COLLOQUE

« MODES LANGAGIÈRES DANS L'HISTOIRE.
Processus mimétiques et changements linguistiques »

MONTPELLIER, Université Paul Valéry, Bred, salle Jourda,
11-12-13 juin 2008

Modes langagières : le style des radios jeunes

Sonia Branca-Rosoff
Université de Paris III – Nouvelle Sorbonne
SYLED

Résumé

Séduisante parce qu'elle concerne les phénomènes d'émergence, la notion de mode paraît cependant un peu équivoque. Pour l'aborder, cette contribution évoque d'abord rapidement les points de vue de N. Elias, qui situe les conditions de son émergence historique, et de G. Tarde, qui place le fonctionnement mimétique au cœur des dynamiques sociales. Elle discute aussi, bien que de façon succincte, l'approche de P. Bourdieu qui propose de transposer la notion de « valeur » sur le marché social des biens culturels.

L'exemple des radios jeunes, et plus spécifiquement des émissions dites de libre antenne, est ensuite introduit comme vecteur important d'une culture de masse qui diffuse massivement ses normes et ses modes en s'appuyant sur des communautés virtuelles d'auditeurs.

Dans l'analyse des discours de libre antenne, deux sous-ensembles sont distingués : les styles coruscants des animateurs-radio avec leurs caractéristiques individuelles parfois peu reproductibles et le lexique à la mode commun aux animateurs et aux auditeurs. Les principales caractéristiques de ce lexique sont présentées.

L'article conclut à la durée vraisemblablement éphémère de la mode des radios jeunes. En effet, pour entrer dans le lexique commun, les usages ont besoin de perdre leurs connotations, Or, sur les radios le lexique « jeune » est traité comme un ensemble de formes sur-marquées, associées à des effets expressifs. Il constitue un ensemble de stéréotypes caractéristiques d'une génération qui ont peu de chances de se stabiliser.

Prendre comme terrain d'observation les émissions de libre antenne des radios jeunes pour aborder la question des modes langagières permet d'envisager une connexion entre une micro-analyse des échanges langagiers et une macro-analyse des relations entre langage et société.

Tout d'abord, ces corpus interactifs ouvrent sur une microsociologie qui fait toute leur place à des *acteurs* qui vont en permanence construire le sens des signes qu'ils échangent. On a là une différence importante avec les corpus écrits, habituels en histoire de la langue : le sociolinguiste peut se tourner vers l'activité même des locuteurs, observer des échanges entre ceux qui font la mode parce qu'ils ont du prestige – ici les animateurs – et ceux qui l'adoptent de façon plus ou moins mimétique. La radio permet aussi d'observer des modes non-standard, alors que d'habitude elles ne laissent pas de traces directes, ce qui oblige à se contenter de leur représentation littéraire éventuelle.

Du point de vue macrosociologique, la radio[1] – comme la télévision ou internet – transmet ses messages de façon instantanée et massive. Au-delà d'une caractéristique historique liée aux technologies des temps modernes, cette propriété attire l'attention sur l'importance qu'il y a à prendre en compte le medium, ce qui est essentiel quand on s'intéresse à la propagation des usages hors de leur milieu initial. Enfin, ces émissions posent le problème des mutations contemporaines de l'espace public. La culture langagière contrôlée par l'élite qui régnait seule sur les ondes est désormais concurrencée par des variétés relevant de la culture de masse, sans que l'on sache si cette évolution ne va pas à terme entraîner le brouillage de la séparation entre culture et contre-culture.

1- La notion de mode et les concepts associés

Y a-t-il des modèles sociologiques qui permettent de donner un statut à la notion de mode ? Répondre à cette question, c'est choisir Norbert Elias et Gabriel Tarde, plutôt que Durkheim, et c'est opposer à la vision unifiée du marché linguistique et au concept de distinction sociale défendus par Bourdieu dans les années 1980, la vision plus complexe d'un Bernard Lahire (1998), ou d'un François Dubet (2002).

Mode et individus

Dans *La société des individus*, essai imprimé pour la première fois en 1937, N. Elias avait entrepris une critique de théories que l'on peut rapporter à Durkheim et qui postulent que la société est antérieure et extérieure à l'individu. Or, le titre même de l'ouvrage récuse l'opposition entre individus et société :

> Il est inhabituel de parler de société des individus. Mais ce n'est certainement pas inutile, si l'on veut se libérer de l'usage traditionnel et couramment admis des deux notions. Cet usage se limite souvent à les définir comme un couple antagoniste ; or cela ne suffit pas […] Il faut chercher au-delà, une nouvelle conception de la manière dont les individus sont liés les uns aux autres, en bien comme en mal, au sein d'une multitude qui est la société. ([1937]1991, 32)

N. Elias donne à la sociologie la tâche d'observer les réseaux de relations qui unissent les individus, la façon dont s'organise la différenciation des fonctions, et les marges de liberté plus ou moins grandes laissées à chaque acteur. Il y a une possibilité de mode quand le collectif familial, la caste, le village, etc., relâchent leur emprise, qu'on cesse d'agir automatiquement comme un fils de…, un habitant de…, quand l'ordre social n'est plus immuable et qu'on « bricole » son identité en référence à d'autres groupes dont on admire les leaders.

La société des individus s'oppose à la société d'ordres, mais elle suppose la société des communautés. C'est ce que montre l'exemple contemporain d'une jeune-fille qui téléphone à l'animateur Difool afin de se renseigner sur « le style[2] EMO »[3] (pour « *emotional hardcore* ») qu'elle souhaite adopter. Assez autonome pour rompre avec les usages de sa famille et décider du style qui lui convient, Aurore sait que trouver *son* style suppose un travail de construction qui passe par l'appropriation de normes collectives. C'est pourquoi elle

[1] Le style de la télévision est corporel ; il donne à voir autant qu'à entendre. La radio concentre l'attention sur le langage.
[2] Comme d'autres intervenants, Aurore parle de style pour décrire les faits que les organisateurs du colloque invitent à désigner comme des phénomènes de mode.
[3] Les citations sont empruntées à un corpus rassemblé par des étudiants de Paris III. Le nom du transcripteur figure après chaque exemple.

demande qu'on lui communique les procédés conventionnels qui rendront perceptible son affiliation au groupe des Emo et lui permettront d'acquérir son identité sociale.

Aurore :	ben en fait c'est pour ça que j'appelle parce que le style je l'ai pas encore.
Difool :	ah t'es en évolution tu es en évolution de style EMO
Aurore :	voilà je m'y mets
Difool :	pourquoi tu veux faire EMO ?
Aurore:	parce que j'adore ça (en)fin j'adore ce style comment ils sont et tout j'adore (Skyrock, 21/4/2008, tr. Mamy, corpus Branca, Paris 3[4])

Ainsi – et le terme de *style* le dit dans sa plurivocité même[5] – la mode oblige à se pencher sur les liens entre le pôle individuel et le pôle collectif du social. On ne peut s'affirmer dans le vide et, pour abandonner les normes de son milieu, un individu va devoir s'appuyer sur un groupe prestigieux dont il va adopter les marqueurs les plus saillants.

D'autre part, et il s'agit d'un aspect important développé dans la suite de l'échange entre Aurore et les animateurs de Skyrock, le style Emo suppose à la fois le goût pour la musique technologique, le choix de vêtements noirs, de mèches de couleur fluo dans une chevelure noire de corbeau et bien d'autres choses encore. La mode est liée à la construction de toute la personne, elle est inséparable d'un comportement d'ensemble qui associe la parure vestimentaire, les manières d'être et l'expression.

Ce qui importe dans le texte d'Elias, c'est qu'il invite à concevoir la mode dans une perspective historique plutôt qu'universelle, et d'autre part qu'il associe le goût pour la nouveauté caractéristique des sociétés modernes avec la fabrique des identités sociales. Pour nous, il s'agit d'observer la façon dont des adolescents – les individus singuliers d'Elias – prennent conscience de leur spécificité dans le mouvement même qui les oppose aux autres – – adultes, enfants, racistes, ceux qui n'aiment pas le style EMO, etc. – et dont ils s'affilient à des leaders qui leur fournissent un répertoire de traits identitaires – valeur, habit, parlure. Nous nous en tiendrons ici au répertoire langagier en nous intéressant à la façon dont appelants et animateurs emploient ou critiquent des façons de parlers qui s'écartent du français commun standard.

Mimétisme : de l'accommodation à la diffusion

Le second texte auquel il sera fait référence a été publié en 1895 par Gabriel Tarde, longtemps mal aimé de la sociologie avant d'être redécouvert par G. Deleuze – qui appréciait l'inventeur d'une micro-sociologie attentive aux forces agissantes du désir et des croyances. Dans *Les lois de l'imitation*, le groupe social est défini comme « une collection d'êtres en tant qu'ils sont en train de s'imiter entre eux ou en tant que, sans s'imiter actuellement, ils se ressemblent et que leurs traits communs sont des copies anciennes d'un même modèle » (1979. p. 73)[6]. Tarde invite donc à penser la façon dont se forme un collectif à partir d'une forme élémentaire de lien social, la relation qu'introduit l'imitation. Une page du même livre évoque le changement linguistique dans une perspective assez proche des démarches actuelles

[4] Tous ces corpus ont été rassemblés par des étudiants (ou par moi-même) dans le cadre de cours de sociolinguistique donnés à l'Université de la Sorbonne Nouvelle-Paris3. Je ne mentionnerai désormais que le nom du transcripteur lorsque le corpus est fourni par un étudiant. La transcription utilisée s'inspire largement des conventions du GARS : + : pause brève ; ++ : pause très longue ; /// : coupure dans la transcription du discours ; XXX : suite de syllabes inaudibles ; soulignement : énoncés qui se chevauchent. Cependant les changements d'intonation sont signalés par des signes de ponctuation (?, !, guillemets de citation) ; d'autre part, les élisions des éléments clitiques, qui sont de moins en moins marginales dans le français écrit, sont transcrites (j'me, t'as, etc.).

[5] Style d'un individu ou style d'un groupe. Voir à ce sujet, Branca-Rosoff, 2007.

[6] Voir Deleuze et Guattari, 1980.

de la sociolinguistique. Pour Tarde, le mécanisme à l'origine de la création de nouvelles variantes ne permet pas de comprendre l'évolution des langues. Les innovations sont – à l'exception des emprunts – le produit du système et donc répètent souvent des innovations antérieures[7]. Linguistes et sociolinguistiques devraient plutôt se pencher sur les mécanismes sociaux qui expliquent leur diffusion et leur triomphe éventuel :

> Les linguistes cherchent les lois qui leur paraissent devoir régler la formation et la transformation des langues. Mais jusqu'ici, ils n'ont pu formuler que des règles sujettes à de très nombreuses exceptions, en ce qui concerne le changement des sons (lois phonétiques), ou le changement des sens, l'acquisition de nouveaux mots par par la combinaison d'anciens radicaux, ou celle de nouvelles formes grammaticales par modification des formes anciennes, etc. Pourquoi ? Parce que, à vrai dire, l'imitation seule, et nullement l'invention est soumise à des lois proprement dites. (1895, éd. 1979, 154)

L'imitation elle-même repose sur les mécanismes psycho-sociologiques de la séduction – chacun imite ce qu'il admire – et du prestige. Pour qu'il y ait imitation il faut qu'il y ait différenciation linguistique et différence de désirabilité des formes linguistiques, ce qui renvoie aux processus grâce auxquels un innovateur répand tel ou tel trait, contribuant à constituer le groupe qu'il suppose.

Nous pouvons donc essayer d'observer ces phénomènes d'appropriation d'une forme par un groupe, parce que cette forme est devenue un signe chargé d'un sens social qui s'insère dans un système d'oppositions.

La perspective de Tarde oriente la recherche dans une direction sensible à la dimension active et interactive du discours. L'entreprise paraît presque impossible pour le passé, alors que le seul grand corpus disponible, *Frantext*, donne à voir des usages filtrés par l'écrit et enregistre avec retard et timidité les formes non normées des anonymes. Du moins de nos jours, on peut observer la façon dont des formes émergent de la marginalité parce qu'elles sont mobilisées sur des mediums qui favorisent leur large diffusion. C'est ce que nous essayons de faire en prenant comme terrain le canal très actif des émissions de libre antenne.

Encore faut-il articuler des observations locales et ce qui rend les énoncés possibles, par exemple, le dispositif même des émissions. D'autre part il faut faire intervenir les conditions sociales des modes de propagation des formes[8].

Du marché linguistique unifié de Bourdieu aux marchés segmentés de la société post-moderne

La notion de marché linguistique introduite par Pierre Bourdieu et Luc Boltanski en 1975 puis par P. Bourdieu en 1980 a été particulièrement importante pour la sociolinguistique car elle paraissait éclairer les raisons du désir d'imiter qui sinon restaient assez obscures. Bourdieu soulignait le rôle des jugements portés sur les usages : tout ce qui est dit, rappelait-t-il, reçoit une « valeur[9] » sociale.

> Toute situation linguistique fonctionne donc comme un marché sur lequel le locuteur place ses produits et le produit qu'il produit pour ce marché dépend de

[7] Les locuteurs prennent souvent pour des innovations des résurgences, ou des formes bien attestées dans d'autres lieux. A. Brun avait par exemple depuis longtemps souligné que la variation dialectale est souvent de l'archaïsme.
[8] En analyse du discours, on parle de « conditions de production », syntagme calqué sur l'expression marxiste de « conditions de production économiques ».
[9] *Valeur* est pris au sens marxiste du terme.

> l'anticipation qu'il a des prix que vont recevoir ses produits. (« Intervention au congrès de l'AFEF », reprise dans 1980)

P. Bourdieu a imposé aussi l'idée que le moteur du changement linguistique réside dans le besoin de distinction : l'élite de la société – qui fixe la valeur de ce qu'on dit – cherche en permanence à se différencier du reste de la société qui cherche en permanence à l'imiter. Les nouveautés se propagent donc du haut vers le bas, des classes dominantes vers les classes dominées[10]. Le premier Labov développe un modèle assez proche en insistant sur le consensus qui se fait autour des normes de prestige, alors même que les pratiques divergent.

Cependant, ce modèle holiste explique mal la résistance au langage de l'élite que chacun peut constater dans diverses contre-sociétés. Bourdieu a recours à la notion de marché franc, un marché de l'entre-soi, explique-t-il, régi par ses propres règles et dont les normes dominantes sont symboliquement exclues. La notion convient parfaitement à des micro-communautés fermées, fusionnelles, installées sur des territoires précis. Elle rend moins bien compte de la diffusion actuelle de certains traits du langage repérés d'abord dans les banlieues déshéritées puis diffusés à une large fraction de la jeunesse, ni, de façon plus générale, du rôle joué par l'adolescence dans les sociétés contemporaines caractérisées à la fois par l'allongement de la période de dépendance matérielle envers les adultes, et par le fait que cette catégorie est la cible d'une offre culturelle et économique spécifique.

Pénélope Eckert (2000) qui travaille dans la mouvance Bourdieu/Labov a cependant utilisé la notion de marché linguistique en l'appliquant aux adolescents (*adolescent linguistic market*). Mais son but est d'insister sur les différences de comportement entre les adolescents, différences qu'elle corrèle à l'origine sociale des élèves. Derrière la fausse unité d'un mot[11], on retrouve la lutte des classes. Pour le point qui nous intéresse, P. Bourdieu comme P. Eckert sous-estiment sans doute le rôle des communications de masse dans la définition des identités. La radio et la télévision ne développent-elles pas une conscience de groupe chez les adolescents qui suivent leurs émissions-jeunesse ? Une partie importante de cette classe d'âge adopte en tous les cas – au moins temporairement dans leurs interactions avec les animateurs – les traits langagiers non-standards, que renforcent les stars cathodiques. Dans la façon dont elle se répand, la mode paraît alors moins affaire de « distinction » que de recherche de nouveautés et d'affiliation. Au pluriel des identités correspondent sur le plan des formes linguistique, les propositions d'A. Berrendonner, M. Le Guern et G. Puech (1983) sur la nécessité de construire des grammaires polylectales ou l'insistance de G. Siouffi sur la pluralité des normes.

Le développement des radios privées a joué un rôle essentiel dans la constitution de ce répertoire qui emprunte – notamment via le rap – des éléments aux parlers des jeunes des banlieues déshéritées et en dégage les stéréotypes d'un parler générationnel[12]. En observant les comportements des animateurs et de leur public, nous pouvons découvrir la façon dont sont accueillies des formes considérées comme illégitimes, dont elles sont mobilisées pour produire en contexte des effets qui les rendent significatives.

2- Les communautés d'auditeurs

[10] Par ailleurs, l'élite est plutôt conservatrice : elle incarne peut-être la norme langagière, mais pas la mode.
[11] La jeunesse n'est qu'un mot, déclarait Bourdieu en 1984.
[12] Voir ce sujet H. Boyer 2001, S. Fagyal 2004 ou M. Candea ici-même.

La mode du langage jeune est adossée aux puissants moyens de diffusion de la culture de masse, en particulier les radios et aux nouvelles pratiques de sociabilité que ces radios ont inventées.

La radio d'Etat avait tout d'abord fortement contribué à unifier le français en direction du français standard. Cependant à partir de 1981, avec le phénomène de la privatisation, les chaînes ont commencé à s'adresser à des segments du public de plus en plus spécialisés. Pour séduire, elles essaient de parler à chaque « cible » le langage correspondant à la représentation qu'elles ont de ses attentes. Après 1992, sont apparues des radios visant spécifiquement les adolescents, caractérisées par l'importance prise par les émissions dites d'antenne libre et par les modèles de langue familière et par moment très grossière qui s'y développent. Le format habituel de ces émissions interactives est le suivant : un auditeur appelle pour exposer un problème et une équipe d'animateurs aidée des auditeurs répond. Des groupes de discussion éphémères se constituent ainsi. Par ailleurs, les animateurs lancent des thèmes de discussion qui concernent habituellement des comportements déviants, souvent sexuels. Toutes les chaînes promettent une liberté d'expression totale. Sur NRJ, qui est devenue la première émission de libre antenne francophone d'Europe, MikL a adopté le slogan « sans interdit », tandis que sur Skyrock, David Massard, alias Difool, annonce que l'émission a « Zéro limite » (Radio libre, de 21 heures à minuit. 96 FM à Paris), ce qu'on peut interpréter comme le respect absolu de la liberté d'expression ou comme une méthode de racolage, flattant le goût adolescent pour la provocation. En 2006, 306 000 jeunes âgés de treize ans et plus[13] se branchaient chaque soir sur Fun Radio. Skyrock, première sur cette tranche horaire, en attirait 827 000 ! Les émissions de libre antenne représentent désormais une forme importante de « langue publique ».

Les chaînes privées vivent de publicité. Comme le temps d'antenne est une marchandise dont le prix dépend de l'audience, elles doivent en permanence séduire leur public pour l'empêcher de migrer vers des chaînes concurrentes. Elles se livrent pour cela à un intense travail de construction d'un groupe d'auditeurs fidèles.

Même si aujourd'hui les différences s'estompent un peu, les radios ont d'abord cherché à se donner une identité musicale. Fun Radio à ses débuts défendait le rock alternatif, alors que Skyrock dont le public est plus populaire diffusait du rap et du raï. Leur définition passe aussi par un intense travail discursif qui met en jeu la situation de communication et les activités discursives valorisées par les chaînes. Selon une perspective constructiviste modérée, on considèrera ici que le discours participe de la construction d'une catégorie *jeune*, tout en reflétant les propriétés du contexte qui agit sur lui. On a affaire à un mouvement permanent d'action et de réaction, la situation sociale étant à la fois cause et effet de ce processus.

Les paramètres de la situation de communication radiophonique

Une temporalité contrainte

La grille des programmes, récurrente sur la semaine, garantit aux auditeurs un rendez-vous stable avec leur émission favorite, et ce rendez-vous régulier va rythmer leurs vies[14].

L'assignation des rôles

Les statuts respectifs des animateurs, de leur équipe et des auditeurs sont très asymétriques. Le succès des radios passe par le culte d'un leader, transformé en icône de la culture jeune.

[13] Même si ces émissions semblent s'adresser d'abord aux 14-16 ans, l'âge réel des auditeurs est sans doute à la fois moins et plus élevé.

[14] Voir H. Glevarec (2001) sur ce qu'il appelle le « moment adolescent ». Une radio comme skyrock a voulu prolonger sa diffusion par le Web : fin mai 2006, on recensait 4 800 000 Skyblogs (http://www.internetactu.net/2006/06/19/upfing06-le-phenomene-skyblogs/)

Les fans délirent sur ces stars cathodiques. Leur passion exclusive s'accompagne du rejet des concurrents :

> « Moi je vote MAURAD, MAURAD, MAURAD et encore MAURAD!!! Il est terrible ce keum, il déchire tout et pour moi c tou simplement le DIEU DE LA RADIO!!! Et arrèter de dire ke ceux ki l'écoute sont des ados attardés car moi j'ai 14.5 de moyenne général alors ke tous les soir je l'écoute et... tenez vous bien, quand je peux pas l'écouter j'enregistre son émission et je l'écoute en boucle le lendem1. Maurad je t'mmmmmmmmmm !!!! » [forum.hardware.fr/ Discussions/ Radio-Vous-etes-plutot-Max-Maurad-Difool -sujet-39725-3.htm - Posté par miss-maurad1, le 4-03-2005 à 19:26:58][15]

Au cours des émissions, l'élu surenchérit aussi plaisamment que possible sur l'enthousiasme des auditeurs qui le portent aux nues. Voici la façon dont Max renforce son *ethos préalable* (Amossy 1999, 154) en projetant une image associant idéologie du don qui fait de sa verve l'expression spontanée d'une humeur joyeuse et éthique du moindre effort (« et puis on travaille que trois heures ») qui le renvoie au refus des valeurs adultes du travail et du sérieux :

Mathilde :	ah ben je me demande toujours comment tu fais pa- pour parler euh dire tant de choses aussi vite quoi sans t'arrêter franchement ça me […] franchement bravo
Max :	ben non il y a pas de + il y a pas de mérite à ça c'est quand même un beau métier et puis on travaille que trois heures par jour donc
Mathilde :	non parce que dès fois j'écoeu- j'écoute les autres[16] pour me marrer deux secondes tu vois pour voir euh la différence eh ben franchement
Max :	ah c'est incomparable hein
Mathilde :	on voit la différence
Max :	oh ben non mais là c'est des torche-pisse
Mathilde :	c'est pas pour te mettre sur un piédestal mais quand même
Max :	si mais c'est bien quand même c'est + c'est + c'est +
Cauet:	ouais non mais t'as raison vas-y continue !
Mathilde :	on voit la différence
Max :	on sent la différence on sent comme c'est +
Mathilde :	c'est fou
Max :	on mélange les torchons et les serviettes hein ça c'est sûr (Fun Radio, 1/ 2005, tr. Belhassen)

L'adhésion forte à l'animateur préféré s'accompagne, non seulement du rejet de ses concurrents, mais aussi de l'opposition fréquente aux adultes et de la mise à l'écart de ceux qui sont trop petits. Ainsi, Florent est ridiculisé parce qu'il n'a rien à dévoiler, et parce qu'il ne parvient pas à répondre aux plaisanteries d'Arthur :

Arthur :	ah bon t'appelles juste pour qu'on choisisse ce qu'on va faire de toi ?
Florent :	voilà
Arthur :	ah ben + au revoir
Agnès :	(*rires*)
Arthur :	vous connaissez le principe de cette émission soit vous appelez parce que vous avez quelque chose à dire soit vous retournez chez votre mère + Florent tu l'embrasses pour nous ta maman ? (Fun Radio, 4/12/ 2000).

15 L'orthographe a été respectée.
16 Désignation des concurrents comme une entité globale « les autres ».

Le sentiment d'appartenir à un groupe est ainsi entretenu par les moqueries et la brusque dégradation d'une victime enfantine rejeté à l'extérieur du groupe, parce qu'elle ne sait pas riposter.

Cependant les animateurs cherchent à construire leur public comme une communauté adolescente. A côté de la forte personnalité du patron, les assistants installent une ambiance de joyeux bavardages entre copains. Pour les auditeurs, un des charmes des émissions est sans doute la présence de ces jeunes gens du même âge ou un peu plus âgés dont la caractéristique principale est l'absence de qualités particulières. Ils sont des semblables avec qui l'on cultive les codes de la proximité. L'aspect brouillon des prises de parole, les façons provocatrices et grossières sont une raison de les apprécier :

> Romano, lui il s'est imposé avec le temps. En gros, c'est le mec crade !!!! selon lui , il se lave pas, il ne sa rase pas, il rote, pete, il est radin. Il sort conneries sur conneries, ce fout de tout et se mets réguliérement le CSA a dos. Equipe de foot : AUXERRE Ca s'est la base (www.ciao.fr/Skyrock__Avis_725779)

A la limite, leurs défauts s'inversent en qualités, comme le montre ce paradoxal éloge insultant glané sur le blog d'un auditeur.

Le dispositif interactif des émissions

Le dispositif interactif de l'émission est sans cesse rappelé. Au cours de l'émission, l'auditeur sera régulièrement sollicité, chaque participation, y compris par le biais des SMS, faisant l'objet de commentaires approbateurs.

> Difool : 21 heures sur Sky salut tout le monde
> Tous : bonsoir
> Difool : bonsoir à tous bonsoir à toute l'équipe bonsoir à vous tous de toute la France vous pouvez nous appeler dès maintenant c'est au 01 53 40 30 20 + vendredi soir on va donc passer la soirée ensemble si vous avez besoin de nous si vous voulez faire les cons avec nous y a pas de problème vous savez qu'on est opé[17] jusqu'à minuit (Skyrock, 17/11/2006, tr. L. Berthes)

Toutes les radios jeunes cherchent à construire une relation de proximité avec leur public, ce qui passe par le choix du tutoiement, par les échanges de prénoms, par l'adoption d'un registre très familier. Le second trait caractéristique est le partage des émotions, en l'occurrence les émotions joyeuses, les fous-rires qui permettent de fusionner un court moment dans un groupe, et ont donc une forte fonction intégrante, cependant que le mélange attendu de « déconnade » et de témoignages sérieux autorise chacun à intervenir sans qu'il ait à faire montre d'une compétence quelconque.

La reconnaissance des normes

La participation des auditeurs suppose le respect de normes impératives. Cela apparaît dès que les règles sont violées, ce qui permet de s'intéresser à ce corpus en tant que corpus réflexif mettant en oeuvre ses propres ressources interprétatives.

[17] *Opé* signifie "opérationnels".

Normes interactionnelles

Les énoncés les plus récurrents concernent les rituels communicationnels :

Difool :	bonjour Stella
Stella :	euh donc en fait j'appelle c'est pour euh le problème
Difool :	mais bonjour espèce de jeune voyou là
Marie :	ho ho (*rires*) pas polie
Difool :	ça +
Stella :	comment
Difool :	on dit bonjour
Stella :	ah bonjour
Difool :	ah
Stella :	ben oui quand même
Difool :	tu es toute stressée Stella (*rire*) (Skyrock, 9/12/ 2004, tr. A. Abid).

D'autre part, il ne peut y avoir de libre-antenne si l'on ne protège pas la vie privée. Que ce soit en raison de ses convictions profondes ou parce que le CSA[18] veille, Difool est ainsi amené à exiger brutalement le respect de l'anonymat des gens évoqués à l'antenne :

Difool :	gros enculé Justin ça s'fait pas c'genre de trucs
Romano :	bien
Difool :	ah non parce que déjà pour eux c'est pas cool et puis pour nous c'est vraiment un truc d'enculé aussi ça s'fait pas
Justin :	allez personne connaît personne connaît
Difool :	non non moi j'ai pas envie de te parler maintenant
Marie :	voilà (*rire*)
Difool :	salut Justin ! non mais ça s'fait pas tu balances pas des potes comme ça c'est pas bien (Skyrock, 5/5/2008, tr. Garbacz)

Ainsi les émissions de libre-antenne comportent nécessairement une part d'instanciation ou de renforcement des normes qui sont les moyens propres à garantir la communication.

Activités partagées et valeurs

La notion sociolinguistique de communauté d'appartenance est aussi fondée sur les activités discursives partagées et les valeurs promues par les radios.

Les canulars et les témoignages sont les genres dominants dans ces programmes ; les appels des auditeurs concernent surtout les problèmes sexuels et des problèmes liés au racisme, à la drogue, au vol. Or, sont tournées en dérision les normes que des sociologues comme Goffman (1959) avait mises en avant[19]. Ce qui n'était confessé qu'au prêtre ou au psychanalyste – la masturbation, les relations homosexuelles, les disgrâces – est ici exposé à tous. L'animateur menace en permanence la « face négative » de l'auditeur par ses questions indiscrètes qui empiètent sur le « territoire » privé des auditeurs, invités à confesser en public ce qu'on est censé réserver à l'intimité :

[18] Créé par la loi du 17 janvier 1989, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) veille au respect de la loi par les diffuseurs de programme. Il a plusieurs fois mis en demeure la radio Skyrock de « ne plus diffuser de propos susceptibles de porter gravement atteinte à la dignité de la personne humaine et de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs ». En 2001, Skyrock a reçu plus d'un million de messages de soutien.

[19] Par ailleurs, la relecture de ce qui pour N. Elias constitue l'habitus de l'homme de cour (auto-contrôle rigoureux des affects, élévation du seuil de la pudeur, et forte différenciation entre la conduite publique et la conduite privée) permet de situer le travail de remise en cause de certaines normes de comportement, social comme langagier, auquel se livrent les animateurs et leurs auditeurs.

Difool: alors dis- nous Léa comment tu euh comment tu réagis par rapport à ça ? t'as eu quelqu'un dans ta vie qui était précoce ?
Léa: ouais bah en fait euh mon dernier copain il était un peu rapide quoi
Difool: c'est-à-dire ? c'est quoi rapide ? ça durait combien? (Skyrock, 5 2008, tr. Dahoumia et Taillade)

Cependant lors de ces exhibitions, les adolescents sont conduits à parler et surtout à écouter parler d'émotions, et à développer une amorce de réflexion en se confrontant à d'autres points de vue. L'animateur, qui commente les témoignages en direct, articule au récit d'expériences des jugements de valeurs qui maintiennent[20] ou déplacent des représentations sociales. Dans des émissions où reviennent souvent des questions inquiètes sur ce qui est une déviance, les répliques peuvent être agressivement formulées, les appelants peuvent être moqués, mais il n'y a pas d'exclusion sur le fond, ou de manifestation d'intolérance. Expériences de toutes sortes – ou fantasmes – ont le droit d'être évoqués. A la sévérité du refoulement se substituent la curiosité et le conseil de faire des expériences :

Justin : j'habite dans le Marais tu vois donc c'est un petit peu la tendance tu vois j'veux dire + mais genre en fait + ouais t'vois genre ils m'ont dit « y a des y a des choses dont j'sais pas » + tu vois dans on ++ moi j'suis moi j'suis tenté tu vois quand on me dit ça + genre XXX
Romano : et bah écoute essaie c'est c'qu'on nous dit sur SMS
Marie : ben oui hein comme ça tu verras bien
Difool : « qu'il s'fasse pêter l'cul qu'i(ls) + et après qu'i(ls) (*rires*) et qu'il leur foute la paix » j'crois que c'est quelqu'un qui parle de tes potes là
Romano : après tu peux choisir au moins
Marie : c'est clair
Difool : oui non mais fais-toi fais-toi un truc
Marie : mais quand on a envie d'un truc oui il vaut mieux essayer comme ça t'es fixé après hein
Difool : que est ce que t'en penses Marie toi qui es psychologiste[21] ?
Marie : ben ouais
Romano : toi t'essaierais Marie ?
Marie : moi j'essaierais ouais
Difool : o.k. ben voilà c'est le conseil de la Marie. (Skyrock, 18/5/2008 ; tr. Garbacz)

A travers les discussions se précisent les nouvelles normes, la nouvelle éthique du droit des individus à « essayer des trucs » au gré de leurs envies. Diffol résume ce mélange d'impudeur (« zéro limite ») et d'appel à l'entraide et à la tolérance (« total respect ») par le néologisme de *skysolidarité*, invention nominale qui veut donner une consistance imaginaire supplémentaire au réseau virtuel des auditeurs de Skyrock.

Ainsi se constitue le vif sentiment d'appartenir à une catégorie de « jeunes » qui va s'accompagner d'une harmonisation des façons de parler. Public et animateurs passent beaucoup de temps à ce travail langagier. Nous essayerons de distinguer ce qui appartient au style individuel de l'animateur, modèle désirable mais peu reproductible, et ce qui relève d'une stéréotypie de groupe.

[20] La misogynie de ces radios a souvent été soulignée. Les filles sont constamment l'objet de plaisanteries grossières et, selon le rapport de la commission Reiser sur l'image des femmes dans les médias remis en septembre 2008 à la Secrétaire d'Etat V Létard, NRJ et Skyrock n'accordent en libre antenne que 7% de temps de parole pour les femmes contre 93% pour les hommes. Fun radio parvient péniblement à 27%.
[21] Néologisme fréquemment utilisé par l'équipe.

3 - La construction langagière d'une mode jeune : surenchère stylistique et reprises du vocabulaire non standard

Fonctionnellement, les reprises de contenu manifestent l'écoute de l'interlocuteur pendant les échanges. Cependant, ces marques banales d'accommodation s'accompagnent de particularités énonciatives et rhétoriques.

Les reformulations ludiques et les styles individuels des animateurs

Souvent, les animateurs prennent l'initiative plus ou moins volontaire, plus ou moins inconsciente, de substituer des expressions non-standard à des formes banales. Ces substitutions s'opèrent à la faveur de reformulations, elles-mêmes normales dans des dialogues où il s'agit de montrer qu'on est à l'écoute. Par ailleurs, les reformulations posent le problème du partage entre le style individuel des animateurs et le style de groupe qui constitue la mode. Nous nous en tiendrons à deux exemples emblématiques, Max et Difool.

Max et le goût des formules : un modèle inimitable

De façon générale, Max apprécie les images et le jeu sur les expressions toutes faites. Il écarte la forme non marquée des auditeurs pour surenchérir avec des formulations qu'il juge plus divertissantes :

Agnès : et: moi je peux pas trop l'appeler parce que bah euh **j'ai pas j'ai pas d' crédit ou des trucs comme ça**
Max : c'est ça oui **t'es en compte débiteur toi**
Agnès : oui
Max : **t'as des problèmes avec ton banquier** c'est ça (Fun Radio, 17/1/2005, tr. Osorno)

Il cherche aussi des images un rien saugrenues, de préférence lorsqu'elles font allusion à des réalités inconvenantes, comme à propos de (ses) crottes de nez qu'il envoie par terre « tiens un petit ballon de foot pour fourmi », ou pour désamorcer toute sentimentalité « il a double ration de cul + comme à la cantine » (18-08-03, Branca).

Son fond de commerce préféré reste l'allusion équivoque. Il lui arrive d'ailleurs de commenter ses recettes stylistiques, comme lorsqu'il explique à un auditeur qu'il utilise les métaphores du tennis comme source d'allusions sexuelles pendant le tournoi de Roland Garros :

Max : tu vois c'est Roland Garros alors je te dis « faut pas **prendre par le manche** + le manche de la raquette » tu vois (27/5/2005)

Ces choix langagiers n'ont pas qu'une fonction humoristique. Ils dédramatisent ce dont il est question. Ainsi dans l'histoire de Greg, qui décrit l'enchaînement qui l'a mené du body building à une expérience homosexuelle, Max déverse un jargon sportif qui fait lourdement allusion au corps viril jusqu'à ce que Greg se mette à rire:

Max : […] eh bah voilà **on pousse de la fonte on fait des pecs on fait des développés couchés** voilà le résultat on se retrouve à +
Greg : voilà
Max : **à travailler les biceps et les triceps et les cuisses et les mollets eh ben voilà**
Greg : (*rires*) (Fun Radio, 31/1/2005, tr. L. Bernal)

Le public et l'équipe de Max apprécient son sens de l'improvisation :

Max [commentant une relation sans lendemain] : pour l'hygiène du gland et tout ça
Pauline (standardiste) : (*rires*)
Max : ça te fait rire
Pauline : pour l'hygiène du gland c'est nouveau (Fun Radio, 18/08/2003)

La diffusion de ces jeux de langage est cependant inexistante. Les reformulations de Max comportent trop d'innovations, sont trop imprévisibles, pour s'imposer de façon significative à tout le réseau des auditeurs. L'on retrouve seulement chez les appelants les mots et les expressions non-standard qui reviennent parce que, justement, ce ne sont pas des créations instantanées.

L'humeur grossière de Difool

Difool préfère appeler un chat un chat, cependant ses reformulations et l'accentuation de la voix ont la même fonction expressive que les images de Max. Ce sont des gestes de pointage qui invitent à prêter attention à la manière de dire.

On n'est pas loin de la doctrine scolaire du mot pittoresque, substitué à l'expression banale. Seulement ici, il s'agit d'emblématiser l'adieu au monde de l'enfance et l'entrée dans le groupe des jeunes au moyen de formules reprises sans déformation. Cédric se plaint que les vieilles dames de son quartier s'adressent toujours à lui pour lui demander des services, ce qui l'expose aux railleries. Toute l'équipe se livre à une surenchère à partir d'une plaisanterie rapportée par Cédric : « ouais tu vas draguer les vieilles » :

Difool : bah ouais ils t'prennent pour un gérontophile
Animateur : ouais mais bon
Difool : (un ; hein:)
Cédric : ouais genre « t'as vu on on passe à côté d'une maison de retraite »
Difool : (un ; hein)
Cédric : X parce qu'il y en a une dans mon quartier c'est « **ouais tu vas draguer les vieilles »**
Difool : voilà « **tu vas serrer là** »[22]
Cédric : et tout
Animateur : « ouais **y a de la meuf là** »
Romano : ouais « va- va draguer c'est pour toi »
Difool : ouais « va draguer »
Cédric : « ouais **y a de la bonnasse**[23] » (Skyrock, 25/5/2008, tr. Elsa Sanchez)

Le tempo rapide finit par entraîner Cédric qui se joint au groupe pour rire de son problème « y a de la bonnasse ».

Dans l'extrait suivant, un auditeur, Alexis, raconte avec gêne une première relation sexuelle ratée. Difool, introduit dans la narration une sorte de parenthèse stylistique où il reprend ce qui paraît in-énonçable ou plutôt qui reste au bord du dit. La grossièreté appuyée de la reformulation fait rire tout en rappelant que les pratiques sexuelles – et surtout la façon d'en parler – sont des enjeux dans la fabrication d'une culture jeune (cf. Branca-Rosoff 2007). Ici, à nouveau les mots emblématiques sont des expressions grossières bien attestées :

[22] Du sens propre, "serrer le vent au plus près", on passe au sens de "draguer". Sur ces expressions, voir T. Pagnier 2003.
23 *Bonasse* signifie "jolie fille".

Alexis : ben **j'l'ai fait** cet après midi justement
Difool : ah **tu l'as fait** cet après midi?
Romano : ah ben ça y est
Alexis : ouais mais bon voilà moi j'ai pas trop trop aimé quoi
Difool : comme on dit **t'as trempé le biscuit**
Romano : ouais c'est ça
Marie : mais non c'est moche comme expression ça
Difool : **tremper le biscuit** c'est mieux **mettre la bite** c'est pire non?
Marie : ouais ouais c'est pire
Difool : **bon t'as mis la bite** (Skyrock, 9/5/2006, tr. Karachialos)

Le retour au contexte montre que la violence des grossièretés est aussi à lire comme un moyen de lutte contre la honte et contre les tabous, supposés sans doute inhiber le jeune Alexis.

Cependant, parce qu'elle puise largement dans un répertoire déjà bien stabilisé dans le milieu « branché », l'équipe de Skyrock joue auprès des plus jeunes le rôle de professeurs de stylistique, répandant non la « variété » attribuée aux banlieues, mais les signes qui suffisent pour que des adolescents se reconnaissent en eux.

On notera aussi que les grossièretés – qui dominent – coexistent avec un vocabulaire savant, à formants grecs, ici *gérontophile,* dont les connotations renvoient à la psychologie[24]. Le parler jeune des radios n'est pas unitaire mais composite. Il invite à prendre la mesure des mélanges et de la confusion des registres traditionnels dans des sociétés où la scolarité obligatoire se prolonge jusqu'à seize ans.

La reprise des expressions non-standards du public

Les expressions non-standards des radios jeunes sont déjà connues d'une partie du public et certains auditeurs les emploient lorsqu'ils téléphonent. En les répétant de façon insistante, les animateurs permettent à un auditoire plus vaste de se les approprier comme des façons de s'exprimer inhérentes à son appartenance générationnelle.

On pourrait analyser leurs façons de faire avec la théorie psychosociologique de l'accommodation à l'autre (*cf.* Giles *et alii* 1991). Selon ces auteurs, pour amener son interlocuteur à évaluer favorablement l'interaction, un individu réduit les différences linguistiques qui le séparent de lui. En reproduisant, par exemple, le mot *emballer*, l'équipe de Fun Radio s'adapterait à Myriam selon un processus primaire, quasi spontané, présent dans les interactions les plus banales :

Myriam : ben on a dansé : **on s'est emballé(es)**[25]
Max : oh putain: carrément tu vois comment c'est chaud Anthony hein
Manu (assistant): **vous vous êtes emballés des cadeaux**
Anthony : ouais
Max : putain ça va vite hein non mais ça va ça va très vite hein un petit : j'ai peut-être une petite[1] musique style la Loco du jeudi soir comme ça tu vas vraiment être dans l'ambiance d'accord tu vas te sentir mieux comme ça […]
Max : alors raconte-nous alors donc le le qu'est-ce qui s'est passé **vous vous êtes emballés sur la piste**
Myriam : ouais voilà tranquille […]

[24] Ce vocabulaire très présent dans ces émissions est facilement détourné à des fins ludiques. Une chanson de Bernard Joyet, parue sous le titre *Gérontophile* a peut-être contribué à populariser cet emploi. Par ailleurs, on entend souvent *parano, mytho(mane), psy, psycho(ter), hyperactif,* etc.

[25] A. Rey et J. Cellard signalent le sens de "séduire", mais en le réservant à la femme qui séduit un homme. Ici, il s'agit plutôt "d'échanger des baisers".

Max : son copain il lui a dit « eh attends **la meuf que t'as emballée** » l'autre il dit XXX à moitié X genre « laisse tomber je m'en fous je vais me coucher je suis crevé » ha ha ha genre « on verra ça demain » genre « la meuf qui va attendre toute la journée dans la discothèque c'est ça attendre que son mec vienne la récupérer[5] » alors tu es malheureuse: ma petite[1] Myriam (Fun Radio, 1/2001, tr. Amode)

Le fait que ces échanges aient lieu devant des milliers d'auditeurs attentifs distingue toutefois les échanges ordinaires et les échanges des radios libres qui sont théâtralisés en permanence. Il n'y a pas simple ajustement à l'autre lorsque Manu joue sur le verbe *emballer* qu'il remotive grâce à l'équivoque sur *cadeaux* ou lorsque Max insiste en inventant le discours que tient le copain… L'expression est en fait re-présentée plutôt qu'imitée par accommodation.

Ainsi, la plupart du temps, les mots à la mode ne sont pas donnés comme « allant de soi ». L'emphase, le travail de reformulation, les rires, les commentaires métalinguistiques montrent qu'ils gardent une « saillance » qui en fait des emblèmes. Pour reprendre l'expression de W. Labov, ils ne sont pas donnés comme de simples indicateurs. Ils fonctionnent toujours comme des stéréotypes sociaux produisant des effets remarquables.

4- Quel bilan

Un premier dépouillement

Au-delà des différences entre le style à clichés retournés de Max et le style cru de Difool, on voudrait préciser les zones du français concernées par la mode des radios jeunes à partir du dépouillement d'une trentaine d'enregistrements réalisés par des étudiants et de trois heures d'émission de Skyrock et de Fun radio du18/8/03, ainsi qu'à partir du mémoire de L. Berthes (2007).

Aucun des journalistes n'a adopté des traits phonologiques ou des intonations propres aux banlieues (Fagyal 2005, Candea ici-même). Tout au plus peut-on noter que les appelants de Skyrock présentent souvent des traits spécifiques comme la postériorisation de [a] ou le rythme haché, alors que les auditeurs de Fun ont rarement cet accent.

La morphosyntaxe est familière, mais banale. Ainsi, ce sont seulement quelques mots verlanisés qui entraînent l'abandon des conjugaisons : dans l'inventaire du 18/8/03, *il me fait yèche* (chier), *la peur de se faire tèj* (jeter). Max et Difool ne prennent pas au français avancé la plupart de ses innovations. Ils sont simplement sensibles à des extensions dans les constructions des verbes, liées à des constructions phraséologiques. Le 18/8/03, Max emploie par exemple, l'expression évaluative « ça le fait ».

Deux changements de catégories apparaissent, mais ils sont très répandus : un auditeur de Fun radio déclare « on se voyait grave » ; Difool utilise *total* comme un adverbe dans « exclu total » et un auditeur emploie *trop* pour "très" (« il l'adore trop »).

Le choix du registre jeune passe essentiellement par le lexique, ce qui est conforme aux sentiments des locuteurs pour qui « les changements les plus perceptibles dans la langue concernent les mots et leurs significations » (Posner 1997 : 143, citée dans Fagyal 2005). En français, de plus, l'existence de véritables doublets, l'un de registre haut, l'autre de registre bas, favorise l'attention particulière portée au lexique (Lodge 1992).

Tantôt, les animateurs et leur public recyclent des variantes argotiques anciennes, actuellement bien attestées[26] en banlieue comme *tise* pour "alcool", (Difool

[26] Faute de mieux, on renverra au *Dictionnaire de la Zone*, rédigé par un auteur anonyme qui signe Cobra le Cynique et qui enrichit régulièrement sa base de données à partir de suggestions d'internautes.

18.8.03) *daron(ne)(s)*, pour “père, mère”, présents chez les deux animateurs ou *tremper le biscuit* cité plus haut et décrit par Alain Rey et Sophie Chantreau (2003) comme une évolution de l'ancienne expression *tremper son pain au pot*, tour qui se trouve déjà chez Rabelais.

Tantôt ils emploient des procédés formels comme les troncations ou les resuffixations, éventuellement pour parodier leur propre inculture (la *psychologiste* de Difool pour “psychologue”) ou par jeu rhétorique en utilisant des dérivations issues de la même base[27] :

> Fabien : nan c’est qu’en fait je **bouge** tout le temps euh: j’ai beaucoup de problèmes de bouge-a- euh je bouge: euh j’ai des problèmes
> Sami: de **bougeage**
> Difool : t’as la boug- la **bougi-**
> Romano : la **bougie** +
> Marie : la **bougeotte**
> Difool : la **bougite** (*rires*)[28] oui c’est ça
> Sami: t’es quoi t’es hyperactif (Skyrock , 17.11.06, tr. Léa Berthes)

Skyrock et Fun Radio font quelques emprunts aux langues étrangères ; les anglicismes sont cependant plus fréquents chez Max. Ainsi, on relève le 18/8/03 :

> *Bad* : “mauvais” ; *clasher* (se) : “avoir un conflit” ; *être à la cool* : “prendre son temps” ; *être love* ou *faire le lover* : “être amoureux” ; *être speed* : “être pressé”.

Ce même soir, Difool n’a employé aucun anglicisme et un seul appelant a produit :

> J’adore qu’on me tripote les steacks

Les mots d’origine arabe sont peu nombreux, à l’exception du banal *kiffer*. Dans les émissions de Skyrock, il y en a un peu plus ainsi *zaraf*, “énervé”, de l'arabe *zâaf*, “colère” ; et surtout *wesh*, “salut”, dont nous avons vu qu’il était attribué emblématiquement à Difool.

Les mots d’origine gitane sont encore plus rares. Il n’y en a aucun le 18.8.03 et un seul apparaît dans les corpus rassemblés par les étudiants :

> *Gadjo* : “garcon” (Skyrock, 1.5.08, tr. Delay)

Le plus caractéristique reste d’une part la forte présence du verlan, même s’il s’agit d’un inventaire fermé, d’autre part le goût pour les néologismes sémantiques et les expressions non standard.

Au cours de l’émission du 18/8/03, Max et ses auditeurs emploient : *chelou*, “louche, bizarre ; *Ouf*, “fou ”; *relou*, “lourd” ; *(super) teubé*,“bête” ; *vénère*,“énervé” ; *il me fait yèche*, “chier”. Chez Difool ce même soir, on entend aussi *chelou* et *relou* qui apparaissent comme de véritables tics de langage. On entend aussi *oinj*, “joint” et *se faire tèj*, “jeter”. Même si une observation longitudinale montre, comme le note M.C. Fiévet (2007), que le public de Skyrock a davantage recours au verlan, l’opposition est loin d’être radicale.

Les autres mots présents dans les corpus relevés par les étudiants sont eux aussi presque tous lexicalisés. Par exemple, *arb*, *zarbi*, “bizarre” ; *aps* “pas” ; *béton*, “tomber” ; *caillera* “racaille” ; *chanmé* “méchant” ; *cheum*, “moche” ; *pécho* “choper (une fille)” ; *feumeu*: (verlan de *meuf*) “femme” ; *foncedé*, “défoncé” ; *keum*, keumé, “mec, garçon” *zik(mu)*, “musique”.

---

[27] L’isolexisme de la tradition rhétorique est mis ici au service de la néologie.

[28] Certes, les animateurs apprennent aux auditeurs à fabriquer des mots plus librement qu’auparavant, mais le jeu reste « marqué » et le résultat suscite immédiatement les rires de l’équipe.

Les néologismes sémantiques et les expressions figées qui reviennent fréquemment[29] sont également des classiques du langage argotique. L'animateur capte des mots déjà répandus, et en accélère la diffusion. Voici deux exemples :

> *Être en chien*, "Manquer de, avoir envie de" (ex : « j'ai j'(ai, avais) pas de meuf depuis à peu près euh deux mois et j'étais un peu en chien quoi » (Skyrock, 17.11.06, tr. Léa Berthes)
>
> *Etre au taquet*, "être au maximum, ici être trop pressé d'aboutir" (ex : « non mais faut pas être trop au taquet, sinon la nana tu vas jamais l'avoir » (Skyrock, 30.4.2008, tr. Jeremenko)

Pendant la soirée du 18.08.03, Max s'amuse à jurer « sur la tête de [sa] mère », alors que les études sur la banlieue font de ce trait un stéréotype des variétés arabes.

Ainsi, les deux radios sont relativement homogènes dans la promotion qu'elles font d'éléments emblématiques des parlers jeunes, même si Skyrock s'affiche davantage comme une radio populaire. Par ailleurs, l'usage des stéréotypes dépasse les clivages sociaux. Le 18.08.03, c'est un élève préparant sciences-po qui emploie en quelques minutes : « on se voyait grave… on s'est embrouillés… il me fait yèche… je m'vénère », sans doute parce que téléphonant à Max, il se met en scène comme « jeune », ce qui passe par l'adoption de mots disponibles pour tous les auditeurs.

La mode des radios- jeunes et le changement linguistique

En raison de son fort marquage, le vocabulaire jeune restera sans doute un phénomène de mode passager. En 2008, il paraît lié à une brève étape de la vie. De plus, et même pendant leur adolescence, les auditeurs des radios jeunes sont définis par leurs multi-appartenances. Ce ne sont pas seulement des fans de Skyrock. La plupart sont des élèves ; beaucoup vivent en famille, et ils ont accumulé une pluralité de compétences qu'ils peuvent activer dans des contextes bien séparés les uns des autres. Ils réservent vraisemblablement grossièreté et stéréotypes du parler à la mode aux moments de *délire* sur l'antenne ou entre copains. Il faudrait en tous les cas pouvoir suivre les mêmes acteurs sur des scènes différentes pour conclure à la stabilisation de nouvelles habitudes qui basculeraient d'une norme locale à un usage pensé comme commun.

La rivalité des radios commerciales pousse aussi à parier sur le caractère éphémère des usages marqués liés à cette pratique spécifique. A la radio, les animateurs luttent pour s'imposer dans un champ encombré. Ceux d'aujourd'hui ont trouvé dans quelques mots de la banlieue de quoi s'imposer, mais leur style tombera nécessairement en désuétude car la mode est par définition dynamique. Elle repose sur la saillance qu'entraîne la rupture avec les conventions. Or, dès qu'un usage a du succès, il s'émousse et ne joue plus son rôle. On peut donc supposer que peu de termes vont se maintenir (sans qu'on puisse prévoir lesquels) et que la plupart vont disparaître, comme ont disparu bien des mots et des expressions des Précieuses au XVIIe siècle et du poissard au XVIIIe siècle.

Donner un visage public à un « langage privé »

Il est indéniable cependant (mais c'est une tendance plus longue) qu'a reculé sur le plan des formes linguistiques l'opposition tranchée entre la syntaxe soutenue seule autorisée dans la sphère publique et les tours de l'oral familier, réservés naguères, soit à l'intimité, soit aux populations marginales des banlieues les plus reléguées. Cette évolution est portée par les

[29] Max est plus inventif, ou du moins il est perçu comme tel.

professionnels des médias – les journalistes politiques qui favorisent le modèle informel du débat comme les animateurs des émissions de libre antenne qui encouragent la conversation très familière entre adolescents, y compris et surtout pour traiter de choses sérieuses.

Mais peut-on parler de mode pour l'emploi d'un registre familier en situation publique ? Les tours syntaxiques, les relatives fautives, l'usage massif des constructions segmentées, des présentatifs… ne font pas l'objet de commentaires métalinguistiques dans les émissions pour les jeunes, ne déclenchent pas de rires et ne semblent pas frapper les oreilles des assistants, qui les emploient comme des ressources normales. Au-delà des mots crus des émissions, cette montée peu visible de la syntaxe familière dans l'espace public constitue peut-être l'amorce d'un véritable changement linguistique.

Références

ACHARD, P. (1993), *La sociologie du langage*, Paris : P.U.F., coll. Que sais-je ?

AMOSSY, R. (1999), « Au carrefour des disciplines », Ruth Amossy (ed.), *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*, Lausanne, Delachaux-Niestlé.

BERRENDONNER, A., LE GUERN, M., PUECH, G. (1983), *Principes de grammaire polylectale*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon.

BERTHES, L. (2007), *Le langage des jeunes dans deux émissions de libre antenne : un genre complexe, étude comparée des libres antennes de radios Skyrock et Le Mouv*, Mémoire de Master 2 Recherche en linguistique sous la direction de Sonia Branca-Rosoff, Université Paris 3-Sorbonne nouvelle.

BOURDIEU, P. et BOLTANSKI, L. (1975), « Le fétichisme de la langue », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. I, no 4, juillet, p. 2-32.

BOURDIEU, P. (1980), *Questions de sociologie*, Paris, Editions de Minuit.

— (1983), « Vous avez dit "populaire"? », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* n° 46.

— (1984), *Questions de sociologie*, Paris, Éditions de Minuit, (éd.
1992).

BOYER, H. (2001), « Le français des jeunes vécu/vu par les étudiants. Enquêtes à Montpellier, Paris, Lille », *Langage et Société* n°95, p. 75-87.

BRANCA-ROSOFF, S. (2007), « Normes et genres de discours. Le cas des émissions de libre antenne sur les radios jeunes », *Langage et société* n° 119 "Les normes pratiques ", p. 110-129.

— (2007), « Des styles littéraires aux pratiques langagières ordinaires », *Pratiques* n° 135-136, p. 74-90.

BRUN, A. (1931), *Le français de Marseille. Etude de parler régional*, Aix-en-Provence, Bibliothèque de l'Institut historique de Provence ; 10.

BULOT, T. éd. (2004), *Les Cahiers de sociolinguistique* n° 9, "Les parlers jeunes. Pratiques urbaines et sociales", http://www.uhb.fr/alc/erellif/credilif/Cahiers%20de%20
Sociolinguistique%209.pdf

BULOT, T., CAUBET, D., MILLER, C. (2004), « Introduction. Parlers jeunes et jeunes urbains : le nécessaire inventaire », dans *Parlers jeunes, Ici et Là-bas (Pratiques et représentations)*, Paris, L'Harmattan, p. 7-16.

CHARAUDEAU, P. (2005), « Tiers, où es-tu ? À propos du tiers du discours » *in* Charaudeau et R. Montes, *La voix cachée du tiers. Des non-dits du discours*.

COBRA-LE-CYNIQUE, *Dictionnaire de la Zone*, (www.dictionnairedelazone.fr).

DEBRAY, R. (2000), *Introduction à la médiologie*, Paris : PUF.

DELEUZE, G. et GUATTARI, F. (1980), *Mille plateaux*, Ed de Minuit.

DUBET, F. (2002), Le *Déclin* de l'*institution*, Paris, Seuil.

DURKHEIM, E. ([1894, 1999]), *Les règles de la méthode sociologique*, Paris, Flammarion.

ECKERT, P. (1999), *Linguistic variation as Social Practice. The linguistic Construction of Identity in Belten High*, Stanford Université, Blackwell.

ELIAS, N. ([1937, 1987], tr. 1991), La *Société des individus*, Paris, Éditions Fayard

FAGYAL, Z. (2004), « Action des médias et interactions entre jeunes dans une banlieue ouvrière de Paris. Remarques sur l'innovation lexicale », *Les Cahiers de sociolinguistique* n° 9, "Les parlers jeunes. Pratiques urbaines et sociales",

FIEVET, A.-C. (2007), « Le français contemporain des cités dans les émissions des radios jeunes », *Adolescence. L'esprit du temps*, 59/1, 125-131.

GLEVAREC, H. (2005), *Libre antenne*, Paris, INA-Armand Colin.

GILES, H., COUPLAND, N. et COUPLAND, J. (1991), « Accommodation theory: communication, context, and consequence », In H. Giles, N. Coupland and J. Coupland, (eds.). *Contexts of accommodation: developments in applied sociolinguistics*. Cambridge: Cambridge University Press. (Studies in emotion and social interaction). 1-68.

GOFFMAN, E. (1959 tr fçse 1973), *La mise en scène de la vie quotidienne*, t.1 "La présentation de soi", Paris, éd de Minuit.

— (1981), *Forms of talk*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press.

GOUDAILLIER, J.-P. (1997 et 1997a [2001]), *Comment tu tchatches ! Dictionnaire du français contemporain des cités*, Paris, Maisonneuve et Larose.

HABERMAS, J. (1962, tr. fçse 1978), *L'espace* public, Paris, Payot.

JEANNENAY, J.-N. (1996), *Une histoire des médias des origines à nos jours*, Paris, Seuil, (rééd. 2000, Points-Seuil).

KÖNIG, R. (1969), *Sociologie de la mode*, Paris, Payot.

LAHIRE, B. (1998), *L'Homme pluriel : Les ressorts de l'action*, Nathan, coll. "Essais & Recherches"

LEDEGEN, G. (2001), « Les "parlers jeunes" salaziens dans l'évolution de la diglossie réunionnaise, à la lumière de l'urbanisation », *Cahiers de Sociolinguistique* n°6, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 111-128.

LIPOVETSKY, G. (1987), *L'empire de l'éphémère. La* mode *et son destin dans les sociétés modernes*, Paris, Gallimard.

LODGE, A. (1992), « Le vocabulaire non-standard suivant les perceptions des locuteurs français actuels », *Grammaire des fautes et français non conventionnels* (Etudes et documents en histoire de la langue française), p. 341-354, Paris ENS.

MAGAUD, V. (2005), « Modes d'appropriation topiques et structuration d'un genre : la consultation psychologique radiophonique », *Marges linguistiques*, n° 9.

PAGNIER, T. (2003), « D'une théorisation de l'espace linguistique des "cités" à l'analyse lexicologique des dénominations de la femme », dans *Marges linguistiques* n°6.

POSNER, R. (1997), *Linguistic change in French*, Oxford, Clarendon Press.

REY, A. et CELLARD, J. (1991), *Le Dictionnaire du français non conventionnel*, Paris, Le Robert.

REY, A. et CHANTREAU, D. (2003), *Dictionnaire des expressions et locutions*, Paris, Le Robert .

ROSSI, M. (2007), « "Est-ce du bon français ? Sûrement pas. Mais je l'ai entendu !" Images et usages du français dans les émissions radiophoniques » dans E. Galazzi et C. Molinari, *Les français en émergence*, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien, Peter Lang.

SIOUFFI, G. & STEUCKARDT, A., (2007), *Les linguistes et la norme. Aspects normatifs du discours linguistique*, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien, Peter Lang.

TARDE (de), G. (1895 2e éd., réimpr. 1979), *Les lois de l'imitation. Etude sociologique. Présentation de Raymond Boudon*, Paris-Genève, Slatkine.

VINCENT, D. (2005), « Analyse conversationnelle, analyse du discours et interprétation des discours sociaux : le cas de la trash radio », *Marges linguistiques* n° 9.