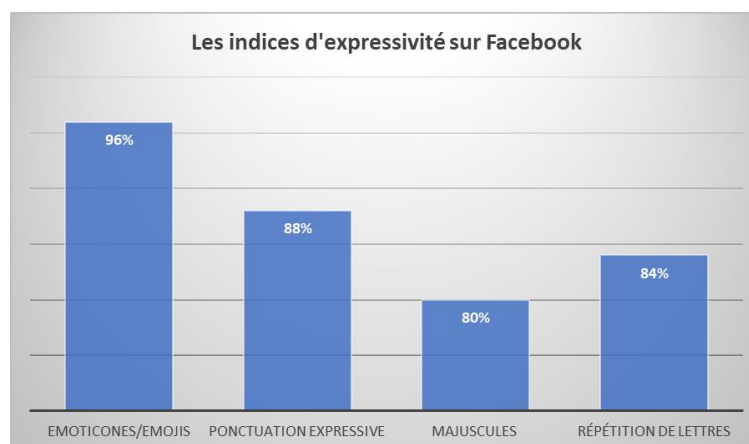


Figure N°05

Etudiant 23 : Les effets de texte (comme les confettis ou les cœurs dans Messenger) permettent également d'animer les messages et de les rendre plus vivants.

- **Question N°06** : *Les émoticônes/emojis vous permettent principalement de : (plusieurs réponses possibles)*

Les résultats à cette question montrent que les émoticônes ou emojis jouent avant tout un rôle dans l'expression et la clarification des émotions lors de la communication écrite. En effet, 90% des répondants estiment qu'ils permettent principalement d'exprimer des émotions, et autant considèrent qu'ils rendent le message plus sympathique. Par ailleurs, 86% soulignent leur utilité pour clarifier le ton, ce qui met en évidence la nécessité d'accompagner le texte de signes visuels pour éviter les malentendus. Remplacer des mots est aussi une utilisation répandue (84%), ce qui suggère que les emojis sont également perçus comme une forme condensée et expressive du langage écrit. En revanche, très peu (20%) les utilisent pour gagner de l'espace, ce qui reste marginal par rapport aux autres fonctions. Ces résultats traduisent donc une forte valorisation des emojis comme outils de nuance, d'expressivité et de convivialité dans l'échange numérique.

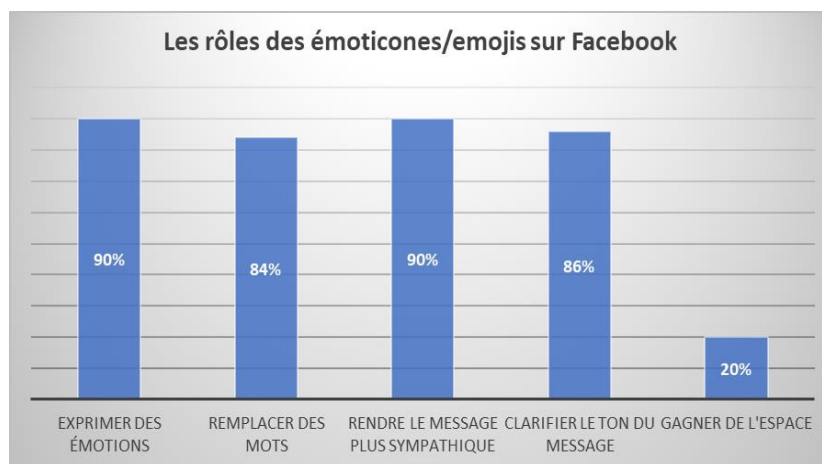


Figure N°06

- **Question N°07** : *Créez-vous parfois de nouveaux mots ou expressions sur Facebook ?*

[/] Très souvent [/] Souvent [/] Parfois [/] Rarement [/] Jamais

Les résultats montrent que les avis sont partagés quant à la fréquence de création de nouveaux mots, aucune pratique ne fait l'unanimité parmi les 50 étudiants interrogés. Une partie des répondants (25 étudiants, soit 50%) adoptent une approche occasionnelle à rare de cette créativité linguistique, avec 13 étudiants déclarant le faire "parfois" et 12 "rarement". Une minorité significative (17 étudiants, soit 34%) manifeste une tendance plus active à

l'innovation lexicale, qui se répartit entre ceux qui créent "très souvent" (7 étudiants) et "souvent" (10 étudiants) de nouveaux termes. À l'opposé, seulement 8 étudiants (16%) affirment ne jamais s'engager dans cette pratique créative. Ces données démontrent que la plateforme Facebook stimule effectivement la créativité linguistique chez une grande majorité des étudiants (84%), même si l'intensité de cette créativité varie considérablement, et reflète probablement les différences individuelles en matière d'expression créative et d'engagement sur les réseaux sociaux. Pour illustrer cette créativité étudiante, les contraintes méthodologiques nous amènent à sélectionner quelques exemples représentatifs plutôt qu'une liste exhaustive : **Etudiant 03** : boubouler (rigoler beaucoup), **Etudiant 07** : Facebookeuse, likeur, postage, **Etudiant 16** : chocolover, selfiteur, noctiréviseur, **Etudiant 22** : Jamo jamaïqua, scrollage, batolusse, **Etudiant 29** : snapouk, révisthon, **Etudiant 35** : Madridiste, snapper, **Etudiant 38** : tiktokker, instagramer, **Etudiant 44** : Notif, com.

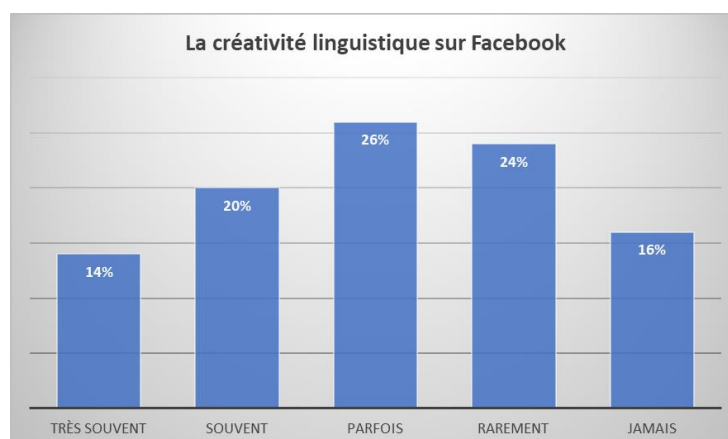


Figure N° 07

- **Question N°08** : *Mélangez-vous le français avec d'autres langues dans vos communications Facebook ?*

Les résultats révèlent que tous les étudiants interrogés combinent le français avec d'autres langues dans leurs échanges sur Facebook : 90 % le font régulièrement, 10 % de manière occasionnelle. Aucun ne déclare utiliser exclusivement le français, ce qui confirme l'omniprésence du multilinguisme sur cette plateforme. Les langues les plus fréquemment associées au français sont l'arabe et l'anglais, ce qui illustre une réalité linguistique marquée par la coexistence et l'interaction de ces idiomes dans les communications quotidiennes. Ce recours à plusieurs langues s'explique par la diversité culturelle des étudiants, l'influence internationale de l'anglais et la dimension identitaire et sociale de l'arabe. L'alternance codique, ou code-switching, apparaît ainsi comme une pratique spontanée et un moyen d'adaptation aux différents contextes et interlocuteurs rencontrés sur les réseaux sociaux.

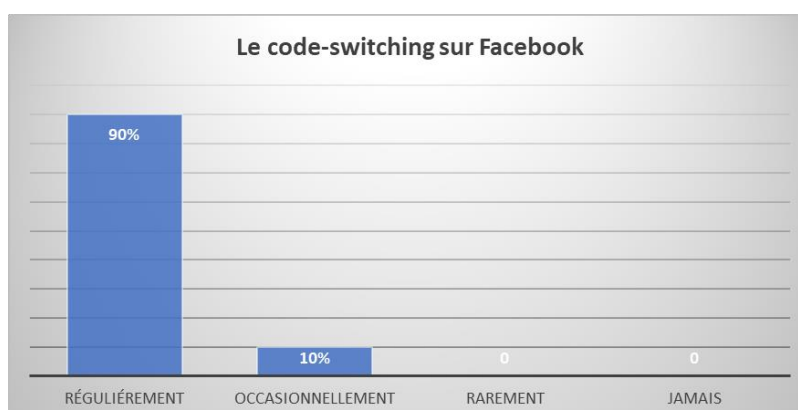


Figure N°08

- **Question N°09** : *En fonction de quoi (de qui) adaptez-vous votre style d'écriture sur Facebook ?*

Etant une question ouverte, elle suscite une grande diversité de réponses. Cette variété souligne l'importance d'une analyse qualitative approfondie pour saisir les nuances des stratégies d'adaptation du style d'écriture sur Facebook. Les étudiants adaptent leur style d'écriture sur Facebook en fonction de plusieurs facteurs. Tout d'abord, ils tiennent compte de la personne à qui ils s'adressent, qu'il s'agisse d'amis, de famille, d'enseignants ou de collègues, ce qui influence le niveau de formalité et le choix du langage. Le sujet de la discussion joue également un rôle important, car il permet de distinguer les échanges personnels des communications plus académiques ou professionnelles. Par ailleurs, l'importance du message, ainsi que le groupe ou la page où la publication est faite, modulent cette adaptation. Les relations de proximité avec le destinataire, la langue utilisée (français, arabe, anglais ou un mélange), ainsi que le contexte culturel ou les habitudes du public visé, sont aussi déterminants. Enfin, les conditions d'écriture, comme l'heure, le dispositif employé, ou la nécessité d'utiliser emojis ou abréviations, viennent compléter cette variété d'adaptations, et montrent une flexibilité langagière en fonction des interlocuteurs, des situations et des objectifs communicationnels.

4. Discussion et interprétation des résultats

Au terme de l'analyse des résultats issus du questionnaire adressé aux étudiants, nous pouvons dresser le bilan suivant :

Les étudiants de français déploient une panoplie de techniques pour maximiser l'efficacité communicationnelle de leurs messages courts. - *L'abréviation* constitue la stratégie la plus répandue. En fait, Les abréviations ne se limitent pas aux mots simples "tjrs" pour "toujours", "qd" pour "quand" mais s'étendent aux expressions complexes "tlm" pour "tout le monde", "stp" pour "s'il te plaît", "rdv" pour "rendez-vous", "tfq" pour "tu fais quoi ?". Ces contractions ne relèvent pas uniquement de la nonchalance linguistique mais elles créent un lexique spécialisé reconnu par la communauté étudiante témoignant d'une véritable économie scripturale. - *La troncation* représente une autre modalité de condensation : "prof" pour "professeur", "notif" pour "notification", "com" pour "commentaire". Ces formes raccourcies créent une certaine complicité et marquent l'appartenance à la communauté étudiante. - *L'ellipse syntaxique* permet également de réduire la longueur des énoncés tout en préservant leur intelligibilité. Les articles, pronoms et auxiliaires sont fréquemment omis : "Cours annulé demain" plutôt que "Le cours est annulé demain".

Paradoxalement, la contrainte de brièveté intensifie le besoin d'expressivité chez les étudiants. Face à la réduction de l'espace textuel, ils développent des stratégies de compensation émotionnelle pour préserver la dimension affective de leur communication et développent des modes d'expression multimodales afin de pallier l'absence de gestuelle et d'intonation. Les *emojis* constituent l'outil privilégié de cette compensation (96% des étudiants y ayant recours quotidiennement pour apporter une clarification du ton émotionnel). En effet, les réseaux sociaux, et notamment Facebook, ont joué un rôle majeur dans la démocratisation des emojis, qui sont aujourd'hui essentiels aux échanges numériques. Un simple cœur rouge , un sourire  ou un animal stylisé par un emoji , suffisent désormais à transmettre des émotions que les mots seuls peinent parfois à communiquer. « Le « E » signifie image (絵), et « moji » signifie caractère (文字). Originaire du Japon, les emojis donnent vie aux conversations à travers des expressions faciales, des gestes et des objets » (Berger, 2025). Ils permettent de condenser des états émotionnels complexes en signes visuels immédiatement décodables. Un simple  peut exprimer l'amusement, l'ironie ou la complicité selon le contexte. Cette iconographie émotionnelle enrichit considérablement le potentiel expressif des messages courts.

S'ajoutent à cela les répétitions graphiques, comme la multiplication de lettres dans certains mots "coooool", "ouiiiiiii", "nonnnn" ; "siiii" ; "troooop bien", qui servent à intensifier l'expression. La *punctuation expressive* usant de signes non conventionnels comme la multiplication des points d'exclamation « !!!!!!! », d'interrogation « ?????? » ou l'usage des points de suspension (...), permettent de moduler l'intensité émotionnelle des énoncés. Cette intensité graphique permet de recréer une certaine proximité communicationnelle, en dépit de la distance imposée par l'écrit.

L'analyse révèle une créativité linguistique adaptative chez les étudiants, qui ne se limite pas à une simple réponse aux contraintes techniques, mais s'inscrit dans une dynamique innovante et identitaire. Elle se manifeste d'abord dans la concision. Les restrictions de longueur imposées sur les réseaux sociaux, et en particulier sur Facebook, ont favorisé cette innovation langagière. Pour contourner ces contraintes, les étudiants ont mis au point diverses formes contractées et acronymes afin d'optimiser leur communication (cette économie scripturale génère 73% des innovations observées dans le corpus). Par ailleurs, elle se traduit par l'invention de néologismes contextuels, des termes créés pour répondre aux exigences immédiates des situations de communication numérique.

De plus, le métissage linguistique, à travers l'alternance codique entre le français, l'arabe et l'anglais, s'impose comme une stratégie permettant d'ajuster le discours aux interlocuteurs et aux contextes. Enfin, les jeux graphophonétiques, tels que l'utilisation d'écritures phonétiques intentionnelles (« kel » pour « quel », « mwa » pour « moi »), reflètent une volonté de simplifier et de personnaliser l'expression écrite. L'ensemble de ces pratiques ne vise pas uniquement l'efficacité communicationnelle ; il participe aussi à l'affirmation d'une identité linguistique propre à la jeune génération étudiante, marquant ainsi leur appartenance à une communauté aux codes spécifiques.

Tout compte fait, on peut dire que l'étude révèle une dynamique complexe dans la manière dont les étudiants communiquent sur Facebook. Ils naviguent constamment entre trois pôles et sont en permanence obligés de composer avec plusieurs dimensions indissociables. D'un côté, ils se confrontent aux contraintes techniques propres à la plateforme, telles que la limitation du nombre de caractères, la structure des interfaces ou la présence / absence de certaines fonctionnalités, ce qui restreint la liberté d'expression et oblige à réguler la forme des messages. Parallèlement, ces étudiants cherchent à satisfaire des besoins expressifs personnels : ils veulent transmettre leurs émotions, nuancer leurs propos ou encore affirmer leur identité, ce qui les pousse à trouver des moyens originaux de contourner les limites imposées, afin que le message reste fidèle à leur intention. C'est précisément dans cet espace de tension que naissent des innovations créatives : pour surmonter les obstacles techniques tout en exprimant leur individualité, les étudiants inventent des néologismes, détournent le sens de certains mots, jouent avec le langage et construisent de nouveaux codes d'écriture. De cette manière, l'alternance constante entre contraintes, besoins expressifs et créativité linguistique façonne des modes de communication originaux et contribue à élaborer des pratiques communicatives particulières, caractéristiques de la communauté étudiante.

Conclusion

La communication étudiante en français sur Facebook se caractérise par une dynamique d'influence réciproque entre brièveté, expressivité et créativité linguistique. Les contraintes de rapidité et d'espace favorisent le recours à l'abréviation et aux messages courts, ce qui impose une certaine brièveté dans les échanges. Cependant, les étudiants cherchent aussi à exprimer leurs émotions, leurs intentions et leur personnalité, ce qui stimule l'inventivité dans le choix des mots, l'usage d'émoticônes, ou la création de tournures originales. Cette dynamique constante entre l'efficacité de la communication et le besoin de se démarquer conduit à l'émergence de formes langagières hybrides et innovantes, où chaque dimension influence et transforme les autres, enrichissant ainsi l'expression écrite sur le réseau social.

L'analyse de la communication étudiante en français sur Facebook révèle un phénomène linguistique complexe où contraintes techniques, besoins expressifs et créativité communicationnelle s'articulent de manière dialectique. La brièveté, initialement perçue comme une contrainte, stimule l'innovation linguistique plutôt qu'elle ne l'entrave. Les étudiants développent un "squelette consonantique" en supprimant systématiquement toutes les voyelles (slt, bjr, tkt, nvl, nrc) donnant ainsi lieu à la naissance de nouvelles formes expressives. L'expressivité trouve de nouveaux canaux de manifestation qui compensent les contraintes du medium. La créativité linguistique émerge comme une réponse adaptative aux défis de la communication numérique. Loin de représenter une détérioration de la langue française, ces pratiques témoignent au contraire d'une vitalité linguistique manifeste ainsi que d'une capacité affirmée à s'adapter aux nouveaux environnements communicationnels.

À la lumière de l'analyse des pratiques communicationnelles étudiantes sur Facebook, marquées par une dynamique d'interaction entre brièveté, expressivité et créativité linguistique, nous pouvons conclure que les résultats obtenus s'inscrivent pleinement dans la continuité des hypothèses formulées en amont de l'étude, et confirment de manière claire et cohérente ces dernières. Par ailleurs, la cohérence des résultats avec les hypothèses renforce la solidité méthodologique de la recherche, et offre une base fiable pour des investigations futures visant à approfondir la compréhension des phénomènes en question. Par exemple, il serait pertinent de se demander *dans quelle mesure ces pratiques communicationnelles sur Facebook influencent-elles les compétences rédactionnelles des étudiants dans un contexte académique ?* Cette perspective de recherche future pourrait contribuer à la compréhension des effets que ces formes hybrides et innovantes d'expression écrite, nées des contraintes et opportunités du numérique, ont sur l'évolution des compétences rédactionnelles des étudiants dans un contexte formel. Une telle étude permettrait de mieux saisir les interactions entre communication informelle et exigences académiques, contribuant ainsi à envisager des pratiques pédagogiques intégrant ces nouvelles réalités langagières.

Références bibliographiques

1. Balagué. C & Fayon. D, (2010), *Facebook, Twitter et les autres...*, Pearson Education, France.

2. Barbe, L & Delcroix, E. (2008), *Emergence et appropriation des dispositifs sociotechniques*, *Sciences de la Société*, Presses universitaires du Mirail,
3. Berger, M. (2025), *Smileys et émojis humains et leur signification*, in <https://www.significationsmileys.fr/liste-smileys-humains-whatsapp>
4. Cardon, D. (2010), *La démocratie Internet : promesses et limites*, Paris, Seuil.
5. Cavazza, F. (2016), *Panorama des médias sociaux 2016*, in <https://fredcavazza.net/2016/04/21/panorama-des-medias-sociaux-2016/>
6. Jenkins, H. (2013), *La culture de la convergence. Des médias au transmédia*, trad. de l'anglais par C. Jaquet, Paris, A. Colin.
7. Raffestin, A-L. (2011), *Facebook, est-il utile pour les étudiants ?* in
8. <https://www.blogdumoderateur.com/facebook-est-il-utile-pour-les-etudiants/>
9. Rissoan, R. (2012), *Réseaux sociaux - Comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication*, Editions ENI, Paris, France.