

RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique Université
Dr Moulay Tahar de Saïda
Faculté des Lettres, des Langues, et des Arts Département des lettres et langue
française



Mémoire de Master

Spécialité : sciences du langage

Thème

Le rôle de Facebook dans la promotion du roman « Pour l'amour d'Elena » de Yasmina Khadra

Dirigé par :

Pr. OUARDI Brahim

Présenté par :

-MEDOUDI Rachid

Devant le jury composé de :

- Mme. BOUHADJAR

-M. OULDSAID Abdelkrim

-Pr. OUARDI Brahim

Présidente

Examineur

Rapporteur

Année universitaire
2021-2022

RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique Université
Dr Moulay Tahar de Saïda
Faculté des Lettres, des Langues, et des Arts Département des lettres et langue
française



Mémoire de Master

Spécialité : sciences du langage

Thème

Le rôle de Facebook dans la promotion du roman « Pour l'amour d'Elena » de Yasmina Khadra

Dirigé par :

Pr. OUARDI Brahim

Présenté par :

-MEDOUDI Rachid

Devant le jury composé de :

- Mme. BOUHADJAR

-M. OULDSAID Abdelkrim

-Pr. OUARDI Brahim

Présidente

Examineur

Rapporteur

Année universitaire

2021-2022

Remerciements

Merci d'abord à Allah de m'avoir donné le courage et la volonté d'accomplir ce travail de recherche.

Une de mes pensées fortes envers mon directeur de recherche Pr. OUARDI pour son encadrement scientifique et pédagogique lesquels j'ai bénéficié de ses suppositions idées, ses critiques et de ses remarques pour aboutir à mon travail de recherche. Cher Directeur, merci énormément.

Un grand remerciement à ma famille bien aimée, mes amis, mes collègues, mes enseignants, à tous ceux qui m'ont encouragé et soutenu de près ou de loin et m'aider durant mon cursus universitaire.

Je tiens à remercier également les membres du jury qui m'ont accordé leur patience pour lire ce modeste travail.

Dédicaces

Le travail est d'abord dédié à mes chers parents qui n'ont cessé de contribuer à la réussite de mes études (primaires, secondaires et universitaires) qui n'ont jamais cessé de se battre afin de veiller au succès de mes études.

À mes amies (Toufik, Mohamed, Sidi Mohamed Talbi) et mes frères (Amin, Abd El Hak, et Hafida).

À tous mes amis et collègues et à toute personne à laquelle j'ai pensé et occupant une partie dans mon cœur.

Résumé

Notre travail de recherche porte sur l'analyse de texte de 96 commentaires comportant du discours à propos du nouveau roman « *POUR L'AMOUR D'ELENA* » de l'écrivain Yasmina Khadra sur sa page Facebook « Yasmina Khadra ».

L'objectif visé par ce travail de recherche est de connaître si la plateforme Facebook est un moyen efficace pour la promotion de ce roman en faisant une analyse basée sur (Les modes d'expression dans les commentaires de Facebook, l'Alternance des tours de parole, l'activité de régulation dans les commentaires et l'analyse énonciative).

Selon notre analyse, les commentateurs trouvent que l'espace commentaire est un lieu de rencontre qui a cassé les barrières géographiques qui facilite la communication seulement avec un simple clic sans aucun effort.

Mots clés : Facebook, discours, commentaire, communication.

Tables des matières	
Remerciements	
Dédicace	
Résumé	
Introduction	11
<i>Chapitre 1 : La définition des mots clés et notions théoriques</i>	
1. Qu'est-ce qu'un média ?	15
<i>Les types des médias</i>	
<i>Les médias autonomes (sans branchements à un réseau)</i>	
<i>Le média de diffusion (touche un large public, comme la télévision)</i>	
<i>Le média de communication (communication à double sens, comme le téléphone)</i>	16
<i>Les fonctions des médias</i>	
2. Les réseaux sociaux	17
<i>Les spécificités des réseaux sociaux</i>	
<i>Qu'est-ce qu'un réseau social ?</i>	18
<i>Les réseaux sociaux littéraires (RSL)</i>	20
3. Le réseau social Facebook	21
<i>Différence entre groupe et profil sur Facebook</i>	
<i>Comment faire la promotion d'un livre sur Facebook ?</i>	22
<i>Comment promouvoir son livre sur Facebook grâce à la publicité ?</i>	
<i>Bien définir son audience, la clé d'une promotion réussie</i>	22
<i>Définir les centres d'intérêts des lecteurs</i>	
<i>Faire de la publicité sur les réseaux sociaux</i>	
4. Qu'est-ce qu'un discours ?	
5. Le discours numérique natif	23
6. Les bruits du numérique	25
7. Le cadre spatiotemporel	
8. Identités numériques en ligne	26
9. Pseudonymat	
<i>La question du pseudonyme en linguistique</i>	26
<i>Le pseudonyme sur Facebook</i>	27
10. Commentaire	28
<i>Typologie des commentaires numériques</i>	29
<i>Le commentaire relationnel</i>	
<i>Le commentaire des gestes</i>	
<i>Le commentaire-lien</i>	30
<i>Le commentaire conversationnel</i>	
<i>Le commentaire discursif</i>	
<i>Le commentaire métadiscursif</i>	

<i>Le commentaire-troll</i>	31
<i>Le commentaire délocalisé</i>	
<i>Le commentaire délocalisé privé</i>	
<i>Le commentaire délocalisé public</i>	
<i>Le commentaire-partage, un pseudo-commentaire</i>	32
Chapitre 02 : Approche énonciative	
1.Aperçu historique sur l'interactionnisme	34
<i>L'interaction</i>	
2Les canaux du message interactionnel	
<i>Le canal auditif (production verbo_vocale)</i>	
<i>Le canal visuel</i>	
3. Les émoticônes (les smileys)	35
4. La Construction locale de l'interaction : les tours de paroles	
<i>Définition du tour de parole « TP »</i>	
<i>La composition et la régulation des tours</i>	
<i>Régulateur</i>	
<i>En analyse du discours</i>	37
<i>Les lois d'allocation des tours</i>	
<i>La composition et la régulation des tours</i>	
5. La théorie de l'énonciation	38
<i>Enoncé</i>	39
<i>Enoncé/phrased</i>	
<i>La situation d'énonciation</i>	40
<i>Le niveau situationnel</i>	
<i>Le niveau discursif</i>	41
<i>Le niveau sémiolinguistique</i>	
<i>Les déictiques</i>	
<i>Les déictiques indiquant la personne</i>	42
<i>Les déictiques indiquant le temps</i>	
<i>Les temps verbaux</i>	
<i>Les circonstances temporelles</i>	
<i>Les déictiques indiquant l'espace</i>	
6. Niveau de l'énonciation	42
7. Les types de l'énoncé	
<i>Enoncé ancré</i>	
<i>Enoncé non ancré</i>	
<i>Un énoncé embrayé</i>	
8. La subjectivité langagière	
9. La stylistique	43
10.Texte	

11. PRAGMATIQUE	44
12. ACTE DE LANGAGE	
<i>Chapitre 3 : La partie Analytique</i>	
1. Cadrage méthodologique	46
2.Fiche technique de la page choisie	
3.Présentation du corpus	47
4.L’analyse des commentaires	
5.Le contenu de la publication	48
6.Les modes d’expression dans les commentaires de Facebook	
<i>Le commentaire relationnel</i>	49
<i>Les énoncés de geste</i>	
<i>Le commentaire discursif</i>	
<i>Le commentaire-remerciement</i>	
<i>Le commentaire adressatif</i>	
<i>Les stickers</i>	
<i>Les fans peuvent résumer toute une expression à l’aide d’une photo ou une image fixe</i>	
<i>Les GIF</i>	
7.Tableau récapitulatif	50
<i>Commentaire du tableau</i>	
8.Alternance des tours	53
9.L’analyse de l’activité de régulation dans les commentaires	55
10.La composition des tours de parole	56
11.Le technogène du discours par bouton sur Facebook	57
<i>Le like</i>	
<i>Le partage</i>	58
12.Synthèse	
13.L’analyse énonciative	59
<i>Les déictiques indiquant la personne</i>	
<i>Les pronoms personnels</i>	
<i>Les déictiques indiquant le temps</i>	60
<i>Le temps des verbes</i>	
<i>Le présent de l’indicatif</i>	
<i>Le passé composé</i>	
<i>Le futur simple</i>	
<i>Les circonstances temporelles</i>	
<i>Les indices de temps</i>	
<i>Les déictiques spatiux</i>	61
<i>Les indices de lieu</i>	
14.Les adjectifs de possession	

15.Les énoncés embrayés	
16.Les adjectifs	63
17.Les adverbes	
Les verbes de modalité et d'avis	63
18.Analyse de styles	
19.Registre de langue	
20.Analyse pragmatique	
<i>Les actes interrogatifs</i>	64
<i>Les actes commissifs (promissifs)</i>	
<i>Les actes directifs</i>	
<i>Les actes expressifs</i>	
Conclusion	68
Bibliographie	71
Annexes	

Introduction

La technologie a envahi notre monde, des millions de personnes utilisent les nouvelles technologies quotidiennement afin de créer des liens interpersonnels. De même, avec l'apparition de ces technologies qui ont donné naissance à un nouveau discours qui est le discours numérique. Comme Le souligne le philosophe Vitali-Rosati dans la citation ci-dessous, la connaissance numérique est une connaissance pratique au sens premier du terme. On ne peut décrire le discours produit dans les environnements numériques sans en faire l'expérience. « La mer n'a pas de structure avant que quelqu'un ne la parcoure : c'est la navigation qui donne un sens et met en rapport des points différents. L'espace virtuel est un espace qui se structure au fur et à mesure qu'on y navigue. » (Vitali-Rosati, 2014 : 4.2.3).¹ et cela ce qui distingue les sites de réseaux notamment la plateforme Facebook qui est la plus utilisée aujourd'hui C'est pourquoi de nombreuses entreprises y voient un moyen efficace de promouvoir leurs produits. Il pourrait toucher plus facilement un grand nombre des gens et désormais un instrument incontournable pour diffuser une marque ou bien pour fidéliser les clients. Également la quasi-totalité des auteurs considère ce dernier comme un point de départ pour la promotion de leurs livres, à travers la publicité et les influenceurs sur FB. Celui-ci est une nouvelle façon pour attirer un public car chacun de ces influenceurs et chroniqueurs a sa propre audience. Aussi les campagnes marketing sur ce support restent un bon marché. C'est pour cela beaucoup d'auteurs font recours à ce réseau car il est fréquentable et gratuit et l'une des principales forces de Facebook, c'est d'abord son public. À titre d'exemple la page Facebook de l'écrivain « Yasmina Khadra » que nous pouvons considérer comme un outil efficace pour la promotion de ses livres qui regroupe 308 K abonnés elle est le pâturage de ses fans.

Aujourd'hui, l'interaction en ligne s'impose de plus en plus comme une pratique discursive dans un contexte tout à fait différent de celui des interactions ordinaires de face-à-face. Cette pratique représente une contrainte majeure celle de l'absence

¹ Laetitia, Bibie-Emerit, 2015, Description du Discours Numérique Étude des bouleversements linguistiques du web 2.0 au travers de l'exemple des souhaits d'anniversaire sur Facebook, (THÈSE DE DOCTORAT EN LINGUISTIQUE), Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, p22

Corporelle des sujets interactants et par conséquent, une absence de données paraverbales et non -verbales.²

Notre choix du sujet est dû à un constat sur les réseaux sociaux et en particulier le rôle du Facebook qui offre une occasion parfaite de faire la promotion des derniers livres publiés afin de susciter une sorte de curiosité chez les facebookers et afin d'expliquer les particularités des échanges en ligne, notamment en ce qui concerne l'absence physique des facebookers, nous avons choisi les commentaires de Facebook comme objet d'étude.

Une de nos motivations personnelle est de connaître les différents processus adoptés lors de la promotion du roman « pour l'amour d'Elena » sur la page Facebook « Yasmina Khadra ». L'analyse du discours est le domaine dans lequel baigne notre travail de recherche et qui va nous aider à analyser ces commentaires afin d'obtenir un résultat qui répond à notre **problématique** ci-dessous :

Dans quelle mesure les réseaux sociaux tel que Facebook pourraient-ils contribuer à faire connaître auprès d'un public une production romancière telle que « *POUR L'AMOUR d'ELENA* » de Yasmina Khadra ?

Les questions de recherche sont :

- la publicité sur Facebook est-elle un moyen efficace pour faire connaître un roman ?
- les commentateurs ont-ils un impact pour le lancement du roman ?

Pour une réponse provisoire à nos questions de recherche :

H1 : Facebook serait un moyen indispensable aidant les auteurs pour promouvoir leurs romans.

H2 : les échanges entre les facebookers autour de la publication seraient un moyen très efficace pour faire connaître une production romancière.

Notre travail sera divisé en deux parties la première concernera le volet qui reprend le cadre théorique, elle se compose de deux chapitres dans le premier nous allons faire appel aux concepts clés Citons par exemple (le terme média /réseaux sociaux /discours numérique /commentaire). Puis, dans le deuxième chapitre nous

²BOUZIDI Nour elhouda, (2018/2019), Analyse conversationnelle des interactions en ligne : cas des commentaires sur Facebook, Mémoire présenté pour l'obtention Du diplôme de Master Académique, UNIVERSITE MOHAMED BOUDIAF - M'SILA, p7.

Focaliserons sur l'approche énonciative selon les linguistes Emile Benveniste et Dominique Maingueneau.

La deuxième partie, c'est la partie pratique dans laquelle nous expliquerons d'abord la méthodologie pour la collecte de données de notre enquête et l'analyse des commentaires que nous les avons triés de la page Facebook « Yasmina Khadra ». Enfin, nous clôturerons par une conclusion générale qui résumera les étapes du parcours de cette recherche.

Chapitre 01 :
Définition des mots clés et notions
théoriques.

Dans ce chapitre nous faisons appel aux concepts clés concernant notre thème, nous commencerons par la définition du terme média et ses différentes fonctions. Nous nous focalisons également aux sites dits réseaux sociaux en générale, et à la plateforme Facebook en particulier, et au type de discours qui caractérise ces sites, ou bien ce que nous appelons le discours numérique. Puis nous le clôturerons par la définition du commentaire et ces différents types.

1. Qu'est-ce qu'un média ?

« Les médias (terme issu de l'anglais medium, pluriel media, c'est-à-dire moyen) sont de manière générale, définis comme des supports techniques servant au travail de transmission des messages à un ensemble des individus. »¹

Canaux de communication qui ont pour but la diffusion de l'information à un large public ils peuvent se répartir en trois parties : ²

- les médias imprimés (livres, journaux, magazines, affiches ;
- les médias de films (photographies, et cinéma proprement dit ;
- les médias électroniques (radio, télévision, téléphone, magnétoscope, vidéotex, fax, ordinateur, CD-Rom, Internet.)

Dominique Wolton disait que « L'existence d'un média renvoie toujours à l'existence d'une communauté, à une vision des rapports entre l'échelle individuelle et collective et à une certaine représentation des publics »³. En tant qu'un outil de transmission de l'information il permet de tisser un lien très fort entre les individus de près ou de loin, et aujourd'hui nous distinguons 5 grands médias qui sont : la presse, la télévision, la radio, l'affichage et Internet.

1.1. Les types des médias Les sociologues distinguent 3 types de médias : ⁴

1.1.1. Les médias autonomes (sans branchements à un réseau) : tel que le livre, les journaux, la cassette audio, les vidéos cassette qui ne sont pas accordés à aucun réseau.

1.1.2. Le média de diffusion (touche un large public, comme la télévision) ils utilisent des ondes hertziennes qui facilitent la propagation de l'information dans les quatre coins du monde.

¹ Claude -Jean BERTRAND, Médias Introduction à la presse, la radio et la télévision, Paris, Ellipses, avril 2003 p 14

² Ibid

³<https://www.studocu.com/fr/document/universite-de-franche-comte/medias-et-societes/inventaire-contexte-et-fonctions-des-medias/7007683> (page consulté le 2 avril 2022)

⁴<https://www.wearecom.fr/dictionnaire/media/> (consulté le 3 Avril 2022)

1.1.3. Le média de communication (communication à double sens, comme le téléphone) : ce sont les médias qui permettent un échange entre un émetteur et un récepteur « une interaction entre les deux » cette dernière soit bilatérale soit unilatérale. Puis il y'avait l'apparition d'un nouveau réseau qui est internet comme on va le voir plus tard comme un élément alternatif qui va remplacer ces médias traditionnels

1.2. Les fonctions des médias

Ils ont une place incontournable dans notre société à cause de leurs fonctions, il en existe 3 « informer, éduquer, distraire » c'est pour cela il n'existe pas une société de masse sans médias. Ceux-ci ont des rôles multiples et extrêmement divers et varient selon leurs environnements.⁵ Également, les médias contribuent à la propagation de la culture ou de la nation d'une génération à une autre.

Il existe aussi un lien très fort qui relie les médias et la publicité. Ce lien n'est pas récent mais existe depuis le 16 siècle et le 17 siècle puisque certaines feuilles comportaient des annonces et des publications en Grande-Bretagne puis aux Etats-Unis et en France après 1750.⁶

Internet

Le mot internet se compose de deux parties :

Inter : Pour Interconnected.

Net : « net » veut dire « Network » est le mot anglais pour « réseau ».

C'est le réseau des réseaux, Internet est donc un trait d'union qui relie tous les réseaux du monde. Il se compose de plusieurs applications parmi eux le World Wide Web et la majorité des internautes ne peuvent pas distinguer entre les deux. Il existe toujours une confusion entre internet et web, ce dernier est inventé en 1989-1990, est donc un service, une application d'internet, et ne coïncide pas avec lui. Celui-ci est passée par des différentes phases évolutives :⁷

- Le web 1.0 (web statique) utilisé dans les années 1990 (c'est le web des portails d'information et des forums).

⁵ Claude -Jean BERTRAND, op. cit., p.25

⁶ idem, p 163

⁷ Marie-Anne Paveau, L'analyse du discours numérique Dictionnaire des formes et des pratiques, paris, Hermann, 2017,p 15-16.

- Le web 2.0 ou web social apparu au début des années 2000, son rôle (il relie les personnes et il se base sur l'interaction multi-agents. (C'est le web des réseaux Sociaux et du partage multi médiatique).
- Le web 3.0 émerge en 2010 c'est le web des données sa fonction c'est la collecte et l'organisation des données.
- Le web 4.0 ou bien le métaweb ou le web intelligent apparu en 2020

2. Les réseaux sociaux

Depuis quelques années, les réseaux sociaux sont devenus des outils incontournables sur Internet. Ce dernier a pour but de relier les ordinateurs du monde entre eux et qui rend notre planète un petit village sans frontières, ces réseaux font partie de notre vie et ont pu changer notre mode de vie, notre façon de pensée et même la façon d'interagir avec les autres a évolué. La personne aujourd'hui avec un seul clic peut visiter les quatre pôles de la terre et peut tisser des liens avec d'autres personnes.

Ces réseaux sont destinés à être utilisés par des utilisateurs mais ils attirent aussi l'attention des entreprises en tant que des outils de publicité et comme un moyen de communication et de partage pour ses utilisateurs. En effet, les dépenses consacrées à la publicité sur les réseaux sociaux ne cessent d'augmenter. Il faut dire que, comparativement aux médias traditionnels, les réseaux sociaux offrent des possibilités incomparables à celui qui sait où chercher.⁸ Ils sont des applications internet basées sur le Web 2.0, ce dernier « change la façon dont nous interagissons avec le monde en ligne et les autres utilisateurs [...] car le Web 2.0 a rendu internet plus interactif ».⁹

2.1. Les spécificités des réseaux sociaux

Chaque réseau possède une spécificité propre à lui qui le distingue et qu'on ne peut pas trouver dans les autres réseaux par exemple :¹⁰

- * Snapchat regroupe principalement des adolescents une communauté bien précise.
- * Le réseau social Instagram cible les photographes, YouTube et Vimeo s'adressent aux vidéastes.
- * LinkedIn et Viadeo ont pour but d'élargir ses opportunités professionnelles « un objectif précis »

⁸ Benoît Lahaye, 2015/2016, Analyse comparative des publicités sur les réseaux sociaux, (mémoire de master en science de gestion, p HEC-Ecole de gestion de l'ULG), <http://hdl.handle.net/2268.2/1857>.

⁹ Idem, p7

¹⁰ <https://www.futura-sciences.com/tech/definitions/informatique-reseau-social-10255/> consulté le 5/4/2022

2.1.1. Qu'est-ce qu'un réseau social ?

Nous faisons appel à ce concept pour découvrir et de comprendre les possibilités de promotion qu'offre un réseau social tel que Facebook pour promouvoir un roman.

Le terme « réseau social » existe déjà avant l'apparition du web, veut dire un groupe de personne ayant une affinité ou un intérêt commun. Ce que l'on appelle également un cercle social. Il y'a aussi une autre définition moderne d'un réseau social est apparue en 2004 comme « un ensemble de relations entre un ensemble d'acteurs »¹¹

Dans le monde virtuel, un réseau social est un site internet qui permet aux gens de communiquer entre eux et de partager leurs opinions avec les autres sur n'importe quel sujet. Chaque utilisateur a le droit de créer un profil pour publier et consulter les différents contenus : texte, photos, vidéos, liens... en fait le principe du réseau social est immuable car il s'agit d'une plateforme numérique sur laquelle des milliards des gens peuvent communiquer, se connecter, à travers le contenu et l'interaction. Sur n'importe quel réseau le principe est le même.

En outre, tous ces réseaux ont un élément commun qui est la communication (chat , vidéos conférences, commentaires, forum) ; Il existe aussi des systèmes de communication indépendants tels que Skype ou Yahoo Messenger.¹² En plus, l'émergence des réseaux sociaux a facilité la promotion des produits, ils ont devenu un outil de publicité parce que vendre en ligne est une stratégie qui peut toucher toutes les couches de la société c'est-à-dire maximiser les ventes.¹³ Le succès d'audience des principaux réseaux sociaux en a fait des supports marketing et publicitaires souvent incontournables.

Ils s'alimentent des émotions des personnes de leur besoin de communiquer et d'interagir, et chaque réseau a une spécificité propre à lui mais généralement ont la même fonction c'est l'échange des informations. Néanmoins, certains limitent la taille du texte de publication, d'autres autorisent la publication. Et toutes les applications d'un réseau social utilisent d'importantes bases de données qui gèrent leurs utilisateurs, l'ensemble des données qu'ils partagent, mais aussi celles qu'ils consentent à fournir (sans toujours le savoir), y compris sur leur vie personnelle.¹⁴ Et selon l'APCE (association pour la création d'entreprise) :

¹¹ Moussa Hanane, 2015/2016, L'impact des réseaux sociaux sur les jeunes consommateurs, (mémoire de master Rédaction Web et médias, université Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem) p 10.

¹² https://www.pmtic.net/sites/default/files/filemanager/memos/pmtic_com_media_reseaux_sociaux.pdf consulté le 5/4/2022.

¹³ <https://www.redacteur.com/blog/social-commerce-comment-vendre-reseaux-sociaux/> consulté le 5/4/2022.

¹⁴ <https://tribu.phm.education.gouv.fr/toutatice-portail-cms-> consulté le 5/4/2022 Consulté le 6/4/2022.

« Communiquer via les réseaux sociaux permet de bénéficier des audiences très importantes de ces supports et donc de toucher une quantité très importante de population. De plus, les réseaux sociaux offrent aux entreprises un espace gratuit qu'elles peuvent utiliser pour établir des conversations avec les personnes intéressées par leur marque ou leur secteur. Traditionnellement, les espaces publicitaires sont limités en termes d'espaces disponibles et coûteux à acheter. Au contraire, les réseaux sociaux permettent pour une marque de déployer une véritable stratégie de contenus et de construire une relation durable avec les internautes. »¹⁵

Également, la société « e-marketing » a une autre définition pour ce terme :

« Ensemble d'individus reliés entre eux par des liens sociaux, autrement dit des liens permettant des interactions sociales. Bien que médiatisés en raison de l'essor rapide de leur forme numérique sur le Web, la structure sociale que représente un réseau social existe sous une forme plus ou moins élaborée, plus ou moins dynamique et évolutive, depuis que l'homme interagit avec ses semblables. Mais l'apparition sur le Web de services de mise en relation simple et rapide a donné à cette caractéristique de toute société humaine non seulement une dimension planétaire, mais également un mode de fonctionnement beaucoup plus rapide et surtout beaucoup plus interactif. Qu'ils se nomment Google+, Orkut, Facebook, Viadeo, Xing ou LinkedIn... ils permettent tous de relier les individus entre eux et facilitent des échanges tantôt ludiques, tantôt professionnels, tantôt traitant de la vie quotidienne, tantôt se concentrant sur un domaine d'expertise particulier. »¹⁶ nous avons aussi une autre signification du terme « réseau sociale » Dans le cadre d'une approche marketing qui correspond à l'objet de notre recherche est celle-ci :

« Dans le cadre d'une approche marketing, le terme de réseaux sociaux désigne généralement l'ensemble des sites internet permettant de se constituer un réseau d'amis ou de connaissances professionnelles et fournissant à leurs membres des outils et interfaces d'interactions, de présentation et de communication. Les réseaux sociaux les plus connus sont Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo. YouTube peut également être considéré partiellement comme un réseau social dans la mesure où le service a développé des outils d'interactions entre ses membres. Le succès d'audience des principaux réseaux sociaux en a fait des supports marketing et publicitaires ».¹⁷

¹⁵ Mathieu Trouillet, 2014-2015, (*Avantages et inconvénients des réseaux sociaux, en particulier « Facebook », pour la promotion dans les secteurs socioprofessionnels*. Mémoire pour l'obtention du diplôme ES De maître-esse socioprofessionnel, Sion). P4

¹⁶ Ibid, p5

¹⁷ Ibid, p5

2.1.2. Les réseaux sociaux littéraires (RSL)

Lorsque l'on parle de réseaux sociaux, nous pensons automatiquement à Facebook, Twitter ou Instagram ...etc. mais nous ne savons pas qu'il y'a d'autres réseaux sociaux uniquement dédiés au monde littéraire ? en effet, depuis le début des années 2000 apparait une multitude de sites Web consacrés aux livres, à leur contenu, mais également aux avis des lecteurs : ce sont les réseaux sociaux littéraires (ou RSL).¹⁸

Les réseaux sociaux littéraires sont des sites internet qui nous permettent de découvrir des œuvres littéraires, ils proposent aux internautes un ensemble de fonctionnalités articulées autour des livres. Ces réseaux offrent des informations à propos du livre tel que sa date de parution, la maison d'édition qui l'a publié, un résumé, des critiques de professionnels, une biographie de l'auteur, ainsi que des suggestions de livres similaires. Également, ces réseaux sociaux du livre permettent à tout le monde de poster leur avis et parmi les principaux sites littéraires nous avons : Goodreads, Livraddict, Babelio et Booknode. Aussi on peut créer une relation avec les autres utilisateurs et Ces derniers peuvent trouver des membres qui ont la même tendance comme ils peuvent interpréter les préférences de ces derniers et leur proposent des livres similaires. Donc ces sites favorisent les échanges avec les autres membres du réseau.

« Ce sont donc des espaces où l'on peut mettre en scène son quotidien de lecture, partager ses expériences individuelles et interagir tout à la fois avec des internautes et avec la plateforme. D'une certaine façon, ces réseaux sociaux littéraires renouvellent le processus par lequel l'internaute accède à des informations sur les livres et opère des choix de lecture. C'est pourquoi ils peuvent être envisagés comme une alternative aux médias de masse et à leur schéma traditionnel de communication. En effet, les mécanismes de production et de valorisation de l'information sur ces réseaux s'appuient sur de toutes autres logiques, organisées autour de l'activité des internautes. D'une part, les réseaux sociaux littéraires fonctionnent en agrégeant les expériences individuelles d'une multitude de lecteurs, dont les contributions (notes, critiques, citations, listes, etc.) sont compilées, hiérarchisées et rendues visibles sur les pages web de présentation des livres. D'autre part, ils proposent des formes de personnalisation des services, puisque l'information à laquelle les internautes accèdent peut-être sélectionnée par des "amis" avec lesquels ils partagent des centres d'intérêt, ou encore par des outils informatiques qui vont les renvoyer vers des livres susceptibles de les intéresser à partir de l'analyse algorithmique des données disponibles. »¹⁹

¹⁸ <https://mondedulivre.hypotheses.org/5224> consulté le 6/4/2022.

¹⁹ Emiline, Gambacorta, 2019-2020, "*L'influence des réseaux sociaux sur les pratiques et habitudes de lecture chez les jeunes dans l'enseignement secondaire en Wallonie. Une enquête par questionnaire*", Master [120] en langues et

Le but principal du réseau social littéraire c'est la fidélisation d'un public envers une production romancière, et son intérêt est de faire la promotion à cette dernière.

3. Le réseau social Facebook

Facebook est l'un des plus grands réseaux sociaux du web. Il a été créé à l'université Harvard par l'américain Mark Zoukerberg et ses amis, il est assez simple utiliser et utilisé par ses utilisateurs pour communiquer, s'informer entre eux, etc. Il est le réseau social le plus utilisé avec un très grand nombre d'utilisateurs qui ne cesse d'augmenter à travers le temps. On considérait vers l'année 2015 parmi les réseaux sociaux les plus utilisés, Facebook reste au sommet avec 34,2 millions d'usagers dont 12.1 quotidiens. Il faut savoir que la manière dont les années avancent, les nombres d'utilisateurs des réseaux sociaux avancent de cette même façon.²⁰ Selon le classement mondial des réseaux sociaux les plus utilisés en 2022 : Ce réseau reste le premier et le maître incontesté de la sphère Social Media, il reste incontournable. Il compte aujourd'hui près de 3 milliards d'utilisateurs.²¹

« Si Facebook était un pays, il serait le plus peuplé du monde avec une population équivalente à celles de la Chine et de l'Inde réunies »²²

3.1. Différence entre groupe et profil sur Facebook

Contrairement aux profils Facebook, destinés à des personnes individuelles, les pages Facebook sont dédiées aux entreprises et aux organisations en tout genre, notamment les associations. Ces pages ne peuvent être créées que par le représentant officiel de cette entité. Les groupes quant à eux sont des espaces d'échange d'idées et peuvent être créés par n'importe qui, sur n'importe quel sujet et ne sont donc pas adaptés pour une association. Alors que le groupe ne permet de publier qu'en nom propre, sur une page vous pouvez publier au nom de votre association, ce qui est un gros avantage. La page vous offre aussi des statistiques gratuites, bien utiles pour suivre l'interaction de vos fans et l'évolution de votre page. Enfin et pas des moindres, les publications que vous mettez sur votre page apparaissent dans le fil

lettres modernes, orientation générale, à finalité spécialisée : sciences et métiers du livre, Université catholique de Louvain, p42.

²⁰ MAÏGA Aly, (2020/2021), L'analyse du discours de la haine en ligne Cas des algériens sur la page Facebook« Chroniques Algériennes », (Mémoire de Master En vue de l'obtention du diplôme de Master en Langue Française, Saïda) p24.

²¹ URL : <https://lempreintedigitale.com> » class...Quels sont les réseaux sociaux les plus utilisés en France et dans le monde en 2022. Consulté le 7/04/2022.

²² <https://lempreintedigitale.com/podcast/classement-des-reseaux-sociaux-les-plus-utilises-france-monde-2021/#:~:text=La%20plateforme%20lanc%C3%A9e%20par%20Mark,et%20de%20l'Inde%20r%C3%A9unies%20!> consulté le 6/4/2022

d'actualité de vos fans, alors que pour un groupe il faut aller sur la page du groupe pour voir ce qui s'y passe...²³

3.1.1. Comment faire la promotion d'un livre sur Facebook ?

Pour faire la promotion d'un livre les réseaux sociaux et Facebook sont des moyens efficaces. Les auteurs aujourd'hui utilisent cette plateforme afin d'élargir leurs communautés de fans mais si les lecteurs ne viennent pas spontanément visiter la page de l'auteur on sait qu'ils ignorent cette dernière parce qu'ils sont quotidiennement confrontés à une énorme quantité d'informations. L'auteur doit informer ses lecteurs car la magie n'existe pas sur le web.

Facebook est un outil performant permettant de toucher plus facilement les bonnes personnes, grâce, notamment, à la possibilité d'affiner le ciblage en fonction de :²⁴

- *L'âge ;
- *Le sexe ;
- *Le lieu d'habitation ;
- *Les centres d'intérêt ;
- *Les sites qu'ils consultent,

3.1.2. Comment promouvoir son livre sur Facebook grâce à la publicité ?

Tout d'abord, rendez-vous dans le gestionnaire de publicité de Facebook (accessible en cliquant sur le logo « F », en haut à gauche de votre page) et rendez-vous dans la rubrique « Espace Pubs », puis « Démarrer » ou « Créer une publicité »²⁵

Deuxièmement, l'auteur peut choisir le type de publicité qu'il intéresse. Pour faire la promotion de son livre sur Facebook, il a le choix entre les types suivants : « Bien démarrer avec les publicités automatisées », « créer une publicité », « Booster une publicité », « booster une publication Instagram ».

Puis, quel que soit le type de publicité choisi, il doit préciser l'objectif à atteindre. Dans ce cas-ci, il faudra sélectionner « Obtenir plus de mentions J'aime la page » afin de booster sa page Auteur.

3.1.3. Bien définir son audience, la clé d'une promotion réussie

²³ <https://forim.net/sites/default/files/support%20info.pdf> consulté le 7/4/2022

²⁴ <https://www.librinova.com/blog/2021/10/04/comment-faire-la-promotion-du-livre-sur-facebook/> consulté le 7/4/2022.

²⁵ [Idem.](#)

La réussite de la promotion dépend du choix du public, c'est pour cela le réseau social Facebook permet aux auteurs de déterminer les lieux de résidence de leur potentiels lecteurs. C'est dans le cas où il y a une date précise, par exemple quand ils veulent assister à un événement comme une signature, une lecture publique ou la participation à un salon ²⁶

3.1.4. DÉTERMINER LES CENTRES D'INTÉRÊT DES LECTEURS

Facebook nous permet, de cibler une dizaine de centres d'intérêts. Nous pouvons identifier ce que préfèrent nos fans des auteurs, des films, des œuvres en tous genres proches de votre univers, des genres littéraires, un style de films ou de séries, mais aussi des maisons d'édition, des marques, etc... ²⁷

3.1.5. Faire de la publicité sur les réseaux sociaux

Facebook propose de diffuser des annonces publicitaires, comme le fait Google avec AdWords. Toutefois, le programme d'annonces sponsorisées de Facebook n'a pas encore rencontré le même succès que celui de son concurrent. La publicité sur Facebook permet un ciblage très précis. De plus, Facebook propose différents types d'objectifs pour ses publicités et différents types de facturation. Les possibilités sont donc nombreuses pour les annonceurs. Toutefois, les utilisateurs de Facebook ne sont pas forcément à la recherche d'informations, c'est pourquoi il n'est pas évident de les toucher au travers de publicités, même très bien ciblées. Avant de réaliser une publicité sur Facebook, l'entreprise doit commencer par créer une activité sur le réseau afin de débiter une conversation avec vos premiers fans. Pour ce faire, il faut raconter et répondre aux attentes des internautes. Cela permettra de mieux les connaître et de définir avec pertinence (objectif, message) des publicités Facebook qu'ils jugeront intéressantes et non intrusives.²⁸

Dans cette recherche nous aborderons aussi un élément essentiel, qui est « le discours ».

4. Qu'est-ce qu'un discours ?

Pour les linguistes, qui opposent traditionnellement le système linguistique à son actualisation en contexte, le discours est communément défini comme « l'usage de la langue » (voir par exemple Gee [2005 : IX] ou Johnstone [2008 :3]). Certains y ajoutent une dimension communicationnelle, comme B. Paltridge (2006 : 2), pour

²⁶ <https://www.librinova.com/blog/2021/10/04/comment-faire-la-promotion-du-livre-sur-facebook/> consulté le 7/4/2022.

²⁷ Idem.

²⁸ ABELHAK, S., GRAA, A., & BARAKA, H. L'influence des réseaux sociaux numérique sur le comportement d'achat du consommateur, Roa Iktissadia REVIEW, Eloued, Issue 11, Déc. 2016, p3

qui le discours est « le langage au-delà du mot, du groupe de mots et de la phrase », agencé de façon à ce que « la communication réussisse ».²⁹

Nous pouvons dire que le discours est une unité au-delà de la phrase « transphrastique » c'est-à-dire il se compose d'un enchaînement de phrases.

5. Le discours numérique natif

Le discours numérique natif est l'ensemble des productions verbales élaborées en ligne, quels que soient les appareils, les interfaces, les plateformes ou les outils d'écriture.³⁰ Il a été l'objet de plusieurs études le considérant comme une nouvelle forme d'écriture, d'autres l'envisageant comme une forme de communication oralisante. Quant à Marie-Anne Paveau, le discours électronique est un autre genre de discours car il met l'accent sur son environnement technologique. Également, elle voit que les énoncés numériques natifs sont envisagés en tant que composites au sein desquels l'aspect technique et l'aspect langagier sont indissociablement liés :

« La production langagière à la machine est en fait une production de la machine et il s'agit là d'une évolution inédite dans l'histoire du langage dont les sciences du langage doivent se saisir ».³¹

A partir de là elle propose une linguistique semblable qui intègre les éléments linguistiques et les éléments non linguistiques afin de dépasser l'analyse logique des phénomènes discursifs, et de considérer l'existence d'un espace entre la linguistique et l'extralinguistique. Cette nouvelle approche a donné lieu à la naissance de l'analyse du discours numérique de Marie-Anne Paveau qui se situe dans une « perspective écologique intégrative » où la notion d'environnement est indispensable :

« J'appelle environnement l'ensemble des données humaines et non humaines au sein desquelles les discours sont élaborés. La notion d'environnement est pour moi une alternative critique à celle de contexte courante en analyse du discours, plutôt centrée sur les paramètres sociaux, historiques et politiques. Cette notion est cohérente avec une approche écologique de la production des énoncés, impliquant que l'objet d'analyse n'est plus seulement l'énoncé mais l'ensemble du système dans lequel il est produit. Dans l'analyse du discours numérique, la notion d'environnement est centrale puisqu'elle rend compte des aspects composites (technolangagiers et technodiscursifs) des discours : la technique n'est pas un simple

²⁹ Dominique, Maingueneau, *Analyse du discours*, ARMAND COLIN, p19.

³⁰ Marie-Anne Paveau, op.cit.p 9

³¹ <https://www.asjp.cerist.dz/en/downloadArticle/646/2/4/123076> consulté le 9/4/2022.

« support » mais bien un composant structurel des discours. L'agent énonciatif se trouve distribué dans l'écosystème numérique. »³²

D'après Marie-Anne Paveau cette notion est une alternative critique à celle de contexte et elle la considère comme un ensemble des données humaines et non humaines au sein desquelles les discours sont élaborés. Ces données ont une relation avec tous les domaines de l'existence : sociales, culturelles, historiques, matérielles, animales, naturelles, etc. nous pouvons distinguer deux types d'environnements numérique : il y'a l'environnement numérique matériel tel que (ordinateur, clavier, tablette, smartphone, etc.) et il y'a aussi l'environnement numérique immatériel tel que (sites, logiciels d'exploitation, programmes informatiques, algorithmes etc.). Ces deux environnements numériques font partie des processus cognitifs qui accompagnent le discours numérique.³³

6. Les bruits du numérique

Ces environnements numériques ont une matérialité phonique, il y'a aussi des sons qui règlent la relation homme-machine. Les environnements numériques possèdent une matérialité phonique, ces sons ont une relation avec la communication numérique. Par exemple, les notifications du message sur Facebook se changent selon l'environnement numérique matériel (tablette, ordinateur ou smartphone). Nous pouvons distinguer deux types de sons ceux qui sont produits volontairement par le locuteur lorsqu'il envoie un message et ceux qui sont automatiques générés par la machine.³⁴

7. Le cadre spatiotemporel

Il y'a beaucoup de facteurs spatiotemporels qui ont un impact sur la qualité de communication numérique tel que l'environnement physique du locuteur par exemple s'il est dans son travail ou à son domicile...etc. nous pouvons dire que le support physique joue un rôle très important dans la communication numérique tel que(ordinateur, téléphone mobile, tablette numérique, la taille de l'écran, sa nature (tactile ou non), la vitesse d'internet,) tous ces facteurs font partie de l'environnement numérique du discours. Également, il existe un élément crucial qui contribue à la réussite de la communication numérique c'est le moment de la journée que le locuteur choisit pour communiquer.³⁵

³² Laetitia, Bibie-Emerit, 2015, *Description du Discours Numérique Étude des bouleversements linguistiques du web 2.0 au travers de l'exemple des souhaits d'anniversaire sur Facebook*, (THÈSE DE DOCTORAT EN LINGUISTIQUE), Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, p 157.

³³ Ibid.p159

³⁴ Ibid.p165

³⁵ Ibid.p166

Selon Marcello Vitali-Rosati dans son ouvrage donne son point de vue à propos de l'univers numérique il disait que :

« Ce qui caractérise l'espace virtuel n'est donc pas son degré de réalité : il est aussi réel que n'importe quel autre espace. En effet, ce qui le différencie des autres espaces, c'est que l'espace virtuel est toujours accompagné par une hétérotopie. Ce qui nous met dans une situation nouvelle et différente est le fait que, lorsque nous sommes face à l'espace virtuel, nous sommes aussi — hétérotopiquement — derrière l'ordinateur. Cela ne regarde pas l'espace virtuel en tant que tel mais plutôt la situation produite par la technologie donnant lieu à deux espaces en même temps. »

Pour lui, d'un angle plus philosophique il y'a deux lieux, deux corps, et deux « fonctions corps ». Ces conceptions de présence et du corps nous guident vers une autre notion celle de l'identité numérique.

8. Identités numériques en ligne

« L'identité numérique est l'ensemble des traces numériques que nous laissons sur internet grâce à nos informations récoltées par les moteurs de recherche, comme Google. Cette identité se compose d'un pseudo, un nom, des images, des vidéos, des adresses IP, des favoris, des commentaires ». ³⁶ Elle a aussi un impact sur la notoriété de la personne c'est-à-dire comment les internautes perçoivent cette personne, elle se crée par le biais des réseaux sociaux, comme Facebook ou Twitter, ou des publications sur un blog. Grâce à laquelle nous pouvons être connus et nous pouvons posséder une présence en ligne. Mais il ne faut pas oublier que ces données constituent un risque sur notre vie privée, Aujourd'hui, les informations inscrites sur Internet sont très difficiles à effacer. C'est pour cela qu'on doit bien réfléchir avant de laisser une trace numérique afin d'éviter toutes les conséquences négatives d'une mauvaise e-reputation.

9. Pseudonymat

« Le pseudonymat, pratique aussi ancienne que le port d'un nom, est le choix par un individu d'un autre nom que le sien, quasiment toujours choisi, pour des raisons variées qui ont toutes en commun de masquer son identité officielle ». ³⁷

« Le pseudonyme relève de l'identité numérique et assure deux fonctions importantes de la sociabilité en contexte numérique : l'identité et l'identification ». ³⁸ Il donne l'impression aux individus de ne pas être identifiables.

³⁶ <https://semji.com/fr/guide/quest-ce-que-identite-numerique/> consulté le 10/04/2022.

³⁷ Marie-Anne Paveau, op.cit.p270.

³⁸ Idem.p270.

Dans les environnements numériques, les locuteurs ne peuvent pas reconnaître le visage de leurs interlocuteurs c'est pour cela on remarque qu'il y'a une augmentation d'agressivité verbale entre les internautes car il y'a pas une confrontation physique directe.

9.1. La question du pseudonyme en linguistique

Le pseudonyme est un objet linguistique peu étudié que ce soit hors ligne ou sur internet. En 1957, Offner en faisait déjà le constat :

« Il est sans passé, sans étymologie – et pour cause ! Comment voulez-vous que cet “irrégulier”, qui n’a et n’aura sans doute jamais d’état civil soit admis dans la grande famille des anthroponymes, de ces noms sérieux, rangés et classés, qui nous ont été transmis par les siècles ? Avec eux, on est sur un terrain solide, on peut remonter le cours du temps et l’on expliquera leur naissance ; mais avec lui, comment savoir ? Le pseudonyme, c’est l’enfant qui n’est pas né comme les autres, le bâtard qui cherche à s’introduire parmi les enfants légitimes » (Offner 1957 cité par Lapierre 1995 : 183).³⁹

Nous voyons que L'utilisation des pseudonymes est devenue très courante sur internet même elle a un grand impact sur la communication numérique. Également, le choix du pseudonyme est considéré comme l'un des premiers actes de création individuelle de l'internaute, avant de s'exprimer par la langue il va devoir se nommer. Le fait même de « s'auto-nommer » est un acte original et créatif. Aussi, l'individu c'est lui qui a choisi son pseudonyme il ne lui est pas imposé par autrui. Le pseudonyme est le seul nom choisi par le sujet pour lui-même.

Si le pseudonyme est un acte de création individuelle, il est également une « innovation » linguistique, en tout cas dans l'utilisation de masse qui en est faite sur internet. Selon Paveau 2012, le pseudonyme doit être considéré comme un lexème inédit : il s'agit d'un nom propre qui peut assembler, sans lexicalisation, différents objets linguistiques. On ne retrouve pas ce « métissage morphologique⁸² » dans la construction de pseudonymes hors ligne.⁴⁰

9.1.1. Le pseudonyme sur Facebook

Les facebookers communiquent avec des interlocuteurs qu'ils connaissent, ou bien avec lesquels ils ont explicitement accepté d'entrer en contact avec eux. Certaines personnes pensent qu'ils ont la possibilité de masquer leurs identités sur les RSN (réseaux sociaux) mais ils ont oublié que Internet est un lieu à l'intérieur duquel l'anonymat n'existe pas.

³⁹ Laetitia, Bibie-Emerit, op. cit., p 170.

⁴⁰ Ibid., p171.

Nous considérons, à la suite des travaux de Marcienne Martin, qu'un pseudonyme est un nom choisi qui permet au locuteur de montrer à ses interlocuteurs la face qu'il souhaite présenter dans un contexte donné. Dans certains cas, cette face peut correspondre à l'identité sociale hors ligne, dans d'autres il y a une reconstruction de l'identité, dans les deux cas il s'agit de pseudonymes.⁴¹ Et par exemple le cas de l'écrivain algérien Yasmina Khadra* qui a choisi le nom de sa femme comme nous allons le voir par la suite.

10. Commentaire

Nous faisons appel à ce concept, parce que c'est l'un des outils principaux de notre corpus et pour connaître s'il joue un rôle important dans la promotion du roman ou non.

Les commentaires Facebook nous permettent de répondre à une publication ou une photo sur Facebook. Ils font partie des trois outils qui permettent aux clients ou abonnés d'interagir avec une marque ou un utilisateur sur Facebook. Les deux autres options vous permettent de « Partager » la publication avec vos amis ou de l'« Aimer ». En plus de l'option « Aimer », Facebook vous permet de choisir d'autres réactions sous forme d'émojis : J'adore, Grrr, Triste et Wouah.

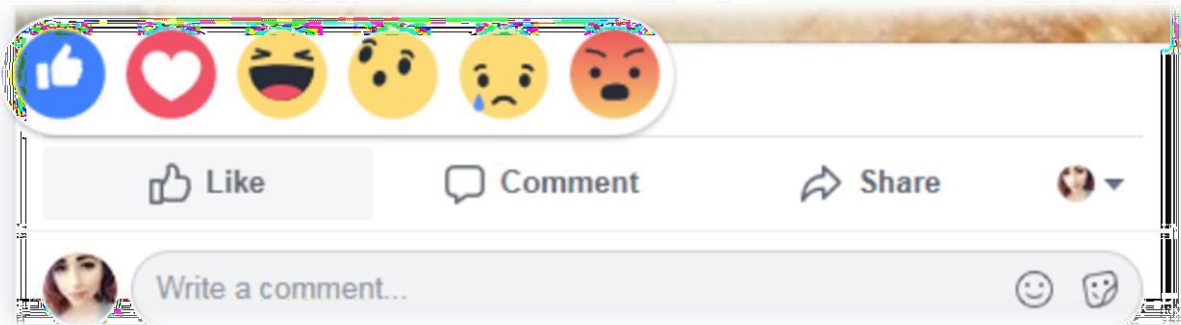
⁴¹Laetitia, Bibie-Emerit, op. cit. P172.

* Son vrai nom c'est Mohammed Moulessehoul. Ce grand écrivain algérien voit le jour le 10 janvier 1955 à Kenadsa, dans le Sahara algérien. Fils d'un infirmier devenu militaire de l'ALN, le jeune garçon est envoyé dès ses 9 ans à l'école des cadets de la Révolution d'El Mechouar pour suivre une formation militaire. Parallèlement à ses études, il se consacre à sa passion, l'écriture. À 18 ans, il écrit ainsi son tout premier recueil de nouvelles, Amen. Devenu sous-lieutenant à 23 ans, il entame une longue carrière dans l'armée algérienne. Servir son pays ne l'empêche toutefois pas de prendre la plume et, de 1984 à 1989, il publie 3 recueils de nouvelles et 3 romans sous son vrai nom.

C'est dans les années 1990 que, pour des raisons de censure militaire, il adopte le nom de plume Yasmina Khadra. Ce pseudonyme se compose des deux premiers prénoms de sa femme, Yamina Khadra Amel Moulessehoul. Déjà relativement connu et primé pour plusieurs de ses œuvres, l'auteur algérien conquiert la France en 1997 avec *Morituri*, premier roman du quatuor algérien, les célèbres enquêtes du commissaire Llob.

En 2000, Yasmina Khadra quitte l'armée et l'Algérie pour vivre de sa plume. Après un an au Mexique, il s'installe en France en 2001 avec sa femme et ses enfants. Il décide alors de révéler son identité en publiant le roman autobiographique *L'écrivain*.

Gagnant une renommée internationale encore plus importante à partir de 2004 grâce à l'adaptation cinématographique de *Morituri* par Okacha Touita, Yasmina Khadra continue d'inspirer les lecteurs du monde entier en publiant un nouveau roman pratiquement chaque année.



Pour Paveau, « *Le commentaire en ligne constitue l'une des formes de technodiscours les plus fréquentes sur le web, apparaissant sur de nombreux espaces d'écriture : les blogs, les réseaux sociaux numériques, les sites de presse et d'information, les sites marchands* ». ⁴²

Définition du commentaire numérique :

« Dans une perspective qui considère les énoncés en ligne comme des composites technolangagiers co-intégrant pleinement la dimension Technologique et la dimension langagière, le commentaire en ligne peut se définir comme un technodiscours second produit dans un espace dédié scripturalement et énonciativement contraint au sein d'un écosystème numérique connecté. Il est doté d'un certain nombre de traits ». ⁴³

10.1. TYPOLOGIE DES COMMENTAIRES NUMÉRIQUES

On peut distinguer quatre grandes catégories.

10.1.1. Le commentaire relationnel

On appelle ici commentaire relationnel le commentaire qui constitue une simple relation, de type phatique, avec le discours premier, qu'il s'agisse de son auteur ou de son contenu. Dans ce type de commentaire, il n'existe pas de conversation, ni même parfois de discours. Plusieurs types de commentaires entrent dans ⁴⁴cette catégorie selon le type de relation qu'ils formulent.

10.1.2. Le commentaire des gestes

Le « j'aime » ou « le j'adore » sont des éléments essentiels et similaires sur Facebook, maintenant sur de nombreux sites plate-forme comme Twitter, qui constitue des commentaires non verbaux, produisant des discours implicites. Ces énoncés de gestes forment des émotions ou des expressions approuvées, et de

⁴² Marie-Anne Paveau, op.cit.p 36.

⁴³ Ibid., p41.

⁴⁴ Ibid., p46.

Nombre uses autres significations contextuelles. Ces commentaires liés aux technosignes ont en effet des significations variées et implicites, qui ne se saisissent qu'à partir du contexte de communication.

10.1.3. Le commentaire-lien

Le commentaire remerciement est une forme de relation à la limite de la conversation, le commentaire-remerciement accomplit un acte performatif sans discutez du contenu du texte original. Comme petite conversation, le commentaire – remerciement a pour but la fonctionnalité principalement sociale.

10.1.4. Le commentaire conversationnel

Le commentaire conversationnel va au-delà du contact phatique et propose un contenu ; on peut distinguer le commentaire discursif et le commentaire méta discursif.

10.1.5. Le commentaire discursif

Il prédit le premier texte en augmentant le contenu, en utilisant l'accessibilité technologique pour différentes plates-formes de production de l'accord et du désaccord, du consensus et du controverse, par Apportez des ajouts et des extensions, et faites également une digression. C'est celui qui est le plus étudié par les analystes parce qu'ils produisent des discours ordinaires, des arguments et des formes pragmatiques dont la fonction intrinsèque est indiscernable de la forme hors ligne.⁴⁵

10.1.6. Le commentaire métadiscursif

Il porte sur la forme du texte premier ou du commentaire précédent dans le cas d'un commentaire-réponse. Laura Calabrese souligne justement que sur les sites d'information, nombre de commentaires portent sur les pratiques journalistiques et non sur les contenus informationnels des articles (Calabrese 2014). Simon Smith explique que les journalistes, incités à répondre à leurs lecteurs, font porter leurs réponses essentiellement sur les pratiques journalistiques (Smith 2017). Ce faisant, ils redéfinissent avec les lecteurs, devenus des contributeurs (et non des journalistes), la profession de journaliste. Le commentaire est alors un lieu de renégociation des pratiques professionnelles et de légitimation professionnelle. De même, les commentaires sur l'orthographe, la typographie ou la qualité de la langue en général sont particulièrement fréquents, et font eux-mêmes l'objet d'un métadiscours décrivant le type d'énonciateur : la figure du grammar nazi, qui semble être native du web, désigne spécifiquement un internaute particulièrement normatif et intolérant

⁴⁵ Marie-Anne Paveau. Op cit.p 47.

sur les erreurs linguistiques et dont l'activité principale est la critique et la correction.⁴⁶

10.1.7. Le commentaire-troll

Un troisième type de commentaire traversant ces deux catégories est le troll, qui a en général pour but de semer le trouble dans la conversation, voire de la détruire, par des interventions violentes et décalées. Un profil de troll est un profil de locuteur structuré en ligne et la pratique du trolling sont l'un des principales formes de production du troll techno discursive sur le web 2.0.⁴⁷

10.1.8. Le commentaire délocalisé

Un troisième type de commentaire n'apparaît pas dans la représentation courante du genre, parce qu'il n'est pas produit sur les espaces dédiés et métadiscursivement identifiés, mais sur d'autres espaces comme les messageries privées des réseaux sociaux, les messageries électroniques ou les blogs. Ces commentaires sont pris dans un jeu complexe de visibilité et publicité.

10.1.9. Le commentaire délocalisé privé

Il n'est ni visible ni public : c'est un commentaire publié en privé sur les messageries des réseaux sociaux ou sur les e-mails. Les blogueurs reçoivent des commentaires dans un espace blog dédié, et aussi des remarques par e-mail ; publiez un tweet sur Twitter réponses et retweets avec commentaires, Il y a aussi des messages privés ; le même phénomène se produit sur Facebook, Youtube ou autres réseaux sociaux. Le cas de l'entrepreneur américain, blogueur et auteur à succès de sujets marketing, Seth Godin, est emblématique de cette migration des commentaires : les commentaires sur son blog quotidien sont fermés, et il n'est joignable que par e-mail. Jusqu'à récemment, il répondait méticuleusement à tous ses e-mails, ainsi les conversations qui auraient normalement lieu dans la zone "commentaires" d'un blog se déroulaient donc dans la zone des messages électroniques, ce qui modifie la nature de la communication (pas de commentaire-lien, pas ou moins de trolling, pas ou moins de digression). Le commentaire délocalisé privé témoigne de l'innombrabilité des énoncés du web, qui laisse ouverts tous les fils relationnels.⁴⁸

10.1.10. Le commentaire délocalisé public

Ces commentaires délocalisés font partie intégrante de la forme « commentaire » en ligne, ou du genre, si on le qualifie comme tel. Or, ils ne sont jamais visés par les chercheurs qui, en sciences du langage ou en sciences de l'information et de la

⁴⁶Marie-Anne Paveau. Op cit. P48.

⁴⁷ Ibid.p48.

⁴⁸ Ibid. Op cit. P49.

Communication, élaborent des corpus à des fins d'analyse. Élaborer un corpus de commentaires intégrant les commentaires délocalisés est donc un processus complexe qui devrait être assorti d'une enquête auprès des usagers pour recueillir ces données non immédiatement collectables par une simple observation extérieure devant écran.⁴⁹

10.1.11. Le commentaire-partage, un pseudo-commentaire

On l'appelle un pseudo commentaire car il n'est pas identifié par les métadonnées du site lui-même. La fonction de partage ou de rapport sur le discours technique est à la fois de définir et de construire des réseaux sociaux. La pertinence de cet espace de discours est largement assurée par des fonctions partagées, qui permettent de citer et de diffuser des contenus sous différents angles. Plate-forme à plate-forme, écosystème à écosystème. Partager peut Joignez un commentaire, décrit par Facebook, en filigrane "Dis quelque chose..." dans la fenêtre de partage. Dire quelque chose à propos de quelque chose est vraiment une fonction de commentaire. Ainsi, là où la plateforme le permet, toutes les déclarations accompagnant les mises peuvent avoir le statut de commentaire et doivent donc être intégrées dans des catégories, même sous forme de pseudo-commentaires. C'est aussi le cas de ce qu'Anaïs Mak appelle le fork 12, notamment dans l'écosystème de Tumblr, notamment en republiant un post pour pouvoir le commenter, le système n'autorisant pas les commentaires.⁵⁰ Il met en évidence :

« L'absence a priori de la fonction de commentaire. Cette absence de possibilité de communication est très rare sur un site reprenant les codes d'un réseau social dans lequel chacun peut suivre et se faire suivre. En effet, il peut sembler surprenant qu'il n'y ait pas d'option « commenter » sur laquelle, d'un simple clic, l'utilisateur peut laisser un message » (Mak 2014, en ligne).⁵¹

Les utilisateurs de Tumblr utiliseront donc une autre fonctionnalité, retweeter afin de pouvoir poster un commentaire, ce qui constitue Une forme de piratage ou de propagande : « C'est donc davantage par la fonction Reblog que se joue l'échange. En effet, c'est seulement en rebloguant un contenu que l'on a l'occasion de rajouter un texte au contenu. C'est de cette manière que la plupart des interactions écrites se jouent sur Tumblr. La plateforme permet donc bien une communication entre les utilisateurs » (Mak 2014 : en ligne).⁵²

⁴⁹ Marie-Anne Paveau. Op cit p49.

⁵⁰ Ibid. p52.

⁵¹ ibid

⁵² ibid

Chapitre 2 : Approche énonciative

Après avoir fini avec le premier chapitre, dans le présent chapitre Nous tenterons, premièrement, d'aborder la notion d'interaction. En deuxième lieu, nous mettrons l'accent sur l'approche énonciative selon les linguistes Emile Benveniste et Dominique Maingueneau dont nous utiliserons comme outils d'analyse à notre corpus.

Dans ce chapitre nous faisons appel au concept interactionnisme car l'interaction est un élément primordial dans notre travail c'est pour cela nous ne pouvons pas le négliger.

1. Aperçu historique sur l'interactionnisme

Le courant interactionniste se situe au carrefour de disciplines d'orientations différentes à savoir : la psychologie, la sociologie, l'ethnométhodologie, la linguistique, l'ethnographie.

La linguistique s'est tardivement détachée de la grammaire et elle a élargi son champ d'intérêt au-delà des petites unités linguistiques comme les mots et les phrases allant vers les discours et les interactions.

Les approches linguistiques des interactions mettent l'accent seulement sur le contenu verbal mais elles intègrent l'extralinguistique, indispensable pour la bonne compréhension, à ce titre, citons : la notion du contexte qui permet aux linguistes de suivre le déroulement de l'interaction à partir des indices d'énonciation.¹

Selon Kerbrat-Orecchioni l'interactionnisme une réflexion qui prends ses origines de défèrent courants qui s'entrecroisent et se complètent pour concourir une approche interactionnelle pluridisciplinaire et ne s'avère pas comme un simple domaine. Elle disait que « La réflexion en matière d'interactionnisme est à l'heure actuelle extrêmement diversifiée : on ne peut pas parler à ce sujet d'un "champ" ou d'un "domaine" homogène, mais plutôt d'une "mouvance" qui traverse plusieurs disciplines, et dont l'unité repose sur Quelques postulats fondamentaux plutôt que sur l'existence d'un ensemble unifié de propositions descriptives. »²

1.1. L'interaction

La conception classique de la communication, celle de Roman Jakobson a été remise en question par les chercheurs en analyse conversationnelle. Ils

¹ BOUZIDI Nour elhouda, (2018/2019), Analyse conversationnelle des interactions en ligne : cas des commentaires sur Facebook, Mémoire présenté pour l'obtention Du diplôme de Master Académique, UNIVERSITE MOHAMED BOUDIAF - M'SILA, p25.

²Idem.

portent leur intérêt sur la dimension interactionnelle qui consiste à agir et faire agir autrui. Une activité si complexe dans laquelle les interactants, par une influence mutuelle obligatoire, garantissent l'intercompréhension, voire une « Interaction ». D'après Dominique Maingueneau, l'interaction :

« C'est un des termes fondamentaux de l'analyse du discours. A strictement parler, on devrait distinguer interaction et interaction verbale, car toute communication entre deux personnes n'est pas nécessairement verbale. Mais, en général, en analyse du discours interaction s'entend comme interaction verbale entre deux participants, deux interactants. »³

« Le langage implique l'échange, donc une détermination réciproque et continue des comportements de tous les sujets engagés dans cet échange : parler c'est échanger et c'est changer en changeant ». ⁴

Aussi, cette notion se base sur ce qu'on appelle le contact physique « le face à face » ou la co-présence immédiate ou réelle des interactants. Mais il existe un autre type d'interaction est plus répandu dans notre vie quotidienne qui est l'interaction à distance ou par des outils technologiques.

1.2. Les canaux du message interactionnel

La communication ordinaire ou l'interaction de face –à-face est nécessairement construite sur le verbal, le paraverbal et le non verbal, mais aussi les différents canaux d'expression. Et pour la composition du message interactionnel L'étude de la multicanalité de la communication nous amène les différents canaux d'expression Traverso nous explique, à partir de la typologie suivante, ces différents canaux : ⁵

2. Le canal auditif (production verbo_vocale)

Tout ce qui est verbe prononcé ou perçu passe par ce canal, par exemple les caractéristiques de la voix du sujet parlant : voix haute, voix basse.

2.1. Le canal visuel

Dans l'interaction en ligne, le verbal correspond souvent au (texte) transcrit par le commentateur alors que le non- verbal et le para verbal sont représentés par les smileys (émoticônes). A partir de là, il nous paraît indispensable, pour les besoins de notre analyse de les cerner.

3. Les émoticônes (les smileys)

³ BOUZIDI Nour elhouda, op cit. p25.

⁴ D, Maingueneau, Dictionnaire d'analyse du discours, édition du seuil, Paris, (2002), p196.

⁵ BOUZIDI Nour elhouda, op cit. p27.

Qu'on parle des écrits en ligne les émoticônes sont un élément primordial qui apparaissent fréquemment dans le contexte virtuel. Pour une définition des émoticônes, nous nous référons à Pierre Halté, qui les définit comme suit : « Les émoticônes sont des icônes de mimiques faciales dont la fonction principale est d'indiquer une émotion. On les appelle aussi parfois " smileys "ou encore "binettes ". » 36. Ainsi, les émoticônes appelés aussi binettes, fonctionnent comme indicateurs d'expressions faciales indiquant l'état émotionnel du participant. De leur côté, Marccocia voit que : « les smileys sont des phénomènes qui s'inscrivent dans un processus de cadrage plus large : faire du face à face avec de l'écrit ». ⁶ Les smileys permettent de moduler et de bien cerner le sens des énoncés dans lesquels ils apparaissent. En effet, « dans les interactions en ligne, les émoticônes sont lus en tant qu'icônes et images équivalentes aux expressions faciales et gestuelles de face-à face ordinaire ». ⁷

4. La Construction locale de l'interaction : les tours de paroles :

4.1. Définition du tour de parole « Tp »

« Le TP est la contribution d'un locuteur donné à un moment donné de la conversation ; cette notion équivaut donc à ce qu'on appelle au théâtre des répliques. Les tours de parole des différents locuteurs s'enchaînent selon un système d'alternance. En analyse conversationnelle, le tour de parole constitue l'unité essentielle d'organisation des productions orales dialoguées ». ⁸

Les tours de paroles s'effectuent selon un principe général « chacun son tour » et garantis par des « règles d'alternance » qui sont présentées dans un texte fondateur de Sacks, Schegloff et Jefferson (1974). Ajoutons que ces prises de paroles, dans la situation la plus harmonieuse, s'enchaînent avec un minimum de chevauchements, d'hésitations et de silences.

4.2. La composition et la régulation des tours

4.2.1. Régulateur

« Ce terme désigne l'activité verbale, vocale et memo gestuelle par laquelle les auditeurs soutiennent la production du tour de parole d'un locuteur. Il est utilisé pour traduire le terme anglais « back channel » introduit par V.Yngve (1970) pour désigner le canal sur lequel la personne dont c'est le tour reçoit de courts messages tels que (oui), (hm) ». ⁹

⁶ BOUZIDI Nour elhouda, op cit. P28.

⁷ Idem. P28.

⁸ D, Maingueneau, op cit. P 577.

⁹ Idem. P 439.

4.2.2. En analyse du discours

«Selon P. Charaudeau ce terme fait partie des quatre principes qui fondent l'acte de l' langage (avec les principes d'altérité, d'influence et de pertinence). Pour lui, le principe de régulation est ce qui permet de maîtriser le jeu des influences. Il « constitue à la fois, la condition pour que les partenaires s'engagent dans le processus de reconnaissance du contrat de communication, et la condition pour que se poursuive et aboutisse l'échange communicatif » (1995 a :88) « il permet donc au sujet communiquant de mettre en œuvre certains stratégies de base dont la finalité consiste à assurer la continuité ou la rupture de l'échange par : acceptation/ rejet de la parole de l'autre et de son statut en tant qu'être communiquant, valorisation/ dévalorisation du partenaire, tout en lui accordant la droit à la parole, revenication/ aveu de la part du sujet parlant' à propos de la construction de son identité » (1991 a : 31).¹⁰

4.2.3. Les lois d'allocation des tours

L'organisation et l'équilibre des tours de paroles dans l'interaction se base sur des règles d'allocation des tours le but de ses règles c'est la minimisation des silences et de chevauchement.

Ils permettent aussi d'éviter la monopolisation de la parole et la focalisation sur un seul contenu pendant un long intervalle

D'après Traverso : « le locuteur en cours (soit Lc) sélectionne le locuteur suivant (soit Ls) [...] ; cette sélection s'effectue par des indices de nature syntaxique, prosodique, gestuelle et / ou posturale. ». Elle ajoute : « si Lc n'a sélectionné personne, un Ls peut s'auto-sélectionner ; le premier locuteur à démarrer par auto-sélection acquiert les droits sur le tour ».¹¹

Nous comprendrons qu'il y'a deux sortes de parole qui sont : la désignation ou l'auto-désignation des locuteurs en interaction.

4.2.4. La composition et la régulation des tours

Grammaticalement parlant, un tour de parole peut être composé d'un seul mot, d'une phrase simple ou complexe (qui contient deux propositions). Il y a aussi des tours qui, sur le plan grammatical sont incomplets, ils sont interactionnellement complets, comme par exemple le cas d'un énoncé constitué de deux syntagmes, l'un des deux complète l'autre.

¹⁰ D, Maingueneau, op cit. p495.

¹¹ BOUZIDI Nour elhouda, op cit. P31.

Ajoutant qu'on assiste fréquemment, dans une interaction verbale, à des productions verbales plus ou moins élaborées, telles que : "ouais", "ah", "euh", "d'accord", "hum". on les appelle les régulateurs : « Dans l'analyse conversationnelle, on désigne Par-là “ des contributions linguistiques du récepteur qui ne provoquent pas d'interruption dans la parole du locuteur principal“. »¹²

Il faut signaler qu'il existe également des signaux non-verbaux qui relèvent de l'activité de régulation, on cite entre autres : les hochements de tête, les changements de regards et de postures, les sourires. L'activité de régulation est donc indispensable pour le bon déroulement de l'interaction.

5. La théorie de l'énonciation

Grawitz disait ceci : «Considérez la structure d'un texte en le rapportant à ses conditions de production, c'est l'envisager comme discours. », Et cette même perspective est exactement adoptée par l'approche énonciative. Cela dit : Discours + condition de production = l'étude de l'énoncé.¹³

Quand on parle de l'analyse du discours nous ne pouvons pas exclure l'approche énonciative et pour interpréter un énoncé on doit relever ses circonstances de production : le lieu, le temps et les actants.

La théorie énonciative du linguiste Emile Benveniste fondée dans les années 20 et 30 en France vient s'ajouter à la linguistique saussurienne et d'une manière s'oppose à celle-là car, si l'objet d'étude de la linguistique de Saussure est la langue celui de Benveniste deviendra la parole et selon, lui la langue n'est qu'un acte d'énonciation, elle n'est qu'un discours et naturellement temporelle tout comme les autres actes. Benveniste à travers cette théorie étudie généralement la langue dans son usage.¹⁴

Il voit aussi que le terme de l'énonciateur c'est le noyau de l'énonciation, aussi est une notion centrale pour toute linguiste et pour toute analyse du discours qui s'inscrive dans une perspective énonciative. « Elle a une valeur toutefois une valeur instable, selon les relations qu'elles entretiennent avec des notions voisines comme celle de locuteur, de sujet parlant ou de point de vue. A la différence de son corrélat, énonciation, elle n'est pas employée ni par Bally ni même par E. Benveniste. C'est A.Culioli qui lui a donné le statut d'un concept, en l'associant à co-énonciateur ». ¹⁵ On assimile toujours un énonciateur à celui qui dit je, qui, dans l'interlocution occupe la place de producteur physique de l'énoncé. Également, « en analyse du discours on

¹² BOUZIDI Nour elhouda, op cit. P 31.

¹³ MAÏGA Aly, op cit p 13.

¹⁴ Idem. P 13.

¹⁵ D, Maingueneau, op cit. P 221.

ne s'intéresse pas aux sujets considérés indépendamment des situations de communication ». ¹⁶

5.1. Enoncé

« Désigne le produit de l'acte d'énonciation ». ¹⁷ ce terme est polysémique ne prend qu'à l'intérieur de diverses oppositions :

5.1.1. Enoncé/phrased

D'un point de vue syntaxique on oppose c'est deux termes pour Ducrot « l'énoncé doit être distingué de la phrase, qui est une construction du linguiste, permettant de rendre compte des énoncés... faire la grammaire d'une langue, c'est spécifier et caractériser les phrases sous-jacentes aux énoncés réalisables par le moyen de cette langue » (1984 :177). ¹⁸

L'énoncé défini comme l'unité de communication élémentaire, une séquence verbale dotée de sens et syntaxiquement complète. Tandis que, la phrase est un type d'énoncé.

_ A un niveau supérieur énoncé est souvent considéré comme un équivalent de texte, c'est-à-dire comme une suite verbale rapportée à l'intention d'un même énonciateur et qui forme un tout relevant d'un genre de discours déterminé : un bulletin météorologique, un roman, un article de journal. ¹⁹

Nous pouvons comprendre que l'étude de la théorie énonciative c'est le fonctionnement de la langue et cette théorie se contente de faire une description de la parole qui est une manifestation réelle de la langue. C'est l'emploi de certains signes que les circonstances de l'énonciation vont changer qui nous intéressent, c'est-à-dire un énoncé produit dans telle circonstance n'est jamais le même si on change seulement un seul élément de ses paramètres.

Par exemple : le 31 mars 2021 un Facebooker du nom de Hacene khelifa Map après avoir lu le texte émis par l'écrivain Yasmina Khadra sur sa page Facebook « Yasmina Khadra » qui parlait de l'apparition de son nouveau roman « *POUR L'AMOUR D'ELENA* », commente le texte en disant ceci : « bonne continuation monsieur ».

Les acteurs dans cet énoncé sont : Enonciateur « Yasmina Khadra », Enonciataire (Hacene khelifa Map), le temps : le 29 avril 2021, le lieu : En commentaire de la page. Et si on change seulement un élément de l'énoncé, il sera différent. C'est le cas ici : le 20 mars 2011 un Facebooker du nom de Hacene khelifa Map après avoir lu le

¹⁶ D, Maingueneau, op cit. P224.

¹⁷ D. Maingueneau, les termes clés de l'analyse du discours, édition du seuil, 1996, p 35.

¹⁸ Idem. P 36.

¹⁹ Idem, p37.

texte émis par l'écrivain Yasmina Khadra sur sa page Facebook «Yasmina Khadra » qui parlait de l'apparition de son nouveau roman « POUR L'AMOUR D'ELENA », commente le texte en disant ceci : « bonne continuation monsieur ». Tous les acteurs restent les mêmes, aucun élément n'a changé à part le temps. Tous les acteurs restent les mêmes, aucun élément n'a changé à part le temps. Un deuxième nouvel énoncé distingue du premier est née en changeant seulement un composant dans le premier énoncé, sur ce chaque énoncé dépend des circonstances et de sa production.

L'énonciation est donc définie comme l'opération de produire des énoncés, c'est un acte individuel d'utilisation de la langue et Benveniste définit les énoncés comme une production langagière marquée par deux pauses et l'énoncé peut être un texte, un mot ou une phrase suite à un segment effectivement produit par un locuteur.²⁰ Aussi l'énoncé a une valeur informative liée aux circonstances de sa production on le compare par le produit fabriqué tandis que l'énonciation c'est l'acte de la production. La linguistique énonciative nous montre tout ne relève pas l'individu s'intéressant à la parole qui est un fait individuel selon, Saussure. Il y a qu'à même des caractéristiques communes à tous les individus, ses caractéristiques qui accompagnent chaque énoncé Benveniste les appelle l'appareil formel de l'énonciation (le dispositif de l'énonciation). C'est-à-dire le fait de s'approprier la langue en utilisant bien sûr les éléments linguistiques particuliers, quand on utilise la langue on ne fait qu'une description de la réalité et on ne fait pas copier et coller le monde sinon il aura une description unique, donc une langue unique car, déjà chacun à sa façon de le décrire, l'appareil formel relit celui qui parle et l'introduit dans sa parole.²¹

5.2. La situation d'énonciation

Ce terme désigne des niveaux distincts de la mise en discours. Ils sont utilisés par P. Charaudeau qui propose un modèle d'analyse du discours à 3 niveaux chacun d'eux correspond à un type de compétence :²²

5.3. Le niveau situationnel

Est le lieu où se trouve les données externes qui jouent le rôle de contraintes « déterminent l'enjeu de l'échange, ces contraintes provenant à la fois de l'identité des partenaires et de la place qu'ils occupent dans l'échange, de la finalité qui relie en termes de visée, du propos qui peut être convoqué et des circonstances matérielles dans lesquelles il se réalise » (2000b)

²⁰ MAÏGA Aly, op cit p 14.

²¹ Idem, p14.

²² D, Maingueneau, op cit. P 533.

5.4. Le niveau discursif

Est le lieu où s'instaurent les différentes « manières de dire » plus ou moins codifiées du sujet : « ses façons de parler, les rôles langagiers qu'il doit tenir (...) en fonction des instructions contenus dans les contraintes situationnels » (2000b :70).

5.5. Le niveau sémiolinguistique

Est le lieu des choix linguistiques qui configurent le texte où sont ordonnancée « les formes des signes, leurs règles de combinaison et leur sens, sachant que ceux-ci sont employées pour exprimer une intention de communication, en relation avec les données du cadre situationnel et les contraintes de l'organisation discursive » (2000b94).

Selon Benveniste, toute situation d'énonciation exige ses éléments suivants :

Deux acteurs au minimum : un énonciateur et un énonciataire, un lieu et un temps. Ces composants de toute situation d'énonciation correspondent aux questions suivantes : (qui ? à qui ? où ? et quand).²³ Comme dans l'exemple suivant : la page « Yasmina Khadra » l'écrivain Yasmina Khadra publié un statut dans le but de promouvoir son roman le 30/03/2021, un abonné actif sur la page commentait avec



ce passage :

Le locuteur ? Ou qui ? Ou encore celui qui parle ? Est : Yasmina Khadra.

A qui ? Ou l'interlocuteur ? Est : la page Yasmina Khadra qui est responsable de la publication.

Où ? Ou le lieu ? : En commentaire de la page.

Le temps ? Ou Quand ? : Le 30 mars 2021.

5.6. Les déictiques

Ils sont indispensables dans l'analyse énonciative car nous les considérons comme des unités linguistiques inséparables de la situation d'énonciation sont aussi des petites unités porteuses de sens. « Elles ont intéressé aussi bien les linguistes (O. Jespersen, E. Benveniste).²⁴ Elles manifestent en effet la réflexivité fondamentale de l'activité linguistique. Comme l'a montré G. Kleiber (1986 :4), les multiples définitions qu'on a données de ce type d'unités se répartissent en deux ensembles :

²³ MAÏGA Aly, op cit p 15.

²⁴ D, Maingueneau, op cit. P 155.

(1) celles qui mettent l'accent sur le lieu et l'objet de référence ; c'est le cas de la notion d'embrayeur ; (2) celle qui mettent l'accent sur le mode de donation du référent ; c'est le cas quand on parle de « déictique » ou « d'expression sui-référentielle ». Le terme « embrayeur » est largement utilisé, mais la définition qu'en donne R. Jakobson s'est révélée imprécise à la lumière des travaux qui ont été menés sur la référence par les courants pragmatiques ». ²⁵

5.6.1. Les déictiques indiquant la personne ²⁶

(Je, tu, nous et vous), Benveniste affirme qu'ils sont des véritables indices de la personne. **(Il, ils, elle, elles)**, représentant et anaphorique.

Il : peut représenter tout (choses, gestes,). Pour cela Benveniste l'appelle la-non personne.

(On,) selon Benveniste, ce pronom est défini. Il est défini s'il renvoie à une personne ou un groupe bien défini. D'autre part il peut être générique quand il joue le rôle d'un sujet universel, il renvoie à tout le monde.

Le troisième critère est que le pronom **on** peut être inclusif s'il inclut le locuteur dans l'énoncé.

5.6.2. Les déictiques indiquant le temps

5.6.2.1. Les temps verbaux

-Le présent de l'énonciation

-Le passé composé

-Le futur simple

5.6.2.2. Les circonstances temporelles

Elles expriment des valeurs temporelles relatives au moment de l'énonciation autrement dit, on a besoin du moment de l'énonciation pour pouvoir définir la valeur temporelle des adverbes employés dans l'énoncé.

5.6.2.3. Les déictiques indiquant l'espace

On a Les adverbes de lieu, Les adjectifs démonstratifs.

²⁵ D, Maingueneau, op cit. P 533.

²⁶ MAÏGA Aly, op cit p 16.

6. Niveau de l'énonciation

La relation entre énoncé et l'énonciation peut être établie par les éléments déictiques. Lors de la production d'un énoncé, on fait parfois des références à la situation d'énonciation d'une manière ou d'une autre. Et cette référence qui ne se fait qu'à travers les déictiques est le seul moyen qui peut établir ou ne pas établir la relation entre l'énoncé et la situation de l'énonciation. D'après cela, on trouve un énoncé embrayé dans la situation de l'énonciation et un énoncé non embrayé.²⁷

7. Les types del'énoncé

8. 7.1. Enoncé ancré

Il est ancré quand on connaît la situation de l'énonciation (présence des indices de personne, de lieu et du temps).

7.2. Enoncé non ancré

Ne dépend pas d'une situation d'énonciation (pas de présence d'un énonciateur ou d'un récepteur).

7.3. Un énoncé embrayé

C'est lorsque les déictiques se trouvent présents dans un énoncé donné car, c'est la présence des déictiques qui nous permet de dire que la relation entre l'énoncé et la situation d'énonciation s'est établie ou non.²⁸

9. La subjectivité langagière

Pour Benveniste la subjectivité n'est autre que « la capacité du locuteur à se poser comme sujet, et c'est dans le langage qu'il faut chercher les fondements de cette aptitude, c'est dans le langage que l'homme se constitue en sujet ».²⁹ il ajoute que la conscience de soi n'est possible que si elle s'éprouve par contraste « pas de subjectivité sans intersubjectivité ». La subjectivité langagière est un élément de base dans l'énonciation on pose toujours la question suivante : quelle est la position de l'énonciateur et quel est son degré d'interrogation dans le discours ?

Nous pouvons dire que c'est tout ce qui a une relation avec la personnalité du sujet parlant, à ses impressions, à son affinité à ses états de consciences.

²⁷ MAÏGA Aly, op cit p 17.²⁸ Idem, p 18.

²⁹ D, Maingueneau, op cit. P 550.

10. La stylistique

Discipline qui s'est constituée progressivement dans la seconde moitié du 20^e siècle à la jointure entre rhétorique et linguistique, elle voit son domaine de validité restreint tantôt au seul corpus littéraire, tantôt ouvert à tous les usages d'une langue.³⁰

C. Bally au début du 20^e siècle développe une stylistique qui aborde l'ensemble du langage sous l'angle de « l'expressivité », des relations entre langage « affectif » et langage « intellectuel » : « j'annexe au domaine de la langue une province qu'on a beaucoup de peine à lui attribuer : la langue une parlée dans son contenu affectif et subjectif. Elle réclame une étude spéciale : c'est cette étude que j'appelle la stylistique » (Bally 1913 :158).³¹

La stylistique est l'étude linguistique des styles, c'est-à-dire des régularités idiolectales observées dans les oeuvres littéraires. Comme la rhétorique et la poétique contemporaines, qui forment des domaines connexes, la stylistique est une discipline critique, en ce qu'elle est une source inépuisable de remise en cause épistémologique de la science du langage, restreinte aux dimensions du signe.³²

J.M. Adam propose de réintégrer « le style dans une théorie de la langue et du texte » (1997à :12).³³

11. Texte

Il prend des valeurs variables tel que la notion du discours et énoncé. Il est employé comme un équivalent d'énoncé, comme suite linguistique autonome, orale ou écrite, produite par un ou plusieurs énonciateurs dans une situation de communication bien déterminé. De Beaugrande et Dressler (1981 : chap. 1) le définissent comme « une occurrence communicationnelle »³⁴ qui satisfait à des critères interdépendants :

1/un critère de cohésion, perceptible en particulier dans le jeu des dépendances entre les phrases ;

2/ un critère de cohérence.

Deux autres concernant la relation entre les participants de l'acte de communication :

3/ un critère d'intentionnalité : l'énonciateur vise à produire un texte susceptible d'avoir un effet d'achèvement sur le coénonciateur ;

³⁰ D, Maingueneau, op cit. P547.

³¹ Idem.

³² Franck Neveu, Dictionnaire des sciences des langages, Armand-Colin, Paris, 2004, p 523.

³³ D, Maingueneau, op cit. P 547.

³⁴ D. Maingueneau, les termes clés de l'analyse du discours, op cit. P 81.

4/ un critère d'acceptabilité : le coénonciateur s'attend à interpréter un texte qui vienne s'inscrire dans son monde.

12.PRAGMATIQUE

La pragmatique est un domaine des sciences du langage qui peut être décrit à la fois comme un carrefour de disciplines, où se croisent notamment les linguistiques énonciatives, la sociolinguistique, la psycholinguistique, la sémantique des textes, la sémiotique, l'analyse conversationnelle, les sciences de la communication, ou les sciences cognitives. Elle fait porter son étude non sur le système de la langue mais sur son usage, et particulièrement sur les questions liées au sens et à l'interprétation des énoncés.³⁵

13.ACTE DE LANGAGE

« La notion d'acte de langage résulte de l'idée que dans la communication effective le langage n'a pas pour fonction de décrire le monde mais d'agir sur le monde. Austin distingue trois types d'actes de langage : l'acte locutoire* (ou locutionnaire), acte de parole proprement dit (acte de locution), caractérisé par la production des sons et des morphèmes, et par leur organisation grammaticale, en conformité avec les structures de la langue dans laquelle l'énoncé est proféré ; l'acte illocutoire* (ou illocutionnaire), acte accompli en disant, qui résulte du fait qu'en accomplissant un acte locutoire, par l'usage conventionnel de tel ou tel type d'énoncé, on accomplit par là même en même temps un autre acte, de nature différente (par exemple un acte de menace, un acte d'injonction, ou un acte de promesse) ; l'acte perlocutoire* (ou perlocutionnaire), accompli par le fait de dire, correspondant à l'effet qui est dérivé de l'activité linguistique (il ne lui est pas intrinsèque), et qui est produit sur le coénonciateur par l'énonciation (un énoncé peut surprendre, inquiéter, réconforter.) et par là même susceptible de modifier le contexte ».³⁶

³⁵Franck Neveu, Dictionnaire du sciences des langages, op cit, p 461.

³⁶ Idem, p23.

³⁴ D. Maingueneau, les termes clés de l'analyse du discours, op cit. P 81.

Chapitre 3 : Partie Analytique

Après avoir fini avec la première partie de notre travail dans lequel nous avons fait appel aux notions théoriques, le présent chapitre a pour but l'analyse de notre corpus à partir de la plateforme du réseau social Facebook, à savoir : les commentaires. Dans ce chapitre nous focaliserons beaucoup plus sur l'activité interactionnelle dans les commentaires sur la publication de l'écrivain algérien Yasmina Khadra sur sa page officielle afin de savoir si vraiment le réseau FB est un outil efficace pour la promotion de son nouveau roman « *POUR L'AMOUR D'ELENA* ». D'abord, nous présenterons le cadre méthodologique de notre analyse en commençant par une fiche technique de la page Facebook choisie pour en dégager les commentaires et une présentation du corpus. Puis nous allons les classer selon leurs types comme l'avait fait Marie-Anne Paveau dans son Dictionnaire « *ANALYSE DU DISCOURS NUMERIQUE* », également, nous passerons à l'analyse de l'activité de régulation dans les commentaires et l'interprétation des tours des paroles et leurs compositions. Enfin, nous clôturerons notre travail par l'analyse énonciative afin d'extraire les différents actants dans les commentaires sur cette page qui sont : l'émetteur, le récepteur, le lieu et le temps. Également, les déictiques qui renvoient à la personne le lieu et le temps afin de montrer qu'il y'a un trait d'union qui relie l'énoncé et la situation d'énonciation à travers les commentaires dans lesquels il y a l'implication de l'énonciateur et de l'énonciataire dans la même situation d'énonciation.

1. Cadrage méthodologique

2. Fiche technique de la page choisie

Nom de la page : Yasmina Khadra

Web site : Yasmina-Khadra.com

Date de création de la page : 14 novembre 2015

Personnes génératrices de la page : 13 (en Algérie) et 02(en France)

Nombre d'abonnés : 308 K abonnés.

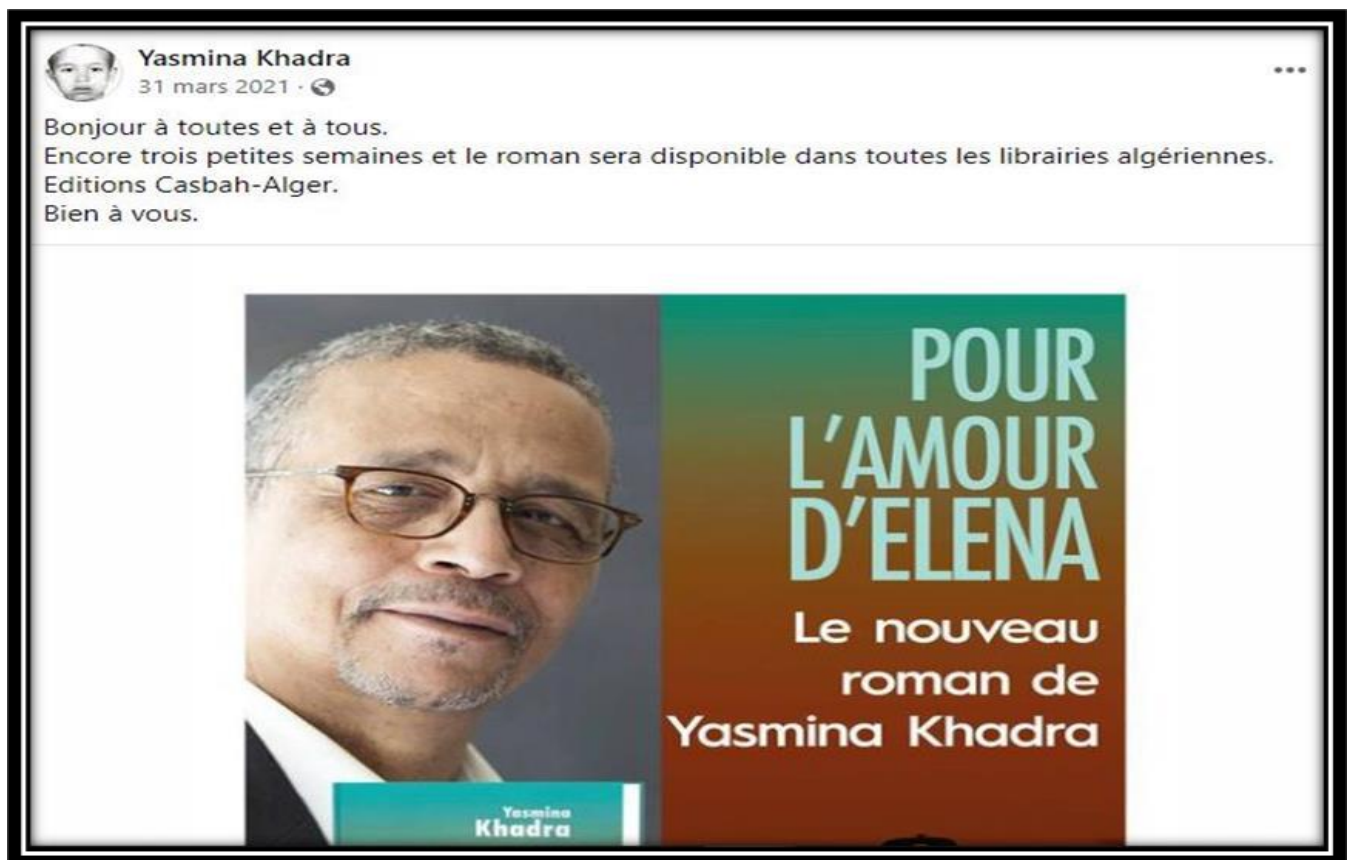
3. Présentation du corpus

Notre corpus s'agit d'une petite publication qui se compose d'un petit texte + une image et d'un certain nombre de commentaires environ (842 et 596 partages) mais pour les besoins de l'analyse nous avons choisi (95) émis par des facebookers sur la page officielle de Yasmina Khadra dans le cadre de donner leurs différents points de vue à propos de son roman « *Pour l'Amour d'Elena* ».

4. L'analyse des commentaires

Les discours produits sont des réactions verbales qui se manifestent dans l'espace commentaire de la page Facebook « Yasmina Khadra » d'une part à propos du diffusé et d'autre part dans une interaction entre les facebookers eux-mêmes qui implique forcément un émetteur qui émet un message s'adressant à un récepteur (qui est le responsable du contenu diffusé sur la page et souvent aussi un facebooker qui réagit dans l'espace commentaire) dans un temps et un lieu précis (qui est ici l'espace commentaire).

Yasmina Khadra publiait le 31/03/ 2021 sur la page Facebook « Yasmina Khadra » que :



5. Le contenu de la publication

Elle se compose d'un petit texte avec une image du roman émis par l'auteur lui-même pour inciter ses fans à acheter son nouveau produit après une période qui ne dépasse pas 21 jours et le nouveau roman sera disponibles en Algérie.

La majorité des commentaires sont de nature textuelle écrite accompagnés parfois par des procédés non-linguistiques (image, GIF...) et même les commentateurs font appel au dialecte et la langue arabe classique. Aussi les facebookers ont d'autres processus pour entrer en interaction et pour faire connaître ce nouveau roman nous observons qu'ils peuvent :

- taguer leurs amis : ils utilisent une méthode adressatif ¹.
- Commenter par des stickers.
- Le GIF : « il permet d'exprimer rapidement une émotion ou une réaction »²
- Les énoncés de geste(like)
- Commenter par lien
- Le commentaire-remerciement
- Commentaire-réponse.
- Le commentaire-partage
- Un pseudo-commentaire

Nous cherchons à travers ce point à identifier les modes d'expression et d'interaction utilisés par les internautes et qui leur permettront de passer leurs commentaires. Les canaux d'expression dans l'interaction verbale de face-à face ordinaire peuvent se défaire des canaux linguistiques (les énoncés prononcés), et paralinguistiques (gestes, mimiques et intonation). Elle s'agit donc d'une interaction multicanale.

Pour faciliter la tâche nous allons les classer en groupe selon leurs types. Puis nous les analysons.

6. Les modes d'expression dans les commentaires de Facebook

Nous commencerons par :

¹ BOUZIDI Nour elhouda. (2018/2019). Analyse conversationnelle des interactions en ligne : cas des commentaires sur Facebook.p42.

² <https://www.anthedesign.fr/communication-2/gif-anime-communication-digitale/> consulté le 27/03/2022.

6.1. Le commentaire relationnel

Il s'appelle commentaire relationnel car il constitue une simple relation, de type phatique, avec le discours premier, qu'il s'agisse de son auteur ou de son contenu. Dans ce type de commentaire, il n'existe pas de conversation. (Voir annexes illustration 01)

6.2. Les énoncés de geste

Les énoncés de geste liés aux technosignes et possèdent une signification variée et implicite. Nous ne pouvons pas les comprendre qu'à partir du contexte de la communication. (Voir annexes illustration 02)

6.3. Le commentaire discursif

Il renforce le contenu de la publication à travers les conversations entre les internautes dans l'espace commentaire. (Voir annexes illustration 03)

6.4. Le commentaire-remerciement

Le commentaire-remerciement possède une fonction principalement sociale. (voir annexes illustration 04)

6.5. Les commentateurs utilisent un procédé adressatif pour interpeller leurs amis à la publication. (Voir annexes illustration 05)

6.6. Les participants peuvent commenter uniquement par des stickers qui portent aussi une signification tel que les énoncés verbaux et pour que ce soit plus clair. (Voir annexes illustration 06)

6.7. Les fans peuvent résumer toute une expression à l'aide d'une photo ou une image fixe. (Voir annexes illustration 07)

6.8. Les GIF. (Voir annexes illustration 08)

7. Tableau récapitulatif :

Publication= énoncés+ image fixe.	
Les commentaires	le nombre
Le commentaire relationnel	17
Les énoncés de geste*	14
Le commentaire discursif	14
Le commentaire-remerciement	14
Le commentaire adressatif	18
Les stickers	04
Les photos	09
Les GIFS	05

7.1. Commentaire du tableau:

Le tableau montre que les commentaires produits ne font pas seulement appel aux textes transcrits (énoncés écrits), mais les commentateurs utilisent aussi d'autres processus communicatifs paraverbaux et non- verbales.

-Les commentateurs interagissent en utilisant majoritairement les énoncés, ces écrits d'écrans sont produits à l'aide des procédés linguistiques accompagnés parfois des procédés non- linguistiques telque : Les séquences visuelles (photos, GIF sont souvent utilisées par les facebookers).

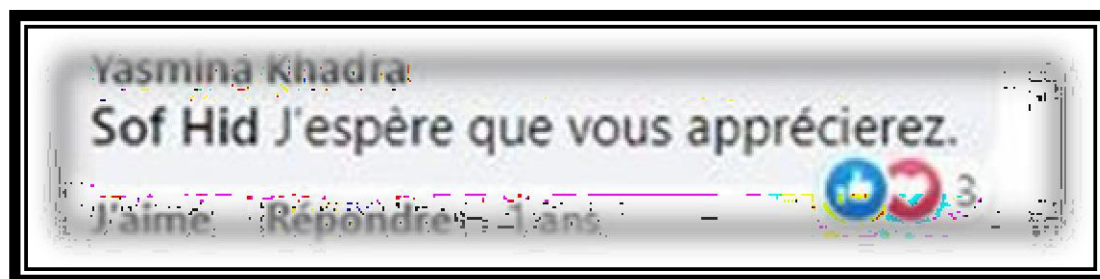
- Nous observons que dans les commentaires-relationels les internautes interagissent avec le contenu de la publication mais sans aucune interaction entre eux Comme nous allons le voir dans les commentaires suivants(09,10,11 voir annexes illustration 01)
- Concernant Les énoncés de geste nous ne pouvons pas les comprendre qu'à partir du contexte de la communication à titre d'exemple « **le Like** » est omniprésent dans toutes les plateformes, le commentateur l'utilise pour exprimer son accord envers la publication et la même chose pour les émojis

* Le like, issu de Facebook et désormais présent sur de nombreuses plateformes, ou le favori devenu lui aussi un « j'aime » sur le réseau Twitter, constituent des commentaires non langagiers, produisant Cependant un discours implicite. Ces énoncés de geste constituent des manifestations phatiques, formulant de l'émotion ou signifiant une approbation, et de nombreuses autres significations contextuelles. Les énoncés de geste liés aux technosignes ont en effet des significations variées et implicites, qui ne se saisissent qu'à partir du contexte de la communication.

que nous pouvons les utiliser selon un contexte précis est chacun d'eux a une signification propre à lui.

Ils peuvent aussi apporter des informations sur l'état émotionnel de leurs émetteurs et ils ont davantage et une fonction de renforcement du contenu verbal (cœur d'amour, mimique faciale d'amour et de pleurs). Par exemple dans les commentaires ci-dessous nous remarquons que les fans de l'écrivain sont au septième ciel car l'emoji d'applaudissement, les mimiques du visage et ces cœurs qui accompagne les énoncés Qui expriment la joie des followers et leur interaction avec la publication est un indice qui nous montre que le Facebook contribue à faire connaître ce nouveau roman (voire annexes illustration 02 exemples4,7,8,9)

- Également, l'espace commentaire est un lieu d'interactions entre l'émetteur de la publication et les commentateurs ou bien seulement entre les facebookers eux même dans l'espace commentaire. (Voir annexes illustration 03 exemples1,2,3,4,5,) Djedji Ait laisse un commentaire « Dommage vos ouvrages sont introuvables dans le grand sud » il exprime sa tristesse face au manque de chance d'obtenir le livre. Mais, il a reçu des réponses « wassi yjibolak », « vous pouvez acheter par téléphone avec la librairie du tiermonde ». Il remercie Fmc Boumedfaa « ah d'accord merci beaucoup ». Puis, Chatbi Hassiba demande à Fmc Boumedfaa « est ce que vous avez leur numéro de téléphone ? » et la même chose pour les autres commentaires dans lesquels Yasmina Khadra intervient pour répondre à ses fans et Cela aide à promouvoir le livre Où il veut connaître leurs avis sur ce dernier et joue le rôle d'un professionnel du marketing. Dans l'exemple au-dessous il pose une question provocatrice :



On remarque que Yasmina Khadra touche le côté émotionnel de ses fans à travers son discours. C'est une stratégie qui facilite la promotion des produits, il s'adresse au subconscient des facebookers.

Nous avons vu qu'il y'a des réponses contiennent des expressions émotionnelles, les interactants expriment leurs sentiments envers le contenu proposé dans la

Publication (voir annexes illustration 04 exemples 6,7,8)

À l'intérieur de ce microsystème, le bouton « répondre » gère matériellement les dialogues entre les commentateurs.

Nous avons également remarqué à travers les conversations que certains abonnés contribuent au processus de promotion de ce livre Comme le montre les exemples 9,10,11,12 voir annexes illustration 04)

De plus, Les éloges des fans sont un signe qui nous montre que le livre sera très apprécié chez les lecteurs et On le déduit des expressions utilisées aussi à travers les adverbes et les interjections « vivement, infiniment, bravo, beaucoup ».

Il y a aussi un point très important, qui montre que l'écrivain possède une popularité bilingue parce qu'il y'a la présence de quelques commentaires en anglais « i do It for You mum, in order to Read all his books » et en arabe " بالصحة فطوركم ورمضان "

كريم...شكرا لك على اجتهادك من اجل توفير الكتاب... ساشتريه ان شاء الله" qui ont le même sens avec notre thématique.

Également, nous passerons à l'interprétation du commentaire adressatif celui du tag ou les commentateurs utilisent ce procédé afin d'interpeller leurs amis à la publication. Ce type est très utilisé par les internautes dans les espaces commentaires, le tagging est une fonctionnalité sociale mise en place par Facebook on a remarqué qu'il y'a un tour de parole entre les fans et l'émetteur de la publication et Chaque fin de commentaire est considérée comme un point de départ d'un autre et cela nous pouvons le voire clairement dans la fenêtre du commentaire. Nous avons choisi des séquences de types dialogale et Voici les abréviations qu'on va utiliser dans l'analyse qui suit : (**TP : tour de parole, Lc : locuteur en cours, Ls : locuteur suivant**).

8. Alternance des tours :



Yasmina Khadra
31 mars 2021 · 🌐

Bonjour à toutes et à tous.
Encore trois petites semaines et le roman sera disponible dans toutes les librairies algériennes.
Editions Casbah-Alger.
Bien à vous.

TP.1

TP.2

Loulou Tari Salah
Yasmina Khadra à quand les séances dédicaces ?

J'aime Répondre 1 ans

TP.3

Jilou Yakamoz
Youpiiii

J'aime Répondre 1 ans

 محمد الأمين
Jilou Yakamoz j'allais te taguer 🤔❤️

J'aime Répondre 1 ans

TP.

Oughidni Wissem
Nes Rine

🍷🤔🤔 اشريلي واحد من كتبو كهديّة ولا نموت

J'aime Répondre 1 ans

1 réponse

Dans le premier tour de parole (TP.1) : le locuteur en cours (Lc) « Yasmina Khadra » publie un statut aux fans de la page et il n'a sélectionné personne pour lui répondre. (Lc) a conservé la parole en attendant les réponses des locuteurs suivants (Ls) dans

les commentaires La parole est généralement adressée à tout le monde et tous les locuteurs suivants peuvent commenter.

Dans les commentaires : Loulou Tari Salah participe comme le premier (Ls) et effectue le deuxième tour de parole (TP.2), elle mentionne le nom de l'écrivain et lui pose une question « à quand les séances dédicaces ? »

Dans le deuxième tour (TP.2) : « Jilo Yakamoz » intervient en laissant le commentaire suivant « youpiiiiiiu » ce dernier a reçu une réponse à l'aide du procédé adressatif de son camarade "محمد الأمين" « j'allais te taguer ». La même chose pour le quatrième tour de parole (tp.4) ce procédé « le tague » est omniprésent où le (LS) qui est « oughindi wissem » tague son amie et lui a demandé de lui acheter ce roman en arabe dialectale "شريلي واحد منكبتو ولا نموت"

On observe également dans les commentaires que n'importe quel commentateur peut, par une auto-sélection, prendre la parole, sa contribution s'affiche dans l'espace du commentaire selon son ordre d'arrivée.

Les participants peuvent commenter également par des stickers, ils semblent être indicateurs d'émotions comme le montrent les commentaires 1,2,4(voir annexes illustration 06) ou encore d'envies. Dans le commentaire 3(voir annexes illustration 06), le participant a envie de lire ce roman il l'exprime par un sticker qui porte un livre. L'expression des émotions dans les environnements numériques renvoie à la relation poly-sémiotique des locuteurs au discours. Encore une fois il faut considérer ces échanges comme décloisonnés et exempts des barrières oral/écrit telles qu'on peut les envisager hors ligne. L'absence de face-à-face oblige à verbaliser le non-dit et les internautes possèdent de nombreux outils pour le faire.³

En outre, un fan peut résumer toute une expression à l'aide d'une photo ou une image fixe au lieu d'écrire un énoncé nous pouvons dire que l'image aujourd'hui a une grande influence sur nos représentations surtout dans le monde virtuel. Nous avons observé qu'au-dessus des images les commentateurs ont écrit des expressions tel que « c bon je l'ai ! hâte de lire », « Bejaia », « disponible à Koléa w Tipaza », « Saha ramdankom » et il y'a d'autres qui commentent seulement en mettant la photo du

³Laetitia, Bibie-Emerit, 2015, Description du Discours Numérique Étude des bouleversements linguistiques du web 2.0 au travers de l'exemple des souhaits d'anniversaire sur Facebook, (THÈSE DE DOCTORAT EN LINGUISTIQUE), Université Michel de Montaigne Bordeaux 3.P 136.

roman et cela est un indice qui nous montre que vraiment le réseau Facebook contribue à la propagation du roman et surtout en Algérie.

Concernant les GIF qui sont l'un des types de fichiers graphiques les plus utilisés sur Facebook ils sont sous forme des images et des textes animés un peu comme une vidéo. « Dès les années 2010, il se révèle comme étant un véritable outil de communication ».⁴ On trouve souvent un extrait de films, de série, ou d'une vidéo qui nous permet d'exprimer rapidement une émotion ou une réaction avec plus de précision qu'un simple émoticône. Ils suscitent chez les internautes souvent un taux d'engagement important. Par exemple dans les commentaires 4,5 (illustration 08) les participants expriment leurs sentiments envers le statut à titre d'exemple le GIF qui contient une photo d'une femme qui a l'air très heureuse est la preuve que ce poste a gagné l'admiration des fans et la même chose pour le GIF n 5 nous montre que le participant a tout le respect et l'appréciation pour l'écrivain.

Nous pouvons dire que le GIF doit être utilisé selon un contexte bien précis, il reflète la sensation tel qu'elle est.

9. L'analyse de l'activité de régulation dans les commentaires :

Dans l'interaction en ligne, le maintien de contact avec son interlocuteur se réalise à l'aide des marques /ponctuants discursifs appelés régulateurs.⁵ Après nous allons voir la fonction de ces indices dans la représentation des données paraverbales et non verbales absentes.

Nous avons observé que les commentaires contiennent des signes de ponctuation qui ont un rôle expressif plus que syntaxique. Par exemple la multiplication du point d'exclamation et d'interrogation dans le commentaire 05(voir annexes illustration3) apporte un contenu non verbal alors qu'en 3ème commentaire (voir annexes illustration2), il se rapporte à un contenu prosodique (intonation). Également, ils utilisent une technique de stimulation de données prosodiques (de voix) celle de redoublement Par exemple, les commentaires 13,14(voir annexes illustration01), le commentaire 14 (voir annexes illustration 02) et le commentaire 12(illustration 4) la redondance des lettres dans les mots (tooop, ouiiii, chuiii, bravoov) revient à leur prolongement phonique. L'activité de régulation non verbale est aussi présente dans notre corpus à travers l'emploi des smileys à différentes fonctions. Nous avons remarqué que la majorité

⁴ <https://www.anthedesign.fr/communication-2/gif-anime-communication-digitale/> consulté le 5/5/2022.

⁵ BOUZIDI Nour elhouda.op cit.p.p50

des commentaires sont accompagnés par des smileys tout en essayant de les interpréter en fonction du contexte énonciatif dans lequel ils apparaissent. Les commentaires réactifs à cette publication nous explicitent le rôle des smileys dans l'interprétation des données non verbales. Par exemple : dans les commentaires 7,9,10,11,13 (voir annexes illustration 02) les participants utilisent des smileys expressifs qui semblent apporter l'intention émotionnelle, non exprimée par le contenu verbal. Les participants, à l'aide des symboles figuratifs faciaux et gestuels qui accompagnent les énoncés « Bravo !! excellent écrivain », « vous êtes tous simplement le meilleur », « hâte de l'avoir au Burkina » expriment différents états émotionnels.

Le smiley peut remplacer tout un énoncé tout en étant riche en signification, comme le montrent l'exemple 7 (voir annexes illustration 2) les smileys avec des étoiles dans les yeux transcrivent l'adjectif excellent. Aussi dans l'exemple 04 (voir annexes illustration 05), le participant tague son ami après avoir employé l'emoji indiquant la dimension relationnelle d'amitié : le smiley de rire témoigne de la familiarité, de l'intimité ou du rapprochement entre les commentateurs.

Les smileys présents sont donc un procédé utilisé dans les commentaires dans le but de régler la construction interactive et stimuler le non verbal et la posture mémogestuelle des commentateurs absents.⁶

Aussi la capitalisation des lettres c'est une sorte de stimulation de données prosodiques (de voix) Par exemple, les commentaires 2,6,12 (illustration 04). L'utilisation des majuscules dans les mots : « MERCI, ELENA, ALGERIE ». Revient à l'accentuation prosodique et la mise en valeur de ces mots-là.⁷

10. La composition des tours de parole :

A partir des commentaires précédents nous avons remarqué que chaque participant a sa propre façon d'intervention pour construire les commentaires sous forme de tours de parole qui varient soit dans la quantité soit en la qualité. Nous essayons à partir de cette interprétation de la composition des tours de parole d'extraire les formes possibles qu'un tour de parole puisse prendre.

La publication de la page Yasmina Khadra est un statut de commercialisation accompagné par une photo du roman « *POUR L'AMOUR D'ELENA* ». Les

⁶BOUZIDI Nour elhouda.op cit.. P53.

⁷ Idem.p 51.

commentateurs ont exprimé leur accord en ce qui concerne le contenu de la publication, on a remarqué que certains commentaires sont composés d'un seul mot : merci, félicitation, bravo, ... les commentaires 2, 7, 8 (illustration 04) et les commentaire 3,12(illustration 05) « youpiiii », « entendu ».

Dans l'illustration (02) les commentaires des participants viennent également en réaction au contenu de la publication. Dans les exemples (5,7,8,9,12) Nous observons qu'à l'aide d'un seul émoticône ; les commentateurs remplacent tout un énoncé (tout à fait / exactement/ je suis d'accord avec).

Nous pouvons dire aussi qu'un tour de parole peut être grammaticalement composé de phrases simples : nominale « commentaires «2, 3, 6, 7 » (illustration 1) « bonne continuation monsieur » « très bonne nouvelle » « bonne continuation » /Verbale : « hâte de le lire » « j'attends impatiemment ». Commentaires 4,11(illustration 01) de phrases complexes contenant deux propositions « j'aime vous lire, votre plume est une parfaite évasion pour moi actuellement » (commentaire 09/illustration 05) ; juxtaposées « à quand la séance de dédicace en Tunisie ? Hâte de retrouver mon écrivain préféré ! » (Commentaire 08/illustration 01), « j'ai hâte... j'adore vos romans » (commentaire06 /illustration 02) ; subordonné « Merci, Encore un de vos romans que je lirais avec grand plaisir, ainsi que ma fille ainée quiquette les librairies » (commentaire 3/ illustration 04).

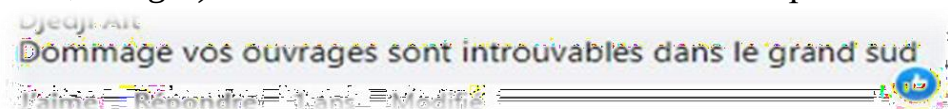
11.Le technogène du discours par bouton sur Facebook :

Nous appelons « discours par bouton » les formes technolangagières telles que le like, le poke, le partage ou la demande d'amitié sur Facebook. Ces formes technolangagières ont en commun de construire un discours dans lequel la liberté du locuteur est réduite.⁸

11.1. Le like : Le « like » est le bouton proposé par Facebook pour permettre

l'évaluation positive des publications. Il est accessible par le technosigne 

ou le technomot  . Il exprime une réaction sous la forme d'une évaluation positive et peut répondre à tous les types de publications (textes, liens, images) sur le site. Comme le montre l'exemple suivant :



⁵⁷ Laetitia, Bibie-Emerit, op. cit. p 218.

Le partage :

Lorsque nous parlons du partage nous renvoyons au discours produit à partir d'éléments partagés avec le bouton « partage ». Ce bouton est présent sur toutes les publications de Facebook et également sur d'autres sites.¹

On a trouvé qu'à l'aide de cette option qui est « le partage » a contribué à la promotion de ce roman. On a aussi vu à travers les commentaires qu'il y a des fans de différents pays comme l'Algérie, la Tunisie, la France et les pays d'Afrique. Cela montre que l'écrivain a utilisé la plateforme Facebook comme un lien entre lui et ses followers Ce qui a également facilité la rupture de la barrière géographique entre Yasmina Khadra et ses fans.



Le partage

12.Synthèse :

Nous voyons que les interactants, dans les commentaires de Facebook, sont physiquement absents pour décoder la gestion de la parole dans les commentaires de Facebook, voir comment les corps dynamiques des interactants se transfigurent-ils. Autrement, voir comment les différents canaux utilisés par ces personnes, pour passer leurs messages interactionnels et leurs productions, se transforment-ils en ligne. Après avoir terminé l'analyse des commentaires, nous sommes arrivé aux résultats suivants :

De l'analyse du tableau des canaux d'expression dans les commentaires choisis, nous déduisons que ces derniers sont évidemment des séquences interactives de nature pluricodique/ plurisémiotique. Les facebookers utilisent des langages multimodaux : le texte transcrit à travers les énoncés verbaux, les émoticônes (les stickers), les séquences visuelles/ audio-visuelles animées : le GIF, la vidéo, les séquences non animées tel que les images fixes. Ces différents modes langagiers sont utilisés fréquemment dans les commentaires de Facebook

⁹ Laetitia, Bibie-Emerit, op. cit. p221.

Également, les procédés non-verbaux et paraverbaux, témoins de la présence corporelle des locuteurs et moyens de sélection de son destinataire, sont carrément absents et les commentateurs interactants disposent d'autres procédés imposés par le dispositif numérique. Les corps des sujets interactants sur Facebook se rendent présents par un langage multimodal, une gestion des tours de parole par des procédés adressatifs et interpellatifs. Cette action qui semble routinière pour les interactants sur Facebook, elle constitue une caractéristique inhérente de leurs productions.

Concernant, l'analyse de la gestion des tours de parole dans les commentaires nous a permis de déduire que les lois d'allocation des tours sont caractérisées par divers procédés d'adresse de parole, citons par exemple : le tag. Ainsi que la prise de parole à l'aide des éléments linguistiques, par exemple l'utilisation de la première personne du singulier et du pluriel « je », « vous ». Par exemple « je l'attends », « vous êtes tout simplement le meilleure ».

Aussi, l'analyse de la composition des tours, elle nous a permis de voir la variation sémiotique du matériau utilisé allant d'un simple mot vers les énoncés et les différentes séquences non linguistiques : les stickers, les photos ou encore les vidéos.

Du même coup, la régulation correspond pratiquement dans l'interaction en ligne, essentiellement notre exemple d'étude celui des commentaires de la page Facebook « Yasmina Khadra », aux différentes manifestations de subjectivité des participants et aux différents marqueurs de construction interactive, cela signifie que « Les utilisateurs de dispositifs de communication écrite médiée compensent ces absences en “simulant” les dimensions non-verbales et paraverbales de l'oralité grâce à la représentation de ces indices par diverses conventions graphiques. ». Cela est bien clair dans l'utilisation des capitales, le redoublement de lettres, la ponctuation expressive, les séquences visuelles et les smileys.¹⁰

13.L'analyse énonciative :

13.1. Les déictiques indiquant la personne

13.1.1. Les pronoms personnels

La 1ère personne du singulier « Je » et la 3ème personne du pluriel « nous » : indiquent l'énonciateur ou celui qui émet le commentaire qui est belle et bien une personne réelle actif sur la page.

« **J'**attends impatiemment », « pas encore acheté **j'**ai du mal à lire confinée ouiiii », « **je** veux acheter en ligne ? c'est possible », « **je** l'attends », « j'ai hâte de le lire »,

¹⁰ BOUZIDI Nour elhouda, op. cit., p 58.

« **j'**espère que vous apprécierez ? », « où est ce que **je** peux trouver une autre ELENA ? », « **j'**allais te taguer », « chez el Kiteb **je** viens de le prendre », « **j'**aime vous lire, votre plume est une parfaite évasion pour moi actuellement », « **j'**espère qu'on le recevra bientôt en Tunisie », « voilà **je** viens de me l'acheter **j'**attends juste la livraison vraiment hâte de le lire ».

La 2ème personne du singulier « **Tu** » et la 3ème personne du pluriel « **vous** » : renvoient à l'énonciataire ou celui à qui le commentaire est adressé qui est aussi une personne réelle. Cette personne est souvent la cible (qui est absente), la personne visée par le commentaire et souvent l'émetteur d'un commentaire.

« J'espère que **vous** apprécierez ? », « j'aime **vous** lire, votre plume est une parfaite évasion pour moi actuellement », « Bonjour azul Yasmina Khadra, Belle journée à **vous** et un bon courage », « **vous** l'avez acheté où SVP ? », « **vous** êtes tout simplement meilleure », « **vous** pouvez acheter par téléphone avec la librairie du tiers monde. Ils **vous** rajoutent le transport », « **tu** me le passe », « j'allais **te** taguer ».

La 3ème personne du singulier « **il** » et la 3ème personne du pluriel « **ils** » : désignent uniquement la personne ciblée qui diffère selon le contexte.

« **Ils** vous rajoutent le transport ».

Il : les commentateurs l'utilisent des fois sans désigner la cible dans les énoncés. Ce qu'on appelle « la non-personne ». Par exemple « **il** faudra qu'on le lise ».

Le pronom « **on** » sa fonction se diffère selon le contexte :

Un pronom personnel indéfini invariable de la 3ème personne faisant toujours fonction de l'énonciateur et l'énonciataire.

« J'espère qu'**on** le recevra bientôt en Tunisie », « il faudra qu'**on** le lise ».

13.2. Les déictiques indiquant le temps :

13.2.1. Le temps des verbes

13.2.1.1. Le présent de l'indicatif

C'est le temps de l'énonciation, il permet la présentation des faits qui se passent au moment même de la production de l'énoncé.¹¹

« **J'**attends impatiemment », « pas encore acheté **j'**ai du mal à lire confinée ouiiii », « je **veux** acheter en ligne ? c'est possible », « je **l'**attends », « **j'**ai hâte de le lire », « **j'**espère que vous apprécierez ? », « où **est** ce que je **peux** trouver une autre ELENA ».

¹¹ MAÏGA Aly, op cit p 40.

? », « chez el Kiteb je **viens** de le prendre », « **j’aime** vous lire, votre plume **est** une parfaite évasion pour moi actuellement », « **j’espère** qu’on le recevra bientôt en Tunisie », « voilà **je viens** de me l’acheter **j’attends** juste la livraison vraiment hâte de le lire », « vous **pouvez** acheter par téléphone avec la librairie du tiers monde. Ils vous **rajoutent** le transport », « tu me le **passe** », « dommage vos ouvrages **sont** introuvables dans le grand sud », « est ce que vous **avez** leurs numéros de téléphone ?? », « **c’est** sûr que je **vais** l’apprécier comme tous vos romans », « vous **êtes** tout simplement meilleurs ».

13.2.1.2. Le passé composé

« Vous **l’avez acheté** où SVP ? », « je **l’ai lu**. Très beau livre comme tjr. Merci Yasmina Khadra », « j’ai terminé le baiser et la morsure et je viens de commencer à lire pour l’amour d’elena, merci pour ces chefs d’œuvre ».

13.2.1.3. Le futur simple

Le futur simple est employé pour parler des actions qui vont se produire après.

« J’espère que vous **apprécierez** ? « J’espère qu’on le **recevra** bientôt en Tunisie »
« Encore trois petites semaines et le roman **sera** disponible dans toutes les librairies algériennes ».

13.2.2. Les circonstances temporelles

13.2.2.1. Les indices de temps

Les adverbes de temps indiquent le moment et la durée des actions dans les commentaires.

« Pas **encore** acheté j’ai du mal à lire confinée ouiiii », « j’aime vous lire, votre plume est une parfaite évasion pour moi **actuellement** », « j’espère qu’on le recevra **bientôt** en Tunisie », « **Bonjour** azul Yasmina Khadra, Belle journée à vous et un bon courage », « a **quand** la séance de dédicace en Tunisie ? Hâte de retrouver mon écrivain préféré ! », « je l’ai lu. Très beau livre comme **tjr**. Merci Yasmina Khadra », « enfin ».

13.3. Les déictiques spatiaux

13.3.1. Les indices de lieu

On les utilise pour faire référence à un emplacement dans le commentaire.

« **Où** est ce que je peux trouver une autre ELENA ? », « vous l'avez acheté **où** SVP ? », « **chez** el Kiteb je viens de le prendre », « j'espère qu'on le recevra bientôt **en** Tunisie », « **où** puis je trouver vos romans **dans** le **ouest** algérien ? », « Bravoouoo, hâte de l'avoir **en** ALGEREIE », « hâte de l'avoir **au** Burkina », « Dommage vos ouvrages sont introuvables **dans** le grand sud »

14. Les adjectifs de possession

« À quand la séance de dédicace en Tunisie ? Hâte de retrouver **mon** écrivain préféré ! », « j'aime vous lire, **votre** plume est une parfaite évasion pour moi actuellement », « j'ai hate... j'adore **vos** romans », « Dommage **vos** ouvrages sont introuvables dans le grand sud », « chui accro à **tes** romans tjrs », « où puis je trouver **vos** romans dans le ouest algérien ? », « c'est sûr que je vais l'apprécier comme tous **vos** romans », « c'est à l'écrivain d'être à la hauteur de **son** lectorat merci », « où est ce que je peux trouver une autre ELENA **mon** cher amie ? », « encore de progrès tous **mes** respects ».

15. Les énoncés embrayés

Tout énoncé est embrayé ou ancré forcément dans sa situation de production. Dans les commentaires, on constate l'implication de l'énonciateur et de l'énonciataire dans la même situation d'énonciation par les pronoms personnels, les pronoms possessifs, et les adverbes de temps. Donc la relation entre l'énoncé et la situation d'énonciation s'est bien établie.¹²

« **J'**attends impatiemment », « pas encore acheté **j'**ai du mal à lire confinée ouiiii », « **je** veux acheter en ligne ? c'est possible », « **je** l'attends », « **j'**ai hâte de le lire », « **j'**espère que vous apprécierez ? », « où est ce que je peux trouver une autre ELENA ? », « **j'**allais te taguer », « chez el Kiteb **je** viens de le prendre », « **j'**aime **vous** lire, votre plume est une parfaite évasion pour moi actuellement », « j'espère qu'on le recevra bientôt en Tunisie », « voilà **je** viens de me l'acheter **j'**attends juste la livraison vraiment hâte de le lire », « **J'**espère que **vous** apprécierez ? », « j'aime vous lire, **votre** plume est une parfaite évasion pour moi actuellement », « Bonjour azul Yasmina Khadra, Belle journée à **vous** et un bon courage », « vous l'avez acheté où SVP ? », « **vous** êtes tout simplement meilleure », « **vous** pouvez acheter par téléphone avec la librairie du tiers monde. **Ils** **vous** rajoutent le transport », « **tu** **me** le passe », « **j'**allais te taguer », « J'espère qu'**on** le recevra bientôt en Tunisie », « il faudra qu'**on** le lise », « À quand la séance de dédicace en Tunisie ? Hâte de

¹² MAÏGA Aly, op cit p 43.

retrouver mon écrivain préféré ! », « j'aime vous lire, **votre** plume est une parfaite évasion pour moi actuellement », « j'ai hate... j'adore **vos** romans », « Dommage **vos** ouvrages sont introuvables dans le grand sud », « chuii accro à **tes** romans tjrs », « où puis je trouver vos romans dans le ouest algérien ? », « c'est sûr que je vais l'apprécier comme tous **vos** romans », « c'est à l'écrivain d'être à la hauteur de **son** lectorat merci », « où est ce que je peux trouver une autre ELENA **mon** cher amie », « encore de progrès tous **mes** respects », « merci et **nos** félicitations ».

Les marques de subjectivité sont aussi :

16. Les adjectifs

« J'aime vous lire, votre plume est une **parfaite** évasion pour moi actuellement », « Bonjour azul Yasmina Khadra, **Belle** journée à vous et un bon courage », « vous êtes tout simplement **meilleure** », « À quand la séance de dédicace en Tunisie ? Hâte de retrouver mon écrivain **préféré** ! », « avec **grand** plaisir », « **super**, merci beaucoup », « Dommage vos ouvrages sont **introuvables** dans le grand sud », « chuii **accro** à tes romans tjr », « bravo **excellent** écrivain », « c'est encore un **nouveau** roman ? ».

17. Les adverbes

« J'attends **impatiemment** », « voilà je viens de me l'acheter j'attends juste la livraison **vraiment** hâte de le lire », « j'aime vous lire, votre plume est une parfaite évasion pour moi **actuellement** », « vous êtes tout **simplement** meilleure », « J'espère qu'on le recevra **bientôt** en Tunisie », « c'est **encore** un nouveau roman ? », « **bravo** excellent écrivain », « super, merci **beaucoup** », « merci **infiniment** »,

17.1. Les verbes de modalité et d'avis

« Je **veux** acheter en ligne ? c'est possible », « **j'espère** que vous apprécierez ? », « **j'aime** vous lire, votre plume **est** une parfaite évasion pour moi actuellement », « il faudra qu'on le lise », « vous **êtes** tout simplement meilleure », « **J'espère** qu'on le recevra bientôt en Tunisie », « j'ai hate... j'adore vos romans », « je **l'ai lu**. Très beau livre comme tjr. Merci Yasmina Khadra », « c'est sûr que je vais l'apprécier comme tous vos romans ».

Ces verbes d'avis comme leurs noms l'indiquent, ils sont utilisés par l'émetteur pour exprimer son idée et les verbes de modalité, exprimant une modalité.

Nous concluons que La présence de l'énonciateur et de l'énonciataire est caractérisé par les pronoms personnels « je », « nous » et le « tu », « vous » et aussi par les adjectifs, les adverbes, et les verbes d'opinions.

18. Analyse de styles

On entend par le mot style la manière ou la façon dont un énonciateur met en œuvre sa langue c'est pour cela la grammaire traditionnelle et la syntaxe ont met des règles afin de bien construire des phrases sans aucune faute. On a constaté que notre corpus contient quelques exemples dans lesquels les facebookers n'ont pas respecter grammaticales.

19.Registre de langue

Ce qui attire l'attention, c'est que certains commentateurs n'accordent pas beaucoup d'importance aux règles grammaticales ainsi qu'au style. Comme il y'a aussi Certains d'entre eux qui ont un style sain et exempt d'erreurs.

« **chuii** accro à tes romans tjr », « **wassi yjibolk** », « Bonjour **azul** Yasmina Khadra » « monsieur Khadra belle journée »

" استمرارية حسنة في نشر كل كتاباتك ان تفتح للجزائريين نافذة للكتاب الجزائريين على العالم "

" اشريلي واحد من كتبو كهدي ولا نموت "

20.Analyse pragmatique

« D'une manière tout à fait générale, on définira la pragmatique comme l'étude de l'usage du langage, par opposition à l'étude du système linguistique, qui concerne à proprement parler la linguistique. Si on parle de l'usage du langage, c'est que cet usage n'est neutre, dans ses effets, ni sur le processus de communication, ni sur le système linguistique lui-même. Il est banal, en effet, de noter qu'un certain nombre de mots (les déictiques de temps, de lieu et de personne comme maintenant, ici, je par exemple) ne peuvent s'interpréter que dans le contexte de leur énonciation ».¹³

20.1. Les actes interrogatifs

« Je veux acheter en ligne ? c'est possible », « j'espère que vous apprécierez ? », « c'est encore un nouveau roman ? », « À quand la séance de dédicace en Tunisie ? Hâte de retrouver mon écrivain préféré ! », « où puis je trouver vos romans dans le ouest algérien ? », « vous l'avez acheté où SVP ? ».

¹³ Franck Neveu, Dictionnaire du sciences des langages, op cit, p461.

20.2. Les actes commissifs (promissifs)

L'acte promissif ou commissif engage le locuteur à respecter une certaine conduite future.¹⁴

« toooop je me ferais un plaisir de venir vous écouter sur ClubHourse », « j'espère que vous apprécierez ? », « J'espère qu'on le recevra bientôt en Tunisie », « Encore trois petites semaines et le roman sera disponible dans toutes les librairies algériennes ».

20.3. Les actes directifs

L'acte illocutoire directif exprime le désir du locuteur d'amener l'auditeur à réaliser l'action souhaitée, allant de la suggestion à l'ordre.¹⁵

« tu me le passe », « اشريلي واحد من كتبكهدية وال نموت », « wassi yjibolk ».

20.4. Les actes expressifs

L'acte expressif exprime un état psychologique supposé être sincère contextuellement.¹⁶

« Bonne nouvelle », « bonne continuation », « bonne continuation monsieur », « Merci et nos félicitations », « Bravo !! excellent écrivain », « merci wafa », « super merci beaucoup », « merci infiniment », « félicitation », « encore de progrès tous mes respect », « j'ai hate... j'adore vos romans », « je l'ai lu. Très beau livre comme tjr. Merci Yasmina Khadra », « c'est sûr que je vais l'apprécier comme tous vos romans », « J'aime vous lire, votre plume est une parfaite évasion pour moi actuellement », « Dommage vos ouvrages sont introuvables dans le grand sud », « vous êtes tout simplement meilleure ».

¹⁴<https://www.institut-numerique.org/4-john-searle-et-daniel-vanderveken-53090903e6fc4#:~:text=%E2%80%93%20L'acte%20illocutoire%20directif%20exprime,respecter%20une%20certaine%20conduite%20future>. Consulté le 1/06/2022.

¹⁵ Idem

¹⁶ Idem

Conclusion

L'objectif de notre travail de recherche était de savoir si le réseau social Facebook est un moyen efficace pour la promotion du roman « *POUR L'AMOUR D'ELENA* » de l'écrivain Yasmina Khadra C'est à travers ce qu'il a publié sur sa page officielle « Yasmina Khadra » à propos de son nouveau roman, qui sortira après trois semaines dans la librairie de la Casbah.

Nous avons posé cette question comme problématique : Dans quelle mesure les réseaux sociaux tel que Facebook pourraient-ils contribuer à faire connaître auprès d'un public une production romancière ? Et nous avons fait cette recherche dans le but d'interpréter un certain nombre de commentaires tirés de la page officielle « Yasmina Khadra ». Et pour savoir quels sont les procédés utilisés par les Facebookers pour pallier le manque des indices de la posture mémo-gestuelle et comment se fait la circulation de la parole dans l'espace commentaire.

C'est pourquoi, notre travail était divisé en trois chapitres : Le premier chapitre nommé « définition des mots clés et notions théoriques » dans lequel nous avons fait appel aux concepts qui ont une relation avec le contexte numérique (médias, réseaux sociaux, discours numérique, commentaire).

Dans le deuxième chapitre, nous avons essayé de survoler les concepts qui ont une relation avec le contexte énonciatif.

Quant à l'analyse des commentaires, nous avons fait recours aux différents travaux des chercheurs comme Jean Marie-Anne Paveau, Emile Benveniste et Dominique Maingueneau ; Et aussi à l'aide de quelques mémoires et thèses qui ont été faites auparavant qui ont presque la même thématique avec notre travail.

Le troisième chapitre, se limite à l'analyse du corpus nommé la partie analytique. Après avoir classé et interpréter chaque type de commentaire séparément nous avons constaté que : l'interaction des commentateurs envers la publication de Yasmina Khadra est un indice qui nous a montré que l'espace commentaire est devenu un lieu de rencontre qui a pu rassembler des gens du monde entier même ils ont pu entrer en contact avec l'écrivain en personne et lui poser des questions à propos du roman et cela a aidé l'écrivain à commercialiser son roman derrière son clavier sans aucun problème. Également, les procédés utilisés par les commentateurs tel que les GIFS, les émoticônes qui portent des informations sur l'état émotionnel de leurs émetteur sont un avantage et une fonction de renforcement du contenu verbal et surtout le procédé adressatif où les interactants taguent leurs amies pour voir la nouvelle publication de l'écrivain C'est pourquoi nous pouvons dire que ce n'est pas

n'importe qui vient commenter la publication de Yasmina Khadra mais seulement les gens qui ont envie de lire ses romans. Nous pouvons rajouter que le procédé adressatif a contribué à la promotion de ce roman grâce aux abonnés.

Quant à l'analyse de la gestion des tours de parole nous pouvons dire que le procédé le plus utilisé pour adresser la parole c'est le tague et aussi à l'aide des éléments linguistique par exemple le « je » le « vous », « je l'attends », « vous êtes tout simplement le meilleur ».

Également, à travers l'analyse de la composition des tours, nous avons trouvé qu'il existe un langage multimodal qui nous a permis de voir la variation sémiotique du matériaux utilisés allant d'un simple mot vers les énoncés et les différentes séquences non linguistiques : les stickers, GIF, photos.

Quant à l'analyse énonciative, qui a pour but de repérer les éléments de la situation de la production des différents commentaires à savoir : l'énonciateur, l'énonciataire, le temps et le lieu sans oublier les marqueurs de subjectivité : les pronoms personnels, les différents déictiques (indiquant le temps et l'espace), les adjectifs (qualificatifs et mélioratif), les adverbes, les verbes de modalité et les verbes d'avis. Elle sert aussi de repérer les énoncés qui sont ancrés dans la situation d'énonciation.

Dans l'analyse stylistique, où il nous est apparu clairement que certains commentateurs ne respectent pas les règles grammaticales, car ils recourent à l'utilisation de la langue vernaculaire « dialecte », et il y a ceux qui respectent ces règles qui ont un style académique sans erreurs.

Dans l'analyse pragmatique, nous avons repéré les différents actes de langage utilisés par les locuteurs comme : les actes interrogatifs, les actes commissifs, les actes directifs et expressifs qui ont joué un rôle très important dans la promotion du roman « *POURL'AMOUR D'ELENA* ».

L'interprétation de ces résultats nous a permis de confirmer, nos hypothèses de recherche :

- Facebook est un moyen indispensable aidant les auteurs à promouvoir leurs romans.
- Les échanges entre les facebookers autour de la publication sont un moyen très efficace pour faire connaître une production romancière.

En outre, nous pouvons souligner que nous avons rencontré certaines difficultés qui ont fragilisé l'avancement de notre travail parmi eux : le manque des références et

aussi pendant la collecte de données la page sur laquelle nous avons travaillé a été signalée plusieurs fois.

Notre travail de recherche a comme objectif principal de savoir si le Facebook est un outil efficace pour la promotion du roman « *POUR L'AMOUR D'ELENA* » à travers Les commentaires émis sur la page Facebook « Yasmina Khadra ». Cette recherche n'est qu'une tentative à partir de laquelle nous souhaitons proposer de nouvelles réflexions dans le domaine de l'analyse du discours numérique.

Bibliographie

Ouvrages

- Dominique, (1996) *Maingueneau, discours et Analyse du discours*, ARMAND COLIN.
- D. Maingueneau, (1996) *les termes clés de l'analyse du discours*, édition du seuil, 1996.

Dictionnaires

- D, Maingueneau, (2002) *Dictionnaire d'analyse du discours*, édition du seuil, Paris.
- Franck Neveu, (2004) *Dictionnaire du sciences des langages*, Armand-Colin, Paris.
- Marie-Anne Paveau, (2017) *L'analyse du discours numérique Dictionnaire des formes et des pratiques*, paris, Hermann, 2017.
- <https://www.wearecom.fr/dictionnaire/media/> consulté le 3 Avril 2022.

Articles

- ABELHAK, S., GRAA, A., & BARAKA, H. L'influence des réseaux sociaux numérique sur le comportement d'achat du consommateur, Roa Iktissadia REVIEW, El oued, Issue 11, Déc. 2016.
- <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/646/2/4/123076>. Consulté le 9/4/2022.

Mémoires de master

- BOUZIDI Nour elhouda, (2018/2019), Analyse conversationnelle des interactions en ligne : cas des commentaires sur Facebook, Mémoire présenté pour l'obtention Du diplôme de Master Académique, UNIVERSITEMOHAMED BOUDIAF - M'SILA.
- Benoît Lahaye, 2015/2016, Analyse comparative des publicités sur les réseaux sociaux, (mémoire de master en science de gestion, p HEC-Ecole de gestion de l'ULG), <http://hdl.handle.net/2268.2/1857>.
- Emiline, Gambacorta, 2019-2020, "L'influence des réseaux sociaux sur les pratiques et habitudes de lecture chez les jeunes dans l'enseignement secondaire en Wallonie. Une enquête par questionnaire", Master [120] en langues et lettres modernes, orientation générale, à finalité spécialisée : sciences et métiers du livre, Université catholique de Louvain.
- MAÏGA Aly, (2020/2021), L'analyse du discours de la haine en ligne Cas des algériens sur la page Facebook « Chroniques Algériennes », (Mémoire de Master En vue de l'obtention du diplôme de Master en Langue Française, Saïda).
- Mathieu Trouillet, 2014-2015, (Avantages et inconvénients des réseaux sociaux, en particulier « Facebook », pour la promotion dans les secteurs socioprofessionnels.

Mémoire pour l'obtention du diplôme ES De maître-essocioprofessionnel, Sion.

-Moussa Hanane, 2015/2016, L'impact des réseaux sociaux sur les jeunes consommateurs, (mémoire de master Rédaction Web et médias, université Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem).

Thèses de doctorat

-Laetitia, Bibie-Emerit, 2015, Description du Discours Numérique Étude des bouleversements linguistiques du web 2.0 au travers de l'exemple des souhaits d'anniversaire sur Facebook, (THÈSE DE DOCTORAT EN LINGUISTIQUE), Université Michel de Montaigne Bordeaux 3.

Sitographie

-<https://www.studocu.com/fr/document/universite-de-franche-comte/medias-et-societes/inventaire-contexte-et-fonctions-des-medias/7007683> consulté le 2avril 2022.

-<https://www.futura-sciences.com/tech/definitions/informatique-reseau-social-10255/> consulté le 5/4/2022.

-https://www.pmtic.net/sites/default/files/filemanager/memos/pmtic_com_media_reseaux_sociaux.pdf consulté le 5/4/2022.

-<https://www.redacteur.com/blog/social-commerce-comment-vendre-reseaux-sociaux/> consulté le 5/4/2022.

-<https://tribu.phm.education.gouv.fr/toutatice-portail-cms-> Consulté le 6/4/2022.

-<https://mondedulivre.hypotheses.org/5224> consulté le 6/4/2022.

-<https://lempreintedigitale.com/podcast/classement-des-reseaux-sociaux-les-plus-utilises-france-monde>

2021/#:~:text=La%20plateforme%20lanc%C3%A9e%20par%20Mark,et%20de%0 l'Inde%20r%C3%A9unies%20! Consulté le 7/04/2022.

-<https://forim.net/sites/default/files/support%20info.pdf> consulté le 7/4/2022.

-<https://www.librinova.com/blog/2021/10/04/comment-faire-la-promotion-du-livre-sur-facebook/> consulté le 7/4/2022.

-<https://www.fnac.com/Yasmina-Khadra/ia101142/bio>

-<https://sproutsocial.com/fr/glossary/facebook-comment/>. Consulté le 23/4/2022.

-<https://www.anthedesign.fr/communication-2/gif-anime-communication-digitale/> consulté le 25/4/2022

-<https://www.institut-numerique.org/4-john-searle-et-daniel-vanderveken-53090903e6fc4#:~:text=%E2%80%93%20L'acte%20illocutoire%20directif%20ex prime,respecter%20une%20certaine%20conduite%20future.>

Annexes

Illustration 01 :

1
Keddache Amara
استمرارية حسنة في كل نشر كتاباتك ان تفتح للجزائر نافذة للكتاب الجزائريين على العالم.
J'aime Répondre 1 ans

8
Najet Ben Hamouda Limam
A quand la séance de dédicace en Tunisie ?
Hâte de retrouver mon écrivain préféré !
J'aime Répondre 1 ans

9
Hassina
Djaf vous l'avez acheté où SVP ??
J'aime Répondre 51 sem

10
Samia Mokhtar
Inchallah ...
J'aime Répondre 1 ans

11
Djäs Arm
J'attends impatiemment
J'aime Répondre 1 ans

12
أسماء فريد
Où puis-je trouver vos romans dans l'Ouest algérien?
J'aime Répondre 1 ans

2
Hacene Khelifa Map
Bonne continuation monsieur
J'aime Répondre 1 ans

3
Maroua Rezzoug
Très bonne nouvelle 🎉
J'aime Répondre 1 ans

4
Dalila Hassani
Hâte de le lire!
J'aime Répondre 1 ans

5
Zacharias Zinou
Hâte de le lire
J'aime Répondre 1 ans

6
Ouisa Oubouzar
Bonne nouvelle
J'aime Répondre 1 ans

7
Farah Ameer
Bonne continuation 🙌
J'aime Répondre 1 ans Modifié

13

Zahra Ym

Toooooooooop je me ferais un plaisir de venir vous écouter sur ClubHouse 🙌🙌🙌

J'aime Répondre 1 ans

14

Janine Santana

Pas encore acheté j ai du mal à lire confinée ouiiiiiiii!

J'aime Répondre 1 ans

15

Abdelhalim Derradji

C'est encore un nouveau roman ?

J'aime Répondre 1 ans

16

Auteur

Yasmina Khadra

Abdelhalim Derradji Eh oui.

J'aime Répondre 1 ans

17

Brahim Sari

Je veux acheter en ligne ? C'est possible

J'aime Répondre 1 ans

Illustration 02 :

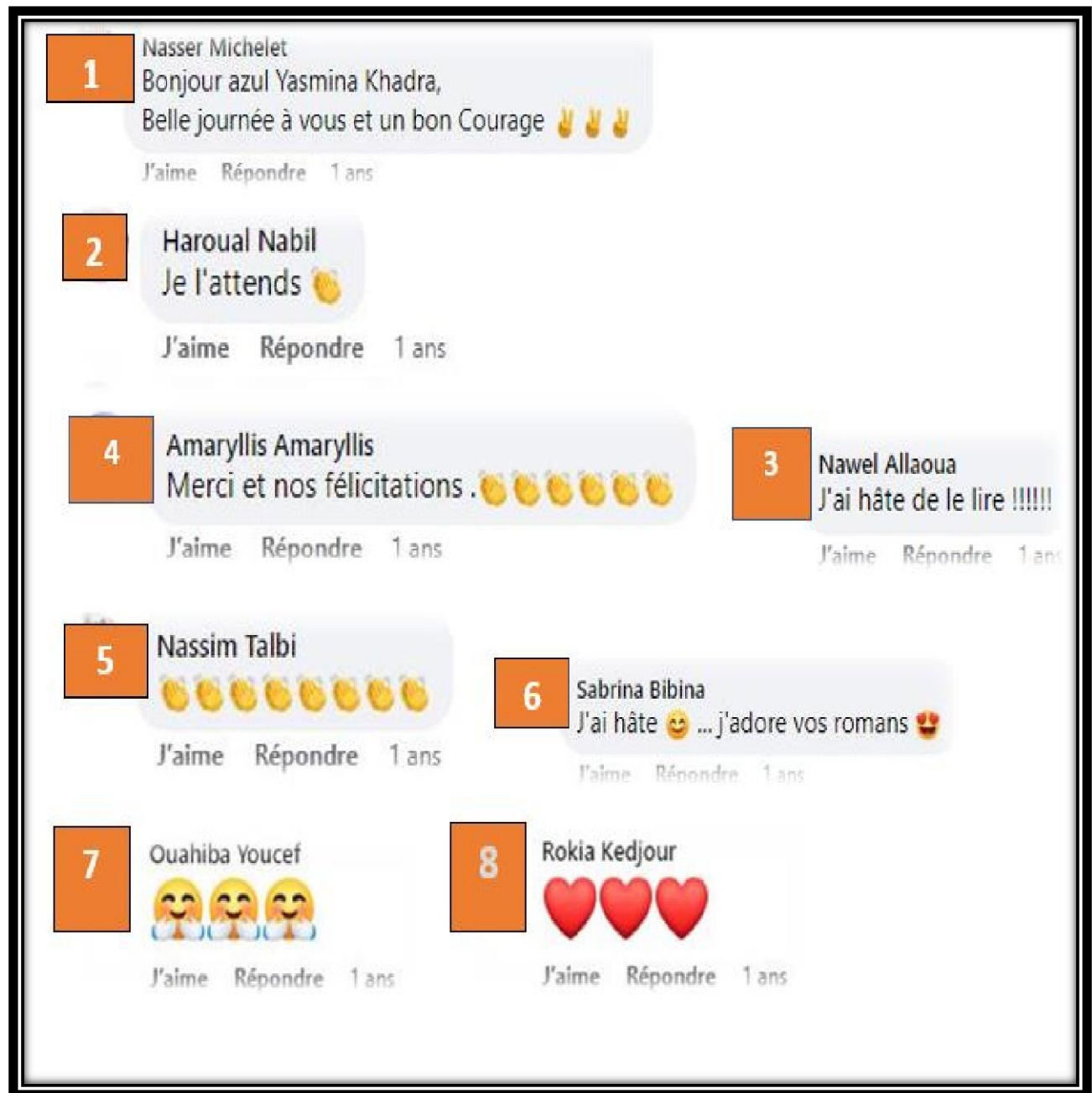




Illustration 03 :



06

Wafa Essahli

Atfa Daoud chez El Kitab je viens de le prendre!

J'aime Répondre 1 ans



07

Atfa Daoud

Wafa Essahli merci Wafa 🥰

J'aime Répondre 1 ans

8

AUTEUR

Yasmina Khadra

Sof Hid J'espère que vous apprécierez.

J'aime Répondre 1 ans



3

9

Sof Hid

Yasmina Khadra c'est sur que je vais l'apprécier comme tous vos romans

J'aime Répondre 1 ans



10

Nahla Céline

qui n'apprécie pas les romans de yasmina Khadra ? 😊😊😊

J'aime Répondre 1 ans

11

Nas Ser

Sof Hid tu me le passe 🙌

J'aime Répondre 1 ans

12

Sof Hid

Nas Ser oui 🙌

J'aime Répondre 1 ans

13


Zine Eddine Merabet
Des ouvrages à la hauteur M. khadra

J'aime Répondre 1 ans Modifié

La sélection est sur Les plus pertinents, certaines réponses ont donc peut-être été filtrées.

14


Auteur
Yasmina Khadra
Zine Eddine Merabet C'est à l'écrivain d'être à la hauteur de son lectorat.
Merci.

J'aime Répondre 1 ans

 2

Illustration 04

1


Fateh Fateh
Super, merci beaucoup

J'aime Répondre 1 ans

2


Fida Mazou
MERCI

J'aime Répondre 1 ans

3


Fatima Boumaza
Merci. Encore un de vos romans que je lirais avec grand plaisir, ainsi que ma fille aînée qui guette les librairies !

J'aime Répondre 1 ans



4


Sarah Kebir
Fatima Boumaza I do it for you mum, in order to read all his books

5


Aida Toussa
Merci infiniment ...

J'aime Répondre 1 ans

6


Abderahmane Alibey
Où es que je peux trouver une autre ELENA mon cher ami ?

J'aime Répondre 1 ans

7

Kacem Khalfaoui
Félicitations

J'aime Répondre 1 ans

9

Kacem Khalfaoui
Félicitations

J'aime Répondre 1 ans

8

Rachidi Dahman
Bravo

J'aime Répondre 1 ans

10

Rachidi Dahman
Bravo

J'aime Répondre 1 ans

11

السبتي مقاسمي
Encore de progrès tout mes respects

J'aime Répondre 1 ans

12

Fairouz Ben
Bravoooooooo, hâte de l'avoir en ALGÉRIE

J'aime Répondre 1 ans

13

Zahra Ym
Toooooooooop je me ferais un plaisir de venir vous écouter sur ClubHouse 🥰🔥🔥🔥

J'aime Répondre 1 ans

14

Miho Lee Ayame

بالصحة فطوركم و رمضان كريم... شكرا لك على اجتهادك من أجل توفير الكتاب... ساشتره ان شاء الله

J'aime Répondre 52.com Modifié



Illustration 05



5

Atfa Daoud

J'espère qu'on le recevra bientôt en Tunisie...

J'aime Répondre 1 ans

6

Wafa Essahli

Atfa Daoud chez El Kitab je viens de le prendre!

J'aime Répondre 1 ans

7

Atfa Daoud

Wafa Essahli merci Wafa 🙏

J'aime Répondre 1 ans

8

Chatbi Hassina

Yasmina Khadra enfin 😍😍☀️

9

Fatima Maupin

Yasmina Khadra J'aime vous lire , votre plume est une parfaite évasion pour moi actuellement.

J'aime Répondre 1 ans

10

Sam Ya Akkouche

Isatis Blanc il faudra qu'on le lise

11

Virginie Barre

Chantal Limerat j en réserve un.. merci

J'aime Répondre 1 ans

12

Chantal Limerat

Entendu 

J'aime Répondre 1 ans

13

Virginie Barre

Chantal Limerat merci beaucoup

J'aime Répondre 1 ans

14

Oughidni Wissem

Nes Rine

   اشريلي واحد من كتبو كهديه ولا نموت

J'aime Répondre 1 ans

→ 1 réponse

15

Yasmina Khadra

Braza Zoubida Avec grand plaisir.

J'aime Répondre 1 ans

16

Atfa Daoud

J'espère qu'on le recevra bientôt en Tunisie...

J'aime Répondre 1 ans



Illustration 06

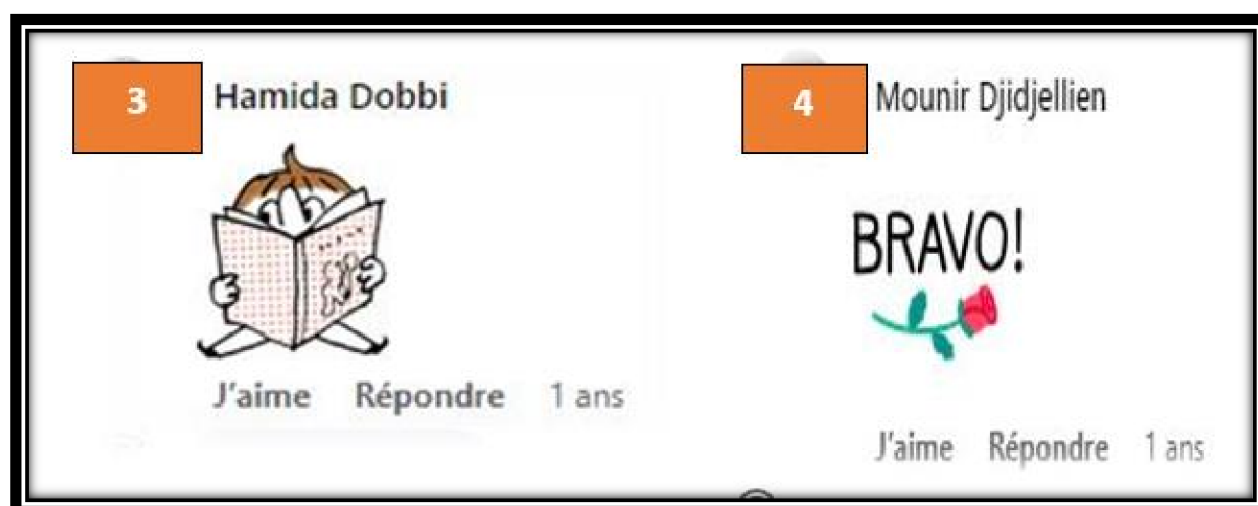


Illustration 07

1

Chatbi Hassina

Yasmina Khadra enfin 🤩🤩🤩



J'aime Répondre 52 sem

2

Super fan

Mila Bhll

C'est bon je l'ai ! Hâte de lire ❤️



J'aime Répondre 49 sem Modifié

↳ 1 réponse

5

Blanche de Castille

Bejaia



J'aime Répondre 50 sem

3

Amira Stext



J'aime Répondre 1 ans

4

Babina Anirbas



6

Kherrous Samir

Disponible à Koléa W Tipaza



J'aime Répondre 1 ans

7

Fafa Djabi

Bachir Mazouni voilà je viens de me l'acheter

J'attends juste la livraison

Vraiment hâte de le lire



36,95 \$

8

Faouzi Djoudi

Saha Ramdankoum..

9

Ayou Adida Amar

Félicitations et bonne continuation pour plus de succès.

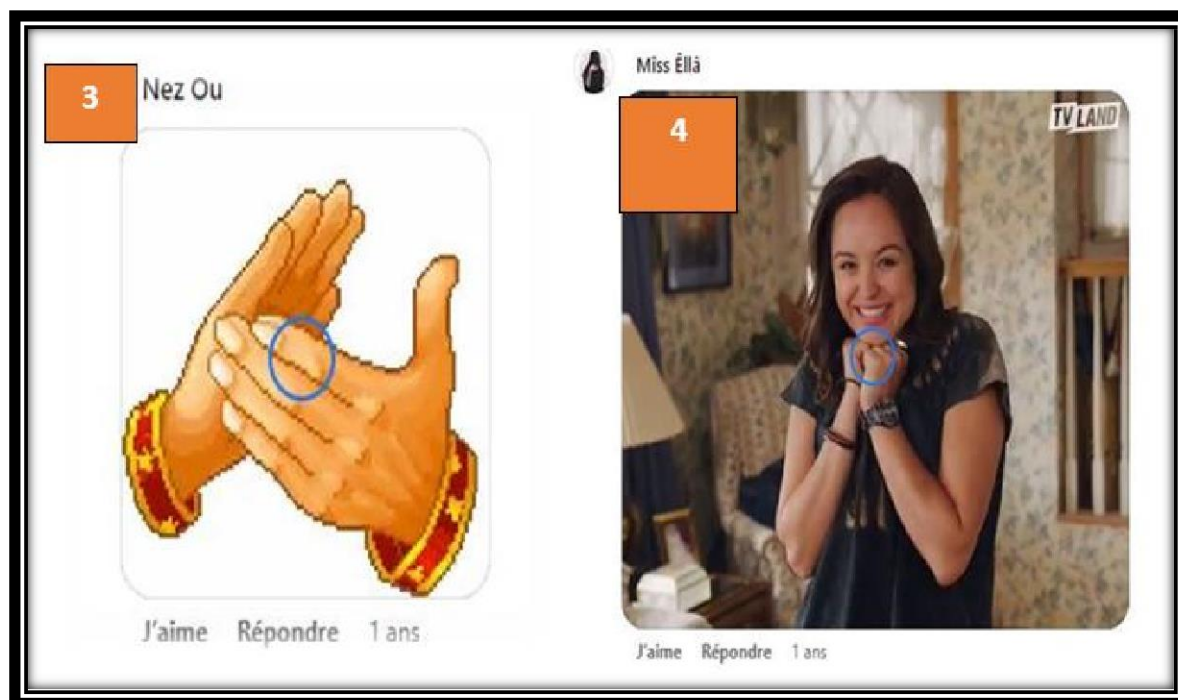
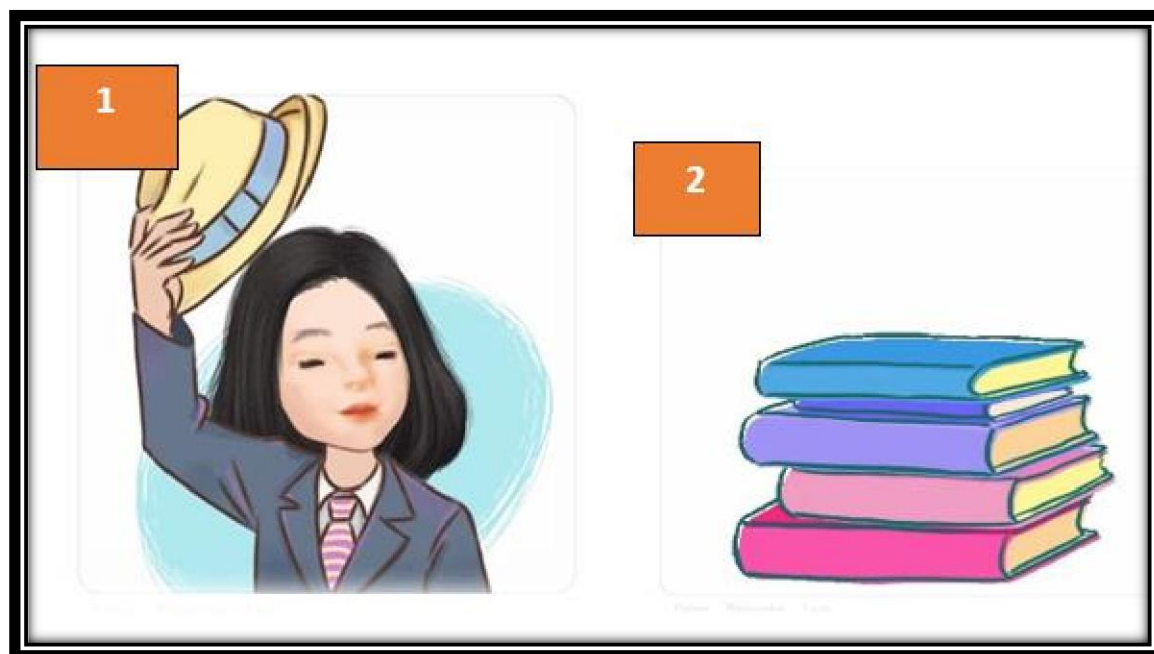


J'aime Répondre 1 an



J'aime Répondre 52 sem

Illustration 08



5

Nour Ali

j'ai terminé le baiser et la morsure et je viens de commencer a lire pour l'amour d'elena,merci pour ces chef d'oeuvre



L'aima Répondre Zoom