

## CHAPITRE I

### INTRODUCTION

#### A. État de lieux

Dans le domaine social, il est indéniable que la communication joue un rôle important dans les interactions; cette communication requiert également des compétences linguistiques qui puissent être adaptées aux conditions environnementales actuelles. La Langue Familiale comporte plusieurs classes distinctes qui affectent également les conditions sociales existantes. L'utilisation de cours de la langue se présente également sous forme d'écriture sous forme de magazines, publicités, manuels, romans, bandes dessinées et autres.

L'utilisation de la langue dans certaines conditions peut affecter le sens de la livraison. Comprendre la langue et la société n'est pas libre, car la langue ne peut être comprise que si les locuteurs sont impliqués dans l'interprétation de la forme linguistique produite ensemble (Wardough, 1988). On peut dire que la langue est un outil de communication où son utilisation a été convenue et comprise ensemble.

Lorsque nous apprenons le français, nous entendons souvent de nouveaux mots dans des langues nouvellement reconnues. Très utile pour apprendre à les connaître lors d'une conversation avec un francophone ou pour comprendre des films, des publicités ou des chansons.

Par exemple, nous comprendrons rapidement très vite le mot "livre", mais au fur et à mesure que nous apprendrons le français, nous saurons qu'il existe un autre vocabulaire "bouquin" qui a le même sens.

Nous avons besoin de connaître un vocabulaire qui a le même sens mais différents types de la langue. Nous devons donc connaître les erreurs courantes pour éviter de mal comprendre le sens du français qui possède un type de La Langue Familière grâce à l'analyse des caractéristiques du vocabulaire utilisées.

Lors de sa livraison, l'annonce parlera le vocabulaire familier des la langues, très largement utilisé en français. Les éléments associés sont des éléments de sélection de la la langue qui sont facilement transmis. Dans la division des types en indonésien, à savoir la la langue standard et non standard.

De nombreuses personnes ne comprennent pas le sens de la diffusion d'annonces publicitaires sous forme de dépliants papier ou de vidéos qui peuvent sembler incompréhensibles pour elles, de sorte qu'elles interprètent d'autres sens.

En usage, La Langue Familière est une liste de la langues familiers dans un environnement social et très conviviaux mais non triviaux. Les langues familiales peuvent jouer à des jeux sociaux (Laurence-Lola Devolder; 2007). Le point ici est que les langues familiales peuvent être facilement comprises par beaucoup de personnes et peuvent même avoir un impact important, de sorte qu'un domaine peut souvent utiliser des langues familiales parce qu'elles sont facilement comprises et deviennent un type de la langue très familier au grand public.

est largement utilisé dans les publicités car il convient parfaitement à la diffusion de contenu publicitaire dans des styles linguistiques facilement acceptés

par le grand public. Mais en général, Les chercheurs ont seulement déclaré que les annonces publicitaires diffusées utilisaient généralement l'argot (jargon) ou le français, y compris le type de vocabulaire «la langue populaire».

En outre, beaucoup d'entre nous utilisent encore souvent la langue courante dans le cadre de l'interprétation d'une langue, même si la langue habituellement utilisée au quotidien est plus souvent une la langue familiale. Cependant, beaucoup d'entre nous ne sont toujours pas en mesure de distinguer le type de la langue la langue commune avec La Langue Familiale .

La langue courante Selon (bendieb aberkane mehdi: 42) "Le registre courant (appelé aussi " correct "ou" standard ") correspond au la langue considéré comme correct et toute circonstance; this registre is the registration registration privileges at the school and ordinairement used to the use, il nous sert de repère pour définir les autres inscriptions. On retrouve l'enregistrement «courant» chez les professeurs, chez les journalistes, dans les correspondances, dans la vie professionnelle, etc. ».la langue courante fait partie de notre de la langue quotidien, mais elle est habituée à un niveau plus poli, comme parler à une personne plus âgée ou à une personne que vous ne connaissez pas.

Voici les caractéristiques de la langue courante:

- Un vocabulaire qui correspond à un dictionnaire ordinaire (des mots compris par tout le monde et qui semblent neutres, ce qui signifie qu'ils ne sont pas trop recherchés).
- Une syntaxe correcte avec des phrases parfois complexes, les règles de grammaire principales sont respectées.

- Les phrases sont bien construites, mais sans recherche de style.

Exemple: il a acheté une belle voiture.

(il a acheté une bonne voiture).

La langue courante est une langue au moins marquée par une situation de communication, n'attire pas l'attention et fournit une grammaire française correcte

Alors qu'une Langue Familiale est utilisée verbalement avec des amis ou des parents plus familiers, la langue est détendue, avec un vocabulaire irrégulier, rugueux et vulgaire.

L'utilisation de Langue Familiale familier et de courant a en commun que l'on utilise généralement pour parler (moral) alors que la différence est que La Langue Familiale est habituellement utilisée pour parler à des amis ou à des collègues. L'utilisation de la langue courant est généralement utilisée pour parler à des personnes que nous connaissons et qui sont très polies; son domaine de travail est l'établissement d'écoles de travail et les relations sociales environnantes.

Exemple de la différence entre La Langue Familiale courant et La Langue Familiale familier dans la phrase suivante:

a. <sup>1</sup>Mes goddases elles brillent. <sup>2</sup>Faut re que j'les ai bien ciréess (la langggae familier).

1. Grammatical irrégulier, et le mot "goddases" a un sens qui est un bel article.

2. Irrégularité grammaticale et le vocabulaire "cirées" a le sens de polonais.

b. Mes chaussures sont brillent. Je dit que je suis là bien. (après passage à langggage courant).

Comme d'exemple ci-dessus, on peut dire que nous sommes capables d'interpréter une phrase si nous comprenons son contexte, il est donc nécessaire de connaître le sens en comprenant les caractéristiques d'une Langue Familère .

Les étudiants français peuvent connaître chaque type de caractéristiques du "Registre de la langue", de sorte qu'il n'est pas difficile de comprendre les phrases en français, en particulier les phrases fournies par des annonces. L'objet utilisé est une publicité commerciale sur l'enseignement à distance en France (Centre National d'Enseignement à Distance) dans la diffusion de la langue utilisée dans l'annonce. Il existe également de nombreuses la langues familiales, bien qu'il s'agisse d'un film vidéo formel dédié à l'apprentissage. Et également dans cette étude l'objet a été pris dans l'année de sortie 2018 dans laquelle il y avait 11 vidéos.

### **B. Identification du Problème**

Sur la base du contexte décrit, les problèmes suivants peuvent être identifiés:

1. La langue est utilisée différent conditions.
2. La détermination de la langue peut être vue dans les conditions qui se produisent.
3. En français, il existe beacoup des vocabulaires ou phrases difficiles.

4. Dans les publicités, il y a beaucoup de vocabulaire ou des phrases de la langue familière.
5. La langue courante est un type de la langue qui n'est pas marqué par une situation de communication.
6. La compréhension de La Langue Familière est minime dans les cours de la class d'extension de La section française à l'Université de Medan.
7. les étudiants ne peuvent pas comprendre de la phrase ou le vocabulaire dans la Langue Familière d'après des publicités.

### **C. Formulation du problème**

1. Quelles sont les caractéristiques de la Langue Familière dans les publicités du CNED (Centre national d'enseignement à distance)?
2. Quelles sont les éléments importants qui doivent accentuer de la Langue Familière dans les Publicités du CNED?

### **D. Limitation des problèmes**

Les limitation de problèmes sont les caractéristiques des langues familiers que utilisées dans les publicités du CNED (Centre National d'Enseignement à Distance) et les éléments importants qui doivent accentuer de la Langue Familière dans la Publicité du CNED.

### **E. Objectifs de recherche**

Le but de cette recherche est trouvé les caractéristiques d'une Langue Familière dans les publicités du CNED (Centre National d'Enseignement à

Distance) et trouver les éléments importants qui doivent accentuer de la Langue Familiale dans les publicités du CNED.

## **F. Avantages de la recherche**

### **1. En Théorie**

Cette recherche devrait apporter une valeur ajoutée (contribution) aux efforts visant à développer les connaissances sur les caractéristiques des langues familières utilisés dans les publicités du Centre national d'enseignement à distance (CNED) et à pouvoir distinguer la langue familière et la langue courante.

### **2. En Pratiquement**

#### **2.1 pour les écrivains**

1. Pour réussir le programme de d'apprentissage.
2. Obtenir plus de connaissances en termes de linguistique orale et de compréhension à partir des recherches effectuées.
3. Trouver des solutions aux obstacles auxquels les auditeurs sont souvent confrontés dans l'apprentissage du français.

#### **2.2 Pour les lecteurs**

1. Comme référence pour des recherches d'apprentissage.
2. Ajouter plus de connaissances et peut être réalisé.
3. Trouver des solutions aux obstacles pouvant être rencontrés dans l'apprentissage du français, notamment la compréhension orale.

### 2.3 Pour les institutions

1. Collection de référence de la recherche des étudiants

2. Collection de recherches dans la bibliothèque

d. Pour le grand public

1. Peut être utilisé comme référence pour ceux qui sont intéressés à approfondir la branche de la morphologie, en particulier le français.

2. Diffuser des informations sous forme d'abonnements familiaux à des publicités française CNED (Centre National d'Enseignement à Distance).

