

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique

Université M'hamed BOUGARA
Boumerdès
Faculté de lettres et des langues



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة امجد بوقرة
بومرداس
كلية الآداب واللغات

DEPARTEMENT DE FRANÇAIS

MEMOIRE DE MASTER

Option: Sciences du langage

Présenté par :

Amani LARIBI

Le : 21/09/2023

Analyse pragmatique des attitudes des utilisateurs de
Twitter vis-à-vis de la coupe du monde 2022

Mémoire dirigé par : OMARI Ahlem

Jury

M. TIMZOUERT Djemaa	MAA	UMBB	Président du jury
M ^{me} OMARI Ahlem	MAA	UMBB	Rapporteur
M ^{me} AMRANI Ghania	MAB	UMBB	Examineur

Année universitaire : 2022-2023

Dédicace

À ma famille,

Pour leur soutien inébranlable, leur encouragement constant et leur amour inconditionnel. Vous avez été ma source d'inspiration tout au long de ce parcours académique.

Ce mémoire est dédié à vous tous.

À mes amies,

Pour les moments de partage, les discussions stimulantes et le soutien mutuel qui ont rendu cette aventure mémorable. Votre amitié a apporté de la joie à chaque étape de ce travail.

À mes enseignants,

Pour leur expertise, leur patience et leur guidance précieuse. Vous m'avez aidée à grandir en tant qu'apprenante.

Enfin, à Mme OMARI Ahlem,

Pour votre expertise, votre encouragement et votre dévouement à m'aider à réaliser ce mémoire. Vos conseils ont été inestimables.

Ce mémoire est le fruit de l'effort collectif de toutes ces personnes qui ont joué un rôle crucial dans ma vie académique.

Merci de tout cœur.

Amani

Remerciements

Ce mémoire est le résultat d'un travail passionnant et exigeant, qui m'a permis de découvrir et d'approfondir un domaine qui me tient à cœur. Je n'aurais pas pu mener à bien ce projet sans le soutien et l'accompagnement de nombreuses personnes, à qui je tiens à exprimer ma profonde gratitude et ma sincère reconnaissance.

Tout d'abord, je remercie chaleureusement ma directrice de mémoire, **Madame Omari**, de sa disponibilité, ses conseils avisés et ses encouragements constants. Elle a su me guider avec rigueur et bienveillance, tout en me laissant une grande liberté dans mes choix méthodologiques et théoriques. Elle a été pour moi un mentor et un exemple à suivre.

Ensuite, je remercie ma famille qui a toujours été présente et attentive à mes besoins. Mes parents, mes sœurs Hiba et Douaa, mon frère Adam m'ont apporté leur soutien moral, tout au long de mes études. Ils ont cru en moi et en mes capacités, m'ont témoigné leur affection, leur fierté et leur admiration. Ils sont ma source de motivation.

Par ailleurs, je remercie du fond du cœur mes deux amies, Mélissa et Houda, qui ont partagé avec moi les joies et les peines de ce parcours. Elles ont été mon pilier, mon refuge et mon inspiration. Elles m'ont offert leur écoute, leur réconfort et leur aide précieuse.

Je remercie sincèrement tous mes collègues de l'école Ali Boucif à Reghaia pour leur soutien et leur coopération tout au long de mon parcours universitaire. Grâce à leur motivation et leur accompagnement, j'ai pu concilier mon travail et mes études et réaliser ce mémoire.

Résumés

Le présent travail s'inscrit dans le domaine de la pragmatique, il explore le discours numérique des utilisateurs de Twitter suscité à l'occasion de la Coupe du Monde 2022 au Qatar. En optant pour une approche pragmatique, le présent mémoire examine comment les actes de langage se déploient dans les tweets et révèlent une diversité d'attitudes allant du soutien à la désapprobation, voire le rejet. Cette étude démontre l'importance de comprendre les dynamiques des échanges en ligne et offre un aperçu des enjeux discursifs liés aux interactions numériques contemporaines.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف الخطاب الرقمي لمستخدمي تويتر الذي تم انشاؤه بمناسبة بكأس العالم 2022 في قطر. باستخدام منهجية البراغماتية، يتم دراسة كيفية تجسيد أعمال اللغة في التغريدات وكشف مجموعة متنوعة من المواقف من الدعم إلى الاستنكار حتى الرفض. توضح هذه الدراسة أهمية فهم ديناميات المحادثات عبر الإنترنت وتوفير نظرة عامة على القضايا الاستطردية المتعلقة بالتفاعلات الرقمية المعاصرة.

This work is in the field of pragmatics, it explores the digital discourse of Twitter users generated on the occasion of the 2022 World Cup in Qatar. Using a pragmatic approach, this thesis examines how speech acts manifest in tweets and reveals a diversity of attitudes ranging from support to disapproval, even rejection. This study demonstrates the importance of understanding the dynamics of online exchanges and provides an overview of the discursive issues related to contemporary digital interactions.

Sommaire

Dédicaces	2
Remerciements	3
Résumés	4
Sommaire	5
Introduction générale.....	6
Premier chapitre : précisions conceptuelles	13
Deuxième chapitre : Méthodologie et investigation	47
Conclusion générale	91
Bibliographie	95
Annexes	100
Tables des matières	107

Introduction générale

Etre présent sur les réseaux sociaux est une manière de manifester la perception du monde, de partager les opinions et d'exprimer les émotions. Ces plateformes permettent aux utilisateurs de publier librement leurs pensées, sentiments ou avis d'une manière courte. C'est sur cet univers numérique que porte notre travail de recherche intitulé : analyse pragmatique des attitudes des utilisateurs de Twitter vis-à-vis de la coupe du monde 2022. Ainsi, et tel que le décrit précisément l'intitulé, nous envisageons, dans ce travail de recherche, de cerner l'espace public numérique en prenant comme objet d'étude le site de microblogage Twitter.

L'ampleur qu'a prise ce nouvel environnement discursif dynamique permet de débattre facilement et massivement des sujets d'actualité et de diffuser des informations et des opinions. En effet, selon le blog du modérateur, environ 500 millions¹ de tweets sont envoyés chaque jour. Il s'agit, non seulement d'un espace, et parfois d'une arène d'expression permettant la mise en relation de locuteurs, tout comme les autres réseaux sociaux en offrant de nouvelles manières de manipuler internet y compris les partages, les likes, les retweetes, etc. , mais aussi un outil de recherche ouvert à tout le monde.

En circonscrivant ce domaine d'étude, notre sujet a la particularité d'être original en ce qu'il met l'accent sur Twitter en tant que discours numérique qui est, certes, en pleine expansion mais demeure un univers très peu exploité par les recherches. A cela s'ajoute l'événement sportif de la coupe du monde qui a eu lieu en fin 2022. Nous pouvons néanmoins citer les travaux de M.-A. Paveau dont *L'analyse du discours numérique, Dictionnaire des formes et des pratiques* (2017), qui considère que tout contenu linguistique du web 2.0 peut être considéré comme discours numérique ou technodiscours. En pragmatique, nous citons ceux d'Austin dont *Quand dire c'est faire ?*, ceux de C.-K. Orecchioni, *L'implicite*, ainsi que ceux d'Armengaud dont *La pragmatique*.

Bien que plusieurs travaux antérieurs aient exploré la pragmatique linguistique ainsi que les réactions des individus aux événements mondiaux, aucun d'entre eux n'a directement ciblé le corpus constitué des tweets émis en réponse à ces événements spécifiquement sur la plateforme Twitter. L'absence de travaux similaires met en évidence la singularité de notre démarche et l'opportunité qu'elle représente pour une exploration novatrice. L'originalité et l'actualité de notre sujet résident dans le constat que malgré l'abondance des discussions en ligne, peu de travaux ont été entrepris pour analyser en profondeur comment les utilisateurs de Twitter expriment leurs attitudes spécifiques à l'égard de cet événement.

¹ BDM (blogdumoderateur.com).

Quant à la coupe du monde du football, il s'agit d'un événement sportif qui a suscité de nombreuses polémiques sur son organisation et ses conséquences prévisibles. Depuis l'attribution du tournoi au Qatar en 2010 par la FIFA, les critiques se sont multipliées sur les conditions d'attribution, les droits de l'homme, le respect de l'environnement ou encore l'impact sanitaire de la pandémie de Covid-19². Plusieurs enquêtes ont révélé des soupçons de corruption et de trafic d'influence impliquant des dirigeants du football mondial et des personnalités politiques françaises. A ce sujet, le journaliste Jérôme Latta³ précise :

Le président de la FIFA Gianni Infantino a été auditionné comme témoin en octobre 2021 par les juges français dans le cadre de l'enquête sur l'attribution du Mondial au Qatar. M. Infantino a reconnu avoir été surpris par la victoire de l'émirat lors du vote organisé par la FIFA en décembre 2010. Il a aussi admis avoir rencontré à plusieurs reprises l'ancien premier ministre qatari Hamad Ben Jassem Al Thani, dit "HBJ", soupçonné d'avoir orchestré un vaste système de corruption pour obtenir le Mondial⁴.

Plusieurs ONG⁵ ont alors dénoncé les violations des droits humains et le travail forcé subis par les travailleurs immigrés employés sur les chantiers de la coupe du monde 2022. Le bilan écologique de la construction de stades couverts et climatisés a également été pointé du doigt. La décision de décaler le tournoi en hiver pour éviter les fortes chaleurs a provoqué la colère des ligues nationales et continentales qui ont dû adapter leur calendrier. La situation sanitaire liée à la pandémie de Covid-19 a également soulevé des interrogations sur la capacité du Qatar à accueillir le public en toute sécurité. La coupe du monde 2022 est donc un événement sportif controversé qui pose des questions éthiques et politiques et offre ainsi plusieurs perspectives d'analyse et de réflexion, c'est la raison pour laquelle nous avons opté pour ce thème qui ouvre des pistes de réflexion et offre des perspectives d'analyse, notamment en adoptant l'approche pragmatique. En examinant les tweets et les hashtags liés à l'événement, l'analyse pragmatique permet de dégager les diverses attitudes et opinions des utilisateurs. Cette approche met en lumière les expressions d'enthousiasme, de critique, d'inquiétude et d'anticipation, offrant ainsi un aperçu détaillé de la manière dont cet événement suscite des réactions émotionnelles, sociales et culturelles au sein de la communauté en ligne. En combinant ces données avec les enjeux éthiques, politiques et sanitaires évoqués précédemment, l'analyse pragmatique contribue à une compréhension

² [Coupe du monde 2022 : pour l'environnement, un événement au stade critique \(lemonde.fr\).](#)

³ Cofondateur des Cahiers du football, rédacteur en chef du site Internet.

⁴ [Coupe du monde 2022 : appels au boycott, soupçons de corruption... revivez les débats autour de l'organisation de la compétition au Qatar \(lemonde.fr\).](#)

⁵ ONG est le sigle d'Organisation Non Gouvernementale. Ce sont des entités d'intérêt public à initiative sociale et fins humanitaires, qui sont indépendantes de l'administration publique et qui n'ont pas de but lucratif.

approfondie des multiples enjeux culturels, politiques et sociaux liés à la tenue de la coupe du monde 2022 dans un pays arabe, et de son impact global.

Dans cette étude, nous nous proposons donc d'étudier comment les utilisateurs de Twitter tentent, certes, d'exprimer leurs opinions et émotions vis-à-vis des conditions et implications de la tenue de cette coupe du monde au Qatar, mais notamment comment s'y prennent-ils pour influencer, voire exercer des actions sur les autres utilisateurs. Ainsi, nous nous intéressons, dans un premier temps, au discours qui s'épanouit à l'ère du numérique. Selon M-A Paveau, tout contenu linguistique du web 2.0 peut être considéré comme discours numérique dit technodiscours.

Dans un deuxième temps, nous mettons l'accent sur la pragmatique en tant qu'angle d'approche. Dans son livre, *Quand dire c'est faire*, Austin a présenté douze conférences où il a distingué deux types d'énoncés : les constatifs et les performatifs. En introduisant une nouvelle classification, il a élaboré une nouvelle théorie appelée « la théorie des actes de langage », celle que nous allons exploiter en vue d'analyser les tweets collectés.

Dans *L'implicite*⁶, KERBRAT-ORECCHIONI a exploré le concept de l'implicite sous différents angles. Elle a éclairé les notions de présupposé et de sous-entendu avec des exemples et des nuances. Ces notions sont essentielles pour notre recherche. ARMENGAUD, dans son ouvrage *La Pragmatique*⁷, a retracé les origines de la pragmatique, ses liens avec d'autres sciences et ses trois niveaux d'analyse. Il a abordé les implications, les présuppositions et la typologie des actes illocutionnaires d'AUSTIN, qui a été remaniée par SEARLE. Finalement nous abordons la sociolinguistique, explorant les notions de représentations et d'attitudes dans notre contexte numérique.

Afin d'effectuer notre analyse pragmatique des attitudes des utilisateurs de Twitter vis-à-vis de la coupe du monde, nous comptons recueillir un corpus de tweets collectés pendant la période de la Coupe du monde 2022, en utilisant des mots-clés pertinents. Nous analyserons ces tweets à l'aide des outils euristiques que propose la pragmatique, en tenant compte du contexte socioculturel dans lequel ils sont produits et reçus.

Nous avons filtré les tweets en fonction de mots-clés liés à cet événement sportif, tels que “coupe du monde”, “Qatar”, “football” ou leurs équivalents dans d'autres langues ou orthographe. Nous avons aussi écarté les tweets émanant de sources officielles (FIFA,

⁶ KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, *L'implicite*, Paris, Armand Colin, 1986.

⁷ ARMENGAUD, Françoise, *Que sais-je ? La pragmatique*, France, MD Impressions, 2007.

sélections nationales, médias, etc.) pour privilégier les expressions des utilisateurs lambda qui est défini comme suit : « *l'utilisateur lambda est un utilisateur semblable à la majorité dans son comportement. Le plus souvent, on désigne par là un utilisateur qui ne fait pas usage de fonctionnalités avancées, qui ne cherche pas à comprendre le fonctionnement du système, ou qui n'a pas une connaissance poussée dans le domaine concerné*⁸ ».

L'approche pragmatique de notre corpus de tweets vise à déceler, puis analyser la dimension actionnelle que comportent les tweets énoncés, sans omettre évidemment les situations d'énonciation. En ayant recours à cet outil d'analyse pour comprendre les réactions des utilisateurs de Twitter vis-à-vis de la Coupe du Monde 2022, notre recherche explore un exemple concret de l'application de cette approche novatrice. Cette exploration s'inscrit dans la continuité de notre intention de répondre aux enjeux scientifiques et sociaux mentionnés précédemment.

L'objectif de cette recherche consiste donc à déceler et à comprendre les opinions, les positions ainsi que les intentions communicatives des utilisateurs de Twitter à l'égard de l'événement. Pour ce faire, elle se propose d'examiner les actes de langage présents sur la plateforme Twitter en réponse à cet événement mondial marquant. Par l'exploration de ces dimensions linguistiques, cette étude vise à fournir un éclairage approfondi sur la manière dont les utilisateurs de Twitter tentent d'influencer, explicitement ou implicitement, leurs destinataires en les poussant à accomplir certaines actions.

De plus, en ouvrant de nouvelles pistes de recherche sur les dynamiques linguistiques et culturelles des discours numériques, ce sujet pourrait stimuler d'autres études passionnantes dans le domaine

Le choix de l'approche pragmatique pour notre recherche est justifié par sa pertinence pour analyser les intentions communicatives, les attitudes et les émotions exprimées dans les tweets liés à la Coupe du Monde 2022. Cette approche combine plusieurs méthodes, dont l'analyse du discours médié par ordinateur, l'analyse qualitative des énoncés et la catégorisation des actes de langage selon Searle. Elle tient également compte du contexte social et culturel entourant cet événement sportif mondial, reconnaissant l'influence de ces facteurs sur les actes de langage sur Twitter. De plus, étant donné l'importance des mots-clés pour la visibilité des sujets sur cette plateforme, l'analyse du discours médié par ordinateur s'avère être pertinente pour comprendre comment ils modèlent les discussions en ligne, y

⁸ [Définition de utilisateur lambda | Dictionnaire français \(lalanguefrancaise.com\)](https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition-utilisateur-lambda)

compris celles relatives à la Coupe du Monde 2022. En somme, cette approche analytique polyvalente est choisie pour mieux appréhender les dynamiques des échanges et les tendances émergentes sur Twitter en relation avec cet événement sportif majeur.

Sur la plateforme Twitter, les utilisateurs ont l'opportunité d'exprimer leurs attitudes et de discuter leurs opinions à travers les tweets. A ce sujet, nous nous interrogeons de la manière suivante :

- Comment se manifeste la dimension actionnelle que comportent les tweets des utilisateurs de tweeter à l'égard de la coupe du monde 2022 ? A cette interrogation cruciale s'ajoutent des questions subsidiaires que sont:
- Quels sont les différents actes de langage qui se déploient dans les tweets collectés ? Quels sont les effets que ces utilisateurs cherchent à produire sur les autres ? Et quelle est leur visée communicative ?
- En quoi consistent les attitudes de ces utilisateurs ? sont-elles favorables ou défavorables à la tenue de la coupe du monde au Qatar ? Et quels sont les moyens linguistiques qu'ils mettent en œuvre pour influencer les internautes ?

Afin de mieux élucider les préoccupations suscitées, nous émettons les hypothèses suivantes :

- Les utilisateurs de Twitter manifesteraient la dimension actionnelle à l'égard de la Coupe du Monde 2022 en exprimant leur opinion à travers les actes de langage.
- Les différents actes de langage déployés dans les tweets collectés comprendraient des actes assertifs, expressifs et directifs.
- Les attitudes des utilisateurs envers la Coupe du Monde au Qatar varieraient, avec certains manifestant leur soutien et leur enthousiasme (favorable), tandis que d'autres exprimeraient leur désapprobation et leur critique (défavorable).
- Les utilisateurs utiliseraient divers moyens linguistiques pour influencer les internautes, tels que l'emploi de l'implicite, des questionnements rhétoriques, d'ironie, de sarcasme, d'émojis et d'expressions émotionnelles pour susciter des réactions et engager des discussions.

Afin de soumettre à l'épreuve nos hypothèses de recherche, celle-ci se trouvera structurée en deux chapitres, chacun contribuant à une compréhension du sujet. Le premier

chapitre se concentrera sur la clarification conceptuelle, offrant les présupposés théoriques nécessaires à notre étude. Dans ce contexte, nous examinerons en détail les notions-clés, notamment le discours numérique, la pragmatique et la sociolinguistique. Cette exploration conceptuelle préparera le terrain en fournissant des définitions claires et des distinctions cruciales qui orienteront notre analyse.

Dans le deuxième chapitre, nous entrons au cœur de notre démarche méthodologique et analytique. Ce chapitre se divisera en deux axes majeurs : la description détaillée de notre protocole de recherche et l'application concrète de nos concepts et méthodes sur le corpus sélectionné des tweets. Dans le premier axe, nous exposerons minutieusement les choix méthodologiques qui vont guider notre enquête. Nous détaillerons les étapes de collecte et de sélection du corpus de tweets, ainsi que les critères qui vont présider au choix de l'échantillon. Les procédures d'analyse linguistique et pragmatique seront également clairement définies. Cette section revêt une importance cruciale pour assurer la rigueur de notre démarche et la validité de nos résultats.

Le second axe, quant à lui, sera consacré à la mise en œuvre de nos concepts et méthodes sur le corpus de tweets sélectionné. À travers cette analyse approfondie, nous mettrons en lumière l'émergence des actes de langage dans ce contexte spécifique. Nous décrypterons les énoncés véhiculés dans les tweets pour saisir la dimension actionnelle qui y est enfouie, tout en considérant la dynamique communicationnelle caractéristique de la plateforme numérique. Cet axe constitue une étape cruciale dans notre démarche, car il nous permettra d'observer concrètement comment les utilisateurs interagissent et communiquent sur Twitter.

Premier chapitre : précisions conceptuelles

Introduction

La coupe du monde 2022 est un événement sportif qui attire l'attention de millions de fans de football, mais aussi de nombreux observateurs et critiques. Organisée par la FIFA⁹, elle se déroule au Qatar du 20 novembre au 18 décembre 2022, pour la première fois en hiver et dans le monde arabe. Trente-deux équipes nationales s'affrontent dans huit stades ultramodernes pour tenter de remporter la coupe du monde. La coupe du monde 2022 a été couverte dans le monde entier par les médias traditionnels et numériques, et commentée sur les réseaux sociaux, notamment Twitter, où les utilisateurs ont pu exprimer leurs attitudes et partager leurs opinions et réactions.

À travers ce chapitre théorique, nous tenterons de cerner Twitter en tant qu'espace numérique ayant favorisé les discours sur cet événement mondial. C'est la raison pour laquelle nous esquisserons, dans un premier lieu, les définitions de la notion de discours numérique tout en nous référant aux chercheurs de renom comme en particulier M.-A. Paveau. Nous envisageons, dans un deuxième lieu, de mettre en exergue la pragmatique en tant que théorie et angle d'approche de notre objet d'étude avant de passer, en dernier lieu, à la notion sociolinguistique d'attitude.

I. Autour du numérique

Les différentes formes numériques du discours ont profondément transformé les modes de communication et d'information dans tous les domaines de la société. De nouveaux modes et pratiques discursifs se déploient quotidiennement en ligne grâce à l'essor technologique. Il désigne l'ensemble des médias et des technologies qui utilisent le code binaire pour traiter, stocker et transmettre des données. Il englobe le web, les médias sociaux, les terminaux mobiles¹⁰, les objets connectés ou encore l'intelligence artificielle. Le numérique offre de nouvelles possibilités de créer, de diffuser et de partager des informations, des opinions, des émotions ou des contenus. Il modifie aussi les relations entre les individus, les groupes et les organisations, en créant de nouveaux espaces d'interaction, de collaboration et de participation.

⁹ L'association mondiale du football, dont le nom abrégé est FIFA (cet acronyme renvoie à la Fédération Internationale de Football Association), est une organisation sans but lucratif qui rassemble les fédérations nationales de ce sport. Son objectif est de faire connaître et progresser le football, et de mettre en place des compétitions internationales comme le Mondial.

¹⁰ Les terminaux mobiles, tels que les smartphones et les tablettes, sont des appareils portables qui combinent communication, navigation sur Internet et exécution d'applications. Ils exploitent les réseaux sans fil pour permettre aux utilisateurs de rester connectés et d'accéder à une gamme de services et d'activités où qu'ils se trouvent.

I.1 le web 2.0, un nouveau paradigme du web

Le web 2.0 est un terme qui désigne la nouvelle génération du web. Cette nouvelle formule se distingue par une plus forte accessibilité aux utilisateurs, une plus grande richesse des contenus et des services, et une plus grande compatibilité avec les technologies et les normes du web.

Le web 2.0 repose sur l'idée que le web est une plateforme permettant aux utilisateurs de produire et de diffuser du contenu, de coopérer et de communiquer en ligne et de profiter de services sur mesure et adaptés à leurs besoins. Il met ainsi l'accent sur la dimension sociale et participative du web, qui devient un espace de communication, de création et d'échange pour les internautes.¹¹

Ce terme a été créé en 1999 par Darcy DiNucci, une spécialiste du design web, et popularisé en 2004 par Tim O'Reilly, un éditeur de référence dans le domaine des technologies de l'information. Le web 2.0 n'est pas une évolution technique du web, mais plutôt une évolution de la façon dont le web est conçu et utilisé.

De son côté, A.- M. Paveau (2017:09) précise que : « *le web 2.0 ou web social ou participatif, apparu au début des années 2000, connecte des personnes et repose sur l'interaction multi-agents (c'est le web des réseaux sociaux et du partage multimédiatique)* »¹²

Cela signifie que le web 2.0 permet aux utilisateurs de se connecter les uns aux autres, de partager des informations, des opinions, des expériences, etc. L'interaction multi-agents désigne le fait que les utilisateurs peuvent interagir avec les sites web, mais aussi avec d'autres utilisateurs, à travers des outils comme les commentaires, les évaluations, les recommandations, etc. Le web 2.0 est donc un web qui favorise la participation, la collaboration et la communication entre les utilisateurs. C'est le web des réseaux sociaux et du partage multimédiatique, comme le dit la citation. Les réseaux sociaux sont des sites web qui permettent aux utilisateurs de créer des profils, de se lier d'amitié, de rejoindre des groupes, de publier des messages, etc. Le partage multimédiatique est le fait de partager des contenus multimédias, comme des photos, des vidéos, de la musique, etc., sur des plateformes dédiées.

¹¹ <https://www.britannica.com/topic/Web-20>.

¹² PAVEAU, Anne Marie, *L'analyse du discours numérique, Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris, Hermann, 2017, p15.

Le web 2.0 a donné naissance à de nombreux services et plateformes qui illustrent ces principes, tels que :

- Blogs : Ces plateformes en ligne offrent aux individus la possibilité de publier des contenus variés tels que textes, images, vidéos et commentaires, favorisant ainsi la dissémination d'opinions personnelles et d'informations sur la toile.
- Wikis : Les wikis, en tant que sites collaboratifs sur internet, permettent une interaction collective dans la création et la modification de pages traitant de sujets spécifiques, contribuant ainsi à l'édification partagée de connaissances.
- Réseaux sociaux : Ces interfaces virtuelles autorisent les utilisateurs à ériger des profils, établir des connexions avec d'autres individus, partager du contenu et échanger en ligne, ce qui consolide les liens sociaux et les communautés d'intérêt au sein de l'environnement numérique.

I.2 les réseaux sociaux et la communication

Les réseaux sociaux, qui ont émergé comme des éléments centraux de l'ère numérique, ont profondément modifié la manière dont les individus interagissent et communiquent. Ces plateformes virtuelles offrent un espace où les utilisateurs peuvent créer des profils, établir des liens avec d'autres participants, partager du contenu multimédia et échanger des informations.

I.2.1 La communication

La communication est un concept central en sciences du langage, lesquelles étudient les caractéristiques et les fonctions du langage utilisé dans les différents contextes de communication en ligne ou hors ligne. La communication implique la transmission et l'interprétation de l'information, mais aussi l'expression et l'interaction des sujets parlants. Selon É. Benveniste (1966:23), linguiste français du XXe siècle : « *c'est dans et par le langage que l'homme se constitue comme sujet* »¹³. Le langage n'est pas seulement un instrument de communication, mais aussi un mode d'être et de penser. Benveniste distingue la langue, qui est le système commun à tous les locuteurs d'une même communauté linguistique, du discours, qui est l'usage particulier et situé de la langue par un énonciateur. Il introduit ainsi la notion d'énonciation, qui désigne l'acte individuel de production d'un énoncé, marqué par des indices de personne, de temps et de lieu. L'énonciation est donc le lieu où se

¹³ Benveniste, É., "Les niveaux de l'analyse linguistique", Problèmes de linguistique générale, vol. 1, Paris, Gallimard, 1966, p. 23.

manifeste la subjectivité du locuteur, qui s'adresse à un interlocuteur et construit son identité discursive. Benveniste (1958 : 258) affirme que « *la langue est système commun à tous ; le discours est à la fois porteur d'un message et instrument d'action* »¹⁴. La communication n'est pas seulement une transmission d'information, mais aussi une action sur le monde et sur autrui.

I.2.2 Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont des plateformes en ligne qui permettent aux utilisateurs de créer des profils, de partager des contenus et de communiquer avec d'autres utilisateurs. Les réseaux sociaux sont devenus des phénomènes sociaux et culturels majeurs, qui influencent et reflètent l'opinion publique, la mobilisation citoyenne, la diffusion de l'information et la création artistique.

Ils peuvent être classés selon différents critères, tels que le type de public visé (professionnel, personnel, etc.), le format des contenus (texte, image, vidéo, audio, etc.) ou encore la modalité d'interaction (synchrone, asynchrone, etc.).

A ce propos, Paveau (2016:200) explique :

La modalité d'interaction synchrone est une forme de communication en ligne où les messages sont échangés sans délai et où les interlocuteurs sont présents et réactifs. Elle ressemble à la communication orale, mais elle peut utiliser différents supports. Le chat, la visioconférence, le téléphone et les jeux en ligne sont des exemples de modalité synchrone, La modalité asynchrone est une forme de communication en ligne où les messages sont échangés avec un délai variable, ce qui permet aux interlocuteurs de gérer leur temps et leur rythme de communication. Elle se rapproche de la communication écrite, mais elle peut utiliser différents supports multimédias. Le courrier électronique, le forum, le blog ou les réseaux sociaux sont des exemples de modalité asynchrone¹⁵.

Parmi les réseaux sociaux les plus populaires dans le monde, on peut citer Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, TikTok ou encore Snapchat.

¹⁴ Benveniste, É., «*De la subjectivité dans le langage*», Journal de psychologie normale et pathologique, vol. 55, n° 3-4, 1958, p. 258.

¹⁵ Paveau, A.-M., *L'analyse du discours numérique : dictionnaire des formes et des pratiques*, Hermann, Paris, 2016, p. 200-201. : Crystal, D., *Internet linguistics : a student guide*, Routledge, 2011, p. 18-19.

I.2.3 La communication sur les réseaux sociaux

La communication sur les réseaux sociaux est un moyen de partager des informations, des opinions, des actualités ou des contenus avec d'autres utilisateurs. Elle peut avoir des usages personnels ou professionnels, selon les objectifs du communicant.

Pour un usage personnel, la communication sur les réseaux sociaux peut avoir pour objectif de se divertir, de s'informer, de s'exprimer, de se socialiser ou de se valoriser. Par exemple, on peut utiliser les réseaux sociaux pour regarder des vidéos amusantes, suivre l'actualité, donner son avis, échanger avec ses amis ou montrer ses talents.

Pour un usage professionnel, la communication sur les réseaux sociaux peut avoir pour objectif de se faire connaître, de promouvoir une marque, un produit ou un service, de fidéliser ou d'acquérir une clientèle, de recruter ou de former des collaborateurs ou de gérer une crise. Par exemple, on peut utiliser les réseaux sociaux pour diffuser une publicité, présenter une offre, recueillir des avis, attirer des candidats ou rassurer les consommateurs.

Pour communiquer efficacement sur les réseaux sociaux, il faut choisir les plateformes adaptées au message et à l'audience. Il existe une multitude de réseaux sociaux qui présentent des spécificités en termes de fonctionnalités, de formats, de contenus ou d'utilisateurs. Il est donc important de sélectionner les réseaux sociaux qui correspondent le mieux aux caractéristiques du message et aux attentes de l'audience.

Par exemple, Facebook est le réseau social le plus populaire et le plus polyvalent. Il permet de toucher un large public et de diffuser des messages variés (texte, image, vidéo, audio, etc.). Instagram est le réseau social le plus visuel et le plus créatif. Il permet de toucher un public jeune et branché et de diffuser des messages esthétiques (photo, vidéo, story, etc.). LinkedIn est le réseau social le plus professionnel et le plus sérieux. Il permet de toucher un public qualifié et ciblé et de diffuser des messages informatifs (texte, image, vidéo, article, etc.)

I.3 le microblogage

Le microblogging et le blogging sont deux services de communication en ligne qui partagent des caractéristiques similaires, tout en ayant des distinctions. Le microblogging implique des messages limités en longueur, tandis que le blogging n'a pas de contrainte de taille. Le terme "blog" provient de "web log", un journal en ligne créé en 1997 par Jorn Barger. En 1999, Peter Merholz a raccourci ce terme, qui a été intégré aux dictionnaires américains et français dans les années 2000. Bien qu'un site similaire à un blog ait été créé en 1994, la première plateforme de blogging, Open Diary, a vu le jour en 1997.

Initialement, les blogs étaient surtout utilisés comme des journaux intimes en ligne, mais ils se sont diversifiés grâce aux avancées technologiques, simplifiant la création et l'utilisation de sites de blogs. Actuellement, un blog permet de publier des articles personnels en ligne, sans limitation de longueur, et de s'engager avec les lecteurs via des commentaires et des partages. Les publications sont affichées dans l'ordre chronologique inversé, allant des plus récentes aux plus anciennes. Les blogs peuvent constituer des sites web autonomes ou faire partie d'une plateforme plus vaste, telle que WordPress, qui offre des services de blogs ainsi que d'autres types de sites, comme des sites de commerce en ligne.

Lorsqu'on compare le microblogging et le blogging en termes de publication, d'interaction et de présentation, des similitudes émergent. Cependant, une différence majeure entre ces deux outils réside dans le fait que, bien que les utilisateurs puissent s'abonner aux blogs d'autres utilisateurs, établissant des relations réciproques et des listes de contacts, ils ne peuvent pas consulter directement le contenu des autres utilisateurs sur leur propre page. L'accès à ces contenus nécessite une visite sur la page d'accueil ou la liste des publications de chaque blog. En somme, les utilisateurs doivent fournir un effort pour rechercher ces informations. À l'inverse, le microblog offre une fonctionnalité plus avancée de cette liste : les contenus des comptes auxquels on s'abonne apparaissent en temps réel et sur la même page que celle où on consulte son propre compte. Ainsi, on n'a pas besoin de chercher les informations ; elles sont diffusées rapidement. Nous pensons que le partage d'information basé sur une liste de contacts préétablie est la caractéristique principale du microblog, à laquelle s'ajoutent le format court et la réactivité des échanges.

I.3.1 le réseau social Twitter

Depuis juillet 2023, le service de microblogging connu sous le nom de Twitter a été rebaptisé "X". Cette plateforme permet la publication et la consultation de messages courts appelés "tweets", lesquels sont limités à 280 caractères. Son origine remonte à 2006, lorsque Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone et Noah Glass, affiliés à la start-up Odeo spécialisée dans le podcasting, l'ont créée. Le terme "Twitter", quant à lui, trouve son étymologie dans le verbe anglais "to tweet", signifiant "gazouiller".

D'après M.-A. Paveau, dans son dictionnaire des formes et des pratiques (2017:02) :

Twitter est une plateforme de microblogage qui permet de publier des messages courts (tweets) de 280 caractères maximum, accompagnés éventuellement de liens, d'images, de vidéos ou de sondages. Les tweets sont diffusés en temps réel sur le fil d'actualité des abonnés (followers) du compte qui les publie. Les utilisateurs peuvent interagir avec les tweets en les aimant (favoris), en les commentant (réponses), en les partageant (retweets) ou en les signalant (signalements). Ils peuvent également utiliser des mots-clés précédés du symbole # (hashtags) pour catégoriser leurs tweets ou participer à des discussions thématiques. Twitter est un réseau social très utilisé pour l'information, la veille, le marketing, la politique, l'humour ou la création littéraire.¹⁶

X a rapidement évolué pour devenir un instrument majeur de communication en temps réel et de diffusion d'informations. Son usage est répandu à travers le globe, permettant de suivre l'actualité, partager des opinions, images, vidéos, liens et d'interagir avec d'autres utilisateurs. La plateforme offre également la possibilité de s'abonner aux comptes d'autres utilisateurs, appelés "followers", et de visualiser leurs publications sur une page personnelle. Les tweets peuvent être regroupés grâce à des mots-clés désignés "hashtags" précédés du symbole #. Ils peuvent aussi être relayés par d'autres utilisateurs sous forme de "retweets" ou susciter des commentaires appelés "réponses".

Au fil du temps, X a joué un rôle déterminant dans divers événements historiques, politiques et sociaux, telles que les répercussions du tremblement de terre de San Francisco en 2006, les protestations en Iran en 2009, le Printemps arabe en 2011, et les attentats terroristes en France en 2015. Plusieurs personnalités publiques ont également utilisé la plateforme, incluant Barack Obama, premier président américain à avoir un compte Twitter, ainsi que Donald Trump.

¹⁶ Marie-Anne Paveau, *L'Analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris, Hermès-Lavoisier, 2017, p. 9.

En l'an 2022, Elon Musk, le fondateur de Tesla et SpaceX, a procédé à l'acquisition de l'entité désignée par "X", en versant une somme de 44 milliards de dollars. Cette opération a été suivie par la fusion avec X Corp., une entreprise établie par Musk au cours de la même année au Nevada. L'année 2023 a été le théâtre d'une transition graduelle, marquée par l'annonce du changement de dénomination de Twitter pour "X", et marquée aussi par l'introduction d'un système de transaction basé sur les « cryptomonnaies »¹⁷ pour les usagers de la plateforme. Actuellement, "X" s'inscrit parmi les plateformes de microblogging les plus éminentes et influentes en ligne. Avec une audience mensuelle dépassant les 300 millions d'utilisateurs actifs, et générant un flux de plus de 500 millions de gazouillis quotidiens, "X" est offert en plus de 40 langues et propose un éventail de fonctionnalités, notamment la diffusion en temps réel (Periscope), la messagerie privée (Direct Messages) ainsi que les publications éphémères (Fleets).

I.3.2 Twitter et ses termes

Le vocabulaire de Twitter est l'ensemble des termes techniques et spécifiques qui sont utilisés sur le service de partage de messages courts. Ces termes permettent de désigner les différentes actions, fonctions et éléments qui composent Twitter. Il est important de connaître ce vocabulaire pour comprendre et utiliser Twitter correctement.

- Twitto : c'est le nom donné à un utilisateur de Twitter.
- Tweet : c'est le nom donné à un message posté sur Twitter. Un tweet ne peut pas dépasser 280 caractères et peut contenir du texte, des images, des vidéos ou des liens.
- Timeline : c'est le nom donné au flux d'actualités de Twitter. La timeline générale affiche les tweets des comptes auxquels on est abonné, et la timeline personnelle affiche les tweets que l'on a publiés.
- Follower : c'est le nom donné à une personne qui s'abonne à un compte Twitter. Elle peut ainsi voir les tweets de ce compte dans sa timeline générale. On dit qu'elle suit ou follow ce compte.

¹⁷ C'est une monnaie numérique sécurisée par la cryptographie et utilisée pour les transactions. Elle fonctionne sans autorité centrale et est enregistrée sur une blockchain. Le Bitcoin est la plus connue, créée en 2009, . <https://www.journaldunet.fr/patrimoine/guide-des-finances-personnelles/1207712-cryptomonnaie/>

- Following : c'est le nom donné aux comptes Twitter auxquels on est abonné. On peut voir le nombre de ses abonnements sur son profil ou sur sa page d'accueil Twitter.
- Retweeter : c'est l'action de partager le tweet d'un autre utilisateur avec ses propres abonnés. Un retweet est signalé par l'abréviation RT ou par un symbole en forme de flèche.
- MP : c'est l'abréviation de message privé ou direct message en anglais. C'est un message qui n'est pas visible par les autres utilisateurs et qui est envoyé à un seul destinataire. Les MP sont limités à 140 caractères et nécessitent que les deux interlocuteurs se suivent mutuellement.
- Mention : c'est l'action de citer ou d'interpeller un autre utilisateur dans un tweet. Une mention se fait en utilisant le symbole @ suivi du pseudo de l'utilisateur. Les mentions sont visibles par tous les utilisateurs et apparaissent dans l'onglet @ Connecter de Twitter.
- Hashtag : c'est un mot-clé qui permet de classer ou de rechercher des tweets sur un sujet donné. Un hashtag se compose du symbole # suivi d'un mot, comme #blog par exemple. Les hashtags sont cliquables et renvoient vers une page regroupant tous les tweets contenant ce mot-clé.
- X'er : c'est le nouveau verbe utilisé pour désigner l'action de publier un tweet sur X, le nouveau nom de Twitter depuis juillet 2023. Ce changement fait suite au rachat de Twitter par Elon Musk et à la fusion avec X Corp., sa société basée au Nevada.

I.3.3 Twitter et l'interaction

Les interactions sur Twitter sont les différentes façons dont les utilisateurs communiquent et interagissent entre eux sur le réseau social. Elles comprennent :

- Les retweets: l'acte de diffuser le tweet d'un autre utilisateur auprès de ses propres abonnés.
- Les réponses : l'action de réagir à un tweet en initiant une réponse avec l'indicateur @pseudo.
- Les likes : l'acte d'exprimer un intérêt pour un tweet en utilisant le symbole du cœur.
- Les messages privés : l'action de communiquer avec un autre utilisateur en utilisant la fonctionnalité de messagerie représentée par une enveloppe.
- Les listes : l'acte de former ou de rejoindre une compilation d'utilisateurs ayant un intérêt ou un thème en commun.
- Les hashtags : l'acte de préfixer un mot ou une expression par un dièse (#) pour signaler le sujet ou la catégorie d'un tweet.
- Les mentions : l'acte de mentionner un autre utilisateur dans un tweet en utilisant le symbole @ suivi du pseudo.
- Les interactions sur Twitter fournissent aux utilisateurs un moyen de connexion, d'information, d'expression, de divertissement et de participation à des dialogues concernant des sujets d'intérêt. Ces interactions constituent également un indicateur de la popularité, de la crédibilité et de l'influence des individus sur cette plateforme sociale.

I.3.4 Twitter et la recherche d'information

La fonction de recherche au sein de la plateforme Twitter permet de demeurer informé en temps réel des événements en cours. En utilisant des termes-clés ou des hashtags liés aux sujets d'actualité, les utilisateurs ont accès aux tweets les plus récents et les plus populaires se rapportant à ces thématiques. Par ailleurs, il est possible d'observer les tendances actuelles, reflétant les sujets les plus débattus sur Twitter. Cette capacité favorise l'acquisition de connaissances sur les sujets qui suscitent un vif intérêt personnel.

En outre, la recherche sur Twitter facilite la découverte et le suivi de personnes célèbres .en cherchant des noms d'utilisateurs ou des pseudonymes, les individus peuvent identifier des personnes partageant des intérêts, des valeurs ou des objectifs similaires. Cette fonctionnalité permet également l'identification de personnes dotées d'une expertise ou d'une influence dans des domaines spécifiques.

Parallèlement, la recherche sur Twitter offre une opportunité de générer des pistes de prospection. En recherchant des mots-clés ou des hashtags relatifs à son domaine d'activité ou à l'offre de produits et services, les utilisateurs peuvent identifier des utilisateurs exprimant des besoins ou des désirs alignés sur les solutions proposées. Ainsi, des interactions peuvent être initiées pour offrir des solutions sur mesure.

En outre, la fonction de recherche facilite la surveillance de la réputation personnelle ou concurrentielle. L'exploration du propre nom d'utilisateur ou pseudonyme permet d'évaluer le sentiment et le niveau d'engagement des utilisateurs, offrant ainsi une évaluation de la satisfaction ou du mécontentement. Parallèlement, la recherche concernant les noms d'utilisateurs ou pseudonymes des concurrents permet d'évaluer leurs activités et leur perception publique.

En somme, la recherche sur Twitter se présente comme un instrument puissant et adaptable pour obtenir des informations pertinentes au sein de ce réseau social. Sa maximisation requiert une maîtrise de son usage afin de profiter au mieux de ses fonctionnalités.

I.3.5 Le hashtag sur twitter

Le hashtag, un symbole dièse (#) suivi d'un mot ou d'une phrase sans espaces, occupe une place essentielle sur la plateforme de microblogage Twitter. Son rôle central réside dans sa capacité à marquer les tweets avec des mots-clés spécifiques, facilitant ainsi leur classement thématique et leur accessibilité aux utilisateurs. L'importance du hashtag sur Twitter se manifeste à travers plusieurs aspects majeurs. D'abord, il favorise la découverte de contenu pertinent, permettant aux utilisateurs de trouver aisément des tweets sur des sujets qui les intéressent, indépendamment des comptes qu'ils suivent. En outre, les hashtags populaires ont le potentiel de devenir des tendances mondiales, captivant l'intérêt d'une vaste audience et engendrant des discussions qui devient rapidement virales. Du point de vue des entreprises et des organisations, le hashtag se révèle être un outil de promotion et de marketing puissant, leur permettant de cibler leur public et d'accroître leur visibilité en associant leurs produits, services ou campagnes à des hashtags pertinents et populaires. En outre, le hashtag joue un rôle clé dans le suivi des actualités en temps réel, en étiquetant des événements spécifiques tels que des catastrophes naturelles ou des sujets d'actualité brûlants, offrant ainsi un accès rapide à des mises à jour pertinentes et des informations cruciales. Enfin, il offre un moyen d'amplifier les voix collectives et individuelles, permettant aux mouvements sociaux, aux campagnes d'activisme et aux initiatives citoyennes d'obtenir un large soutien et de diffuser leurs messages à l'échelle mondiale.

Dans l'ensemble, le hashtag occupe une place centrale sur Twitter en favorisant la découverte de contenu, la participation aux conversations, la promotion et le marketing, le suivi des actualités en temps réel, ainsi qu'en amplifiant les voix et les messages porteurs d'enjeux sociaux et sociétaux. Son utilisation continue et pertinente contribue à maintenir Twitter comme l'une des principales plateformes de médias sociaux dans le paysage numérique actuel.

I.3.6 Twitter et son importance

Sur Twitter, les utilisateurs utilisent des symboles spécifiques, comme le dièse (#) ou l'arobase (@), pour faciliter la communication et l'interaction entre eux. Ces symboles permettent de créer des hashtags, qui sont des mots-clés qui regroupent les tweets par thème ou par catégorie, et des mentions, qui sont des références à d'autres utilisateurs.

Twitter est aussi une source riche et variée de données pour analyser, en l'occurrence, les attitudes des fans de football vis-à-vis de la coupe du monde 2022. En observant les tweets des utilisateurs, on peut étudier comment ils expriment leurs émotions, leurs avis, leurs croyances ou leurs préférences à travers le contenu et la forme de leurs messages. On peut aussi examiner comment ils interagissent entre eux, comment ils se positionnent par rapport aux autres acteurs du football (joueurs, équipes, médias, sponsors, etc.), comment ils réagissent aux faits marquants du tournoi, comment ils s'identifient à leur pays ou à leur région, etc.

Twitter offre donc une opportunité spécifique de comprendre les comportements des fans de football et de les comparer selon les cultures, les contextes et les événements. Cela peut avoir des implications importantes pour les acteurs du football, qui peuvent adapter leur stratégie de communication, de marketing ou de management en fonction des attentes et des besoins des fans.

I.4 Le discours numérique selon Paveau

Le discours numérique est un concept qui désigne l'ensemble des pratiques discursives qui se déroulent sur le web, notamment sur les réseaux sociaux. Le discours numérique se différencie du discours traditionnel par sa multi modalité, son hybridité, sa polyphonie, sa participation, etc.

Ce concept a été développé par Marie-Anne Paveau, une linguiste et une spécialiste de l'analyse du discours. Dans son ouvrage *L'analyse du discours numérique : dictionnaire des formes et des pratiques* (2017), elle propose une approche écologique du discours numérique, qui prend en compte sa dimension technique, sociale et culturelle.

Selon Paveau (2017:71), le discours numérique est un discours natif du web, c'est-à-dire qu'il est produit et diffusé sur le web, et qu'il utilise les spécificités du web comme ressources discursives. Le discours numérique est donc un discours adapté à son environnement numérique, qui n'est pas seulement un support mais aussi un acteur du discours. Elle écrit (2017:08): « *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. »¹⁸

Paveau (2017:15) définit le discours numérique comme un « *ensemble de formes et de pratiques langagières et sémiotiques qui se déploient dans les univers numériques* ». Elle distingue quatre caractéristiques principales du discours numérique :

- **Multimodalité** : Le discours numérique englobe la convergence de plusieurs modes sémiotiques tels que le texte, l'image, le son et la vidéo pour construire du sens. En résulte un discours à la fois complexe et pluriel, exigeant une maîtrise de compétences multimodales pour sa production et sa compréhension.

- **Hybridité** : Le discours numérique intègre différents genres, registres linguistiques, styles et langues au sein d'une même production discursive. Cette convergence engendre un discours créatif et entremêlé, qui joue avec les conventions linguistiques et culturelles, repoussant les limites des normes établies.

- **Polyphonie** : Le discours numérique intègre harmonieusement diverses voix et perspectives au sein d'une énonciation unique. En résulte un discours dialogique et interactif, favorisant l'engagement et la coopération entre les internautes.

- **Participation** : Le discours numérique repose sur une forte implication des internautes dans la création et la diffusion du contenu. Ce modèle confère au discours une dimension démocratique et citoyenne, offrant aux utilisateurs de la toile une plateforme pour exprimer leurs voix.

Paveau propose ainsi une analyse du discours numérique qui ne se limite pas à la description linguistique des énoncés, mais qui prend en compte les dimensions sociales, culturelles et techniques du web. Elle montre que le discours numérique est un phénomène complexe et dynamique, qui reflète les transformations du langage et de la communication à l'ère du numérique.

¹⁸ PAVEAU, Anne Marie, *L'analyse du discours numérique*, Dictionnaire des formes et des pratiques, Paris, Hermann, 2017, p08.

I.5 Les tweets comme genre de discours

Le tweet peut être défini comme un genre de discours qui se caractérise par :

- Une contrainte formelle : le tweet est limité à 280 caractères (140 jusqu'en 2017), ce qui implique une forte densité informationnelle, une réduction syntaxique et lexicale, l'usage d'abréviations, d'émoticônes, de hashtags, etc.
- Une fonction communicative : le tweet vise à informer, à interpeller, à convaincre, à polémiquer, à mobiliser, etc. Il s'inscrit dans un contexte d'échange public et interactif, où les utilisateurs peuvent réagir aux tweets par des réponses, des retweets ou des likes.
- Une stratégie rhétorique : le tweet repose sur des procédés stylistiques et argumentatifs variés, tels que l'ironie, la métaphore, l'hyperbole, la citation, la référence intertextuelle ou interdiscursive, etc. Il cherche à attirer l'attention, à se distinguer, à se positionner ou à influencer l'opinion.

I.6 L'analyse du discours numérique

Sur internet, les gens produisent des textes qui ont des caractéristiques spécifiques selon les lieux où ils sont publiés. L'analyse du discours numérique s'intéresse à ces textes et à la façon dont ils sont construits et interprétés. Pour cela, elle examine non seulement les mots et les phrases utilisés, mais aussi les images, les sons, les liens, les émoticônes et tout ce qui fait partie du message.

Selon Marie-Anne Paveau, l'analyse du discours numérique est un domaine de recherche qui étudie les formes et les pratiques discursives propres aux univers numériques, ce qui se manifeste plus nettement dans son Dictionnaire des formes et des pratiques (2017 :27) :

L'analyse du discours numérique consiste en la description et l'analyse du fonctionnement des productions langagières natives d'internet, et plus particulièrement du web 2.0, dans leurs environnements de production, en mobilisant à considération égale les ressources langagières et non langagières des énoncés élaborés.¹⁹

La citation souligne l'importance de l'analyse du discours numérique, axée sur l'étude approfondie des expressions langagières propres à Internet, en particulier dans le cadre du web 2.0. Cette approche vise à décortiquer la création et le fonctionnement des énoncés en

¹⁹ PAVEAU, Anne Marie, *L'analyse du discours numérique*, Dictionnaire des formes et des pratiques, Paris, Hermann, 2017, p27.

ligne, en tenant compte tant des aspects linguistiques que des éléments visuels et contextuels. En résumé, elle explore comment les utilisateurs façonnent leur communication en ligne en combinant diverses ressources, contribuant ainsi à une compréhension plus riche de la communication dans le contexte numérique contemporain.

I.7 Les discours natifs d'internet

Le terme "natif" fait référence aux productions créées directement en ligne en utilisant les outils et les espaces offerts par internet, sans être préalablement converties depuis des supports écrits ou éditoriaux pré-numériques. Le discours numérique natif, selon Paveau, désigne la manière spécifique dont les individus s'expriment, interagissent et communiquent dans le contexte numérique sans recourir aux conventions des médias traditionnels. Ainsi, cette citation ci-dessous illustre la distinction entre les contenus authentiquement natifs du numérique, créés en harmonie avec les caractéristiques et les possibilités de la sphère en ligne, et les contenus convertis qui proviennent d'environnements pré-numériques.

On appelle natives les productions élaborées en ligne, dans les espaces d'écriture et avec les outils proposés par internet, et non portées après numérisation d'espaces scripturaux et éditoriaux prénumériques aux espaces numériques connectés²⁰.

I.7.1 Traits des discours numériques natifs

Les discours numériques natifs présentent six attributs distincts, engendrant ainsi la nécessité d'une réévaluation des bases théoriques et méthodologiques sous-tendant l'analyse discursive. Selon Paveau (2017:28), il s'agit de :

- **La composition**

L'une des caractéristiques distinctives des discours numériques natifs réside dans leur composition, qui se révèle être composite. En effet, ils sont élaborés à partir d'un mélange indiscernable d'éléments langagiers et technologiques de nature informatique, présentant des indices manifestes de composition, tels que les hashtags ou les pseudonymes sur Twitter, ou des indices moins évidents, comme dans le cas des discours techniques en ligne qui reposent sur des programmes informatiques. Cette composition technolangagière est en outre renforcée par une hybridité sémiotique. Les discours technologiques peuvent être plurisémiotiques en mobilisant simultanément différents modes de communication, tels que le texte, l'image statique ou animée, ainsi que le son, comme illustré par les images macros ou les pancartes.

²⁰ *Idem.*

- **La délinéarisation**

Dans le contexte des discours numériques natifs, la délinéarisation émerge en tant qu'attribut distinctif. Contrairement à l'orientation linéaire conventionnelle du développement discursif basée sur la théorie prénumérique, ces discours peuvent être soumis à une délinéarisation grâce à l'emploi de liens hypertexte. Ces liens hypertexte redirigent à la fois le texte d'origine et le lecteur vers d'autres discours, engendrant ainsi l'ouverture d'une nouvelle fenêtre de navigateur et le contexte d'énonciation différent.

- **La relationalité**

Elle se manifeste comme une caractéristique fondamentale des discours numériques natifs. Ces discours sont intrinsèquement liés à divers niveaux : une relation avec d'autres discours, résultant de la nature en réseau du web ; une relation avec les dispositifs, en raison de leur composition composite qui les engage en une co-production avec les machines ; enfin, une relation avec les auteurs et les lecteurs, médiée par la subjectivité inhérente à la configuration des interfaces d'écriture et de lecture.

- **L'investigabilité**

Constitue une caractéristique inhérente aux discours numériques natifs. Ces discours sont en réalité encastés dans un environnement qui mémorise tout et qui est traversé par des outils de recherche et de redocumentation. En conséquence, ils se prêtent à une investigation, c'est-à-dire qu'ils peuvent être localisés et collectés pour d'éventuelles citations, utilisations, réutilisations, et ainsi de suite. Cette investigabilité découle de la nature des métadonnées : contrairement aux discours prénumériques dont les métadonnées sont externes (par exemple, dans les paratextes), les métadonnées des discours numériques natifs sont internes (incorporées dans le code).

- **L'imprévisibilité**

Est une caractéristique notable des discours numériques natifs. Ces discours sont partiellement générés et/ou structurés par des programmes et des algorithmes, ce qui les rend imprévisibles pour les locuteurs humains. Cela se manifeste au niveau de leur forme, car un énoncé peut automatiquement changer de forme en se déplaçant d'un espace d'énonciation pré-numérique vers un espace numérique. De plus, au niveau de leur contenu, certains outils, tels que les programmes de redocumentation, peuvent créer du contenu original en rassemblant des fragments dispersés de discours natifs. Ces caractéristiques spécifiques

exigent la création d'outils d'analyse adaptés ou l'adaptation d'outils existants en analyse du discours. Parmi ces outils figurent les catégories générales telles que la technologie discursive, le technodiscours et la forme technolangagière, ainsi que les catégories spécifiques de technomot, technosigne, technodiscours rapporté et technogène de discours.

II. La pragmatique

La pragmatique du langage constitue une sphère fondamentale au sein de la linguistique, dédiée à l'étude des aspects communicatifs, interprétatifs et pratiques du langage humain. Au-delà de la simple structuration grammaticale et de la signification lexicale, la pragmatique examine comment les locuteurs utilisent le langage pour atteindre des objectifs spécifiques dans des contextes variés. En se penchant sur les nuances subtiles de l'interaction verbale, cette discipline explore les mécanismes complexes qui sous-tendent la manière dont les locuteurs adaptent leur discours en fonction du contexte d'énonciation, des intentions et des attentes de leur auditoire. Par conséquent, la pragmatique offre un éclairage essentiel sur la manière dont la communication linguistique s'élabore au sein des interactions humaines, en intégrant des éléments sociaux, culturels et psychologiques pour donner forme à la signification globale des énoncés. A travers ce point, nous allons nous intéresser aux différentes conceptions de la pragmatique, venues parfois d'horizons divers, en explorant les divers concepts et théories qui permettent de décoder les subtilités de la communication verbale et de saisir pleinement son rôle central au sein de la linguistique moderne.

C'est ainsi que nous nous proposons de passer en revue la pragmatique linguistique, tout en mettant en lumière ses deux présupposées théoriques primordiales, à savoir les actes de langage et le phénomène de signification implicite.

II.1 Qu'est-ce que la pragmatique ?

Le concept de "pragmatique" dérive, selon M. Bracops (2010:15), de la langue grecque, signifiant action, mode opératoire, et accomplissement²¹. Il incarne un pilier fondamental de l'étude linguistique. La pragmatique, un domaine en pleine expansion ces dernières années, représente une discipline qui décrit le langage en action, ou simplement l'usage du langage, en mettant l'accent sur la manière par laquelle les individus parviennent à établir une communication efficace au moyen du langage. Ce domaine scrute spécifiquement les éléments de signification liés au contexte, tels que l'implicite, la référence, la présupposition et la deixis comme la définit L. Rosier (2006:08) dans son article :

La deixis est un phénomène linguistique qui consiste à renvoyer à des éléments du contexte de l'énonciation par le biais de certains mots ou expressions, appelés marques déictiques. Ces marques déictiques sont des unités linguistiques qui n'ont pas de sens en elles-mêmes, mais qui acquièrent un sens en fonction de la situation d'énonciation. Elles permettent ainsi d'ancrer le discours dans le temps, l'espace et la subjectivité du locuteur.²²

. En somme, l'approche pragmatique examine comment les locuteurs exploitent le langage pour accomplir des objectifs de communication particuliers au sein de situations réelles. De plus, elle se penche sur des phénomènes tels que l'ironie, l'humour, et les actes de parole (comme les promesses, les requêtes, les ordres, etc.), ces derniers englobant intentions et retombées pragmatiques. La pragmatique, étroitement liée à la philosophie du langage et à la psychologie cognitive, trouve son application dans de nombreux domaines. Elle englobe l'enseignement des langues, la traduction, la communication entre cultures, la résolution de conflits et même la psychologie clinique. D'après A. Rethore (1991:10), c'est le philosophe et sémioticien américain Ch. W. Morris qui a introduit ce terme pour la première fois, elle déclare : « *on reconnaîtra à PEIRCE l'intériorité du concept de pragmatics* »²³ comme une discipline qui n'avait jamais existé auparavant basée sur des concepts peirciens. Selon sa définition, la pragmatique est la partie de la sémiotique qui traite le rapport entre les signes et leurs usagers. Ce champ disciplinaire a connu des développements. Dans cette perspective, F. Neveu (1989:52) souligne : « [...] PEIRCE ajoute que la pragmatique est l'étude de la façon de nous comporter étant donné la connaissance que nous avons [désormais] de notre

²¹ Martine BRACOPS, *Introduction à la pragmatique. Les théories fondatrices : actes de langage, pragmatique cognitive, pragmatique intégrée*, Paris, De Boeck Supérieur, 2010, p. 15.

²² Rosier, Laurence. 2006. "Deixis et énonciation : modèles et méthodes". *Langages* 164 (4): 8-23. p. 8. : <https://www.cairn.info/revue-langages-2006-4-page-8.htm>.

²³ RETHORE, Joëlle, *La pragmatique linguistique de Peirce 1989*, *Etude littéraire*, 21(3), 49-58, p52. Document généré le 01/04/2020

environnement grâce à l'épiscopie »²⁴ La pragmatique, en se penchant sur les énoncés qui dépendent d'un contexte déterminé, explore les aspects actionnels du langage, tels que les actes du langage et les stratégies interprétatives de l'allocutaire. Issue avant tout de la philosophie du langage, ses promoteurs tels que P. Grice, L. Austin et W. Quine ont contribué à façonner cette discipline. À travers cette approche analytique du langage, la pragmatique trouve sa racine dans les réflexions de ces penseurs, offrant ainsi un pont vers les fondements de la philosophie du langage et ses nuances conceptuelles.

II.2 La philosophie du langage

En 1950, une exploration philosophique du langage émerge avec le philosophe britannique AUSTIN, au travers de ses douze conférences à l'université d'Harvard, présentées dans le cadre des Williams James Lectures. Ces exposés sont ultérieurement regroupés dans l'ouvrage « *How to do things with words* » (1962), traduit en français par Gilles LANE sous le titre « *Quand dire c'est faire* » (1970).

Selon L. Austin (1970 :09), l'acte de parler engendre des effets au-delà de l'affirmation, puisque « *nous savons que nous accomplissons souvent quelque chose en disant quelque chose, ou par le fait de dire quelque chose* ». ²⁵ Il souligne néanmoins que le langage ne se limite pas à décrire le monde ; il possède également la capacité d'agir sur lui. Cette notion conduit AUSTIN à catégoriser les phrases déclaratives en deux types fondamentaux :

Le premier, appelé constatif, vise à « *décrire la réalité de manière conforme* »²⁶. Autrement dit, il sert à décrire les faits. L. Austin préfère le terme « constatif » car, à ses yeux, toutes les affirmations, qu'elles soient vraies ou fausses, ne sont pas nécessairement des descriptions. Les énoncés de type constatif sont ainsi soumis à des critères de vérité ou de fausseté, et peuvent être considérés comme vrais ou faux.

Le second, baptisé performatif, permet quant à lui d'accomplir une action en prononçant des paroles. En d'autres termes, il réalise une action au moment de son expression. Les énoncés performatifs visent à altérer et transformer la réalité. L. Austin précise que ces énoncés ne sont pas des affirmations vraies ou fausses (descriptions ou reportages de faits), ni des non-sens. Ils sont plutôt des énonciations conçues pour réaliser quelque chose. En conséquence, les performatifs ne sont pas évalués en fonction de leur véracité, mais plutôt en

²⁴ Ibid

²⁵ John L. AUSTIN, *Quand dire, c'est faire*, Paris, Seuil, 1970, p. 09.

²⁶ SAINT-MARTIN, Fernande, *Le sens du langage visuel*, Canada, Presses de l'université de Québec 2007, p125.

termes de succès (accomplissement) ou d'échec (non-accomplissement). M. Bracops (2010:35) souligne d'ailleurs que « *l'évaluation des performatifs en termes de vérité ou de fausseté est manifestement impossible : leur jugement repose uniquement sur le succès (ou la satisfaction) ou l'échec (ou l'insatisfaction) de l'acte* »²⁷.

L. Austin ajoute que les énoncés performatifs se caractérisent par l'utilisation de verbes spécifiques tels qu'ordonner, promettre, juger... ainsi que par l'emploi de la première personne du singulier « je ». Cependant, au fil de ses conférences, il se rend compte que cette distinction grammaticale entre performatifs et constatifs n'est pas toujours évidente ni applicable à tous les cas. Par exemple, une phrase peut être de type performatif et accomplir un acte sans recourir à ces marques, comme dans « je viendrai » ou « on promet », où l'acte de promettre est accompli sans utiliser la formule « je te promets de venir ».

Face à la complexité de différencier les actes performatifs, AUSTIN oriente sa réflexion vers une nouvelle théorie, celle des actes de langage, qui identifie trois catégories d'actes accomplis en parlant : l'acte locutoire, l'acte illocutoire et l'acte perlocutoire.

II.3 La théorie des actes de langage

La théorie des actes de langage, élaborée par le philosophe britannique John Searle et inspirée des travaux d'Austin, propose une perspective novatrice sur la manière dont le langage est utilisé pour accomplir des actions au-delà de la simple transmission d'information. Cette théorie divise les énoncés en trois catégories distinctes : les actes locutoires, qui désignent le contenu littéral et syntaxique d'une phrase ; les actes illocutoires, qui reflètent les intentions et les effets performatifs d'un énoncé (comme commander, promettre, s'excuser) ; et enfin les actes perlocutoires, qui englobent les conséquences produites par un énoncé sur le destinataire, comme persuader, convaincre ou émouvoir. La théorie des actes de langage offre une approche profonde pour comprendre la dimension pragmatique du langage en soulignant comment les énoncés façonnent les interactions sociales et l'impact des mots au-delà de leur sens littéral.

²⁷ Bracops, Martine. 2010. "Les actes de langage". In *Introduction à la pragmatique. Les théories fondatrices : actes de langage, pragmatique cognitive, pragmatique intégrée*, 33-64. Paris : De Boeck Supérieur. p. 35.

II.3.1 L'acte locutoire

C'est l'acte de produire un énoncé doté d'un sens et d'une forme linguistique.

C'est, selon J. Moeschler et A. Reboul (1994:60): « *celui que l'on accomplit par le simple fait de dire quelque chose* »²⁸. D'après L. Austin, c'est « *l'acte de dire quelque chose* »²⁹, En d'autres termes, lorsque quelqu'un qui parle énonce une séquence de sons en observant les règles de la grammaire, de la syntaxe, de la sémantique, et ainsi de suite.

II.3.2 L'acte illocutoire

L'acte illocutoire se réfère à l'action que nous réalisons en prononçant certains énoncés, tels que des promesses ou des excuses. Étymologiquement, le terme "acte illocutionnaire" provient « *(du latin in=dans, et locutio=discours, l'acte illocutionnaire est ce que l'on fait en parlant* »³⁰. Selon B. Amboise, cet acte peut être défini comme celui qui

Correspond à la dimension performative de l'énoncé ; c'est l'acte qui est fait en disant quelque chose au moyen de l'acte locutoire et qui ne correspond plus à une réalisation sémantique. Il ne s'agit plus (seulement) par son moyen de dire quelque chose, mais bien d'accomplir quelque chose dans le monde pour le modifier (d'une façon qui reste à spécifier).³¹

Cette citation concerne la dimension performative de la parole. Elle met en évidence l'idée que les énoncés peuvent être performatifs, c'est-à-dire qu'en les prononçant, on accomplit une action au lieu de simplement délivrer un contenu sémantique. Par conséquent, l'intention du sujet parlant est de réaliser un changement dans le monde réel en utilisant les mots, allant au-delà de la simple communication. Cela nécessite une spécification ultérieure quant à la manière dont cet accomplissement modifie le monde. En résumé, cette citation explore comment l'acte de parler peut avoir un impact concret sur la réalité plutôt que de se limiter à une signification linguistique.

²⁸ MOESCHLER, Jacques, REBOUL, Anne, *La pragmatique aujourd'hui*, z-lib.org, PDF. P17.

²⁹ John L. AUSTIN, *Quand dire, c'est faire*, Paris, Seuil, 1970, p. 09.

³⁰ ARMENGAUD, F, *Que sais-je, La pragmatique*, Op., Cit., p78.

³¹ B. AMBOISE, *Le langage.J.L. AUSTIN et le langage: ce que la parole fait*, Revue numérique: <http://www.philopsis.fr>. PDF, p08.

II.3.3 L'acte perlocutoire

Selon AUSTIN (1970:114) : « *dire quelque chose provoquera souvent [...] certains effets sur les sentiments, les pensées, les actes de l'auditoire ou de celui qui parle, ou d'autres personnes encore* »³². De ce fait, l'acte perlocutoire serait l'effet produit sur l'interlocuteur par le fait de dire quelque chose.

F. Armengaud (2007 :78) explique :

Les actes perlocutionnaires sont plus proprement caractérisés en termes d'effets perlocutionnaires. Ce sont les effets produits par nos propos sur nos allocutaires. Entendons les effets qui sont autres que la simple compréhension de ses mêmes propos.³³

Les effets perlocutionnaires sont les conséquences résultant de nos paroles sur ceux à qui nous nous adressons. Ces effets vont au-delà de la simple compréhension du contenu verbal. En d'autres termes, il s'agit des réactions, des émotions ou des actions suscitées chez les auditeurs suite à nos paroles, qui vont au-delà de la signification linguistique immédiate.

II.4 La typologie des actes illocutoire

Selon AUSTIN, l'acte illocutionnaire est d'une importance primordiale, ce qui justifie sa classification en diverses catégories. En fonction des valeurs illocutionnaires, nous pouvons identifier les actes suivants : les actes verdictifs, exercitifs, promessifs, comparatifs et expositifs. L. Austin (1970:163) a synthétisé ces catégories de la manière suivante :

Le verdictif conduit à porter un jugement, l'exercitif à affirmer une influence ou un pouvoir, le promessif à assumer une obligation ou à décaler une intention, le comparatif à adopter une attitude, l'expositif à manifester plus clairement ses raisons, ses arguments, brefs à élucider la communication³⁴

Au fil du temps, Searle a soulevé des interrogations concernant la classification austinienne et a avancé une alternative à cette classification établie :

- **Les représentatifs**

Les énoncés représentatifs expriment une proposition vérifiable en termes de vérité ou de fausseté, ainsi « *le locuteur s'engage sur la vérité de la proposition exprimée* »³⁵

³² AUSTIN, J.L, *Quand dire c'est faire*, Op., Cit., p114.

³³ ARMENGAUD, F, *Que sais-je, La pragmatique*, Op., Cit., p78.

³⁴ AUSTIN, J.L, *Quand dire c'est faire*, Op., Cit., p163

³⁵ MOESCHLER, Jacques et REBOUL, Anne, *Dictionnaire encyclopédique de pragmatique*, Paris, Seuil, 1994, p17.

- **Les directifs**

Les énoncés directifs visent à inciter l'interlocuteur à agir ou à réagir, souvent en donnant un ordre.

- **Les promessifs**

Ceci implique le devoir de réaliser une action énoncée, similaire à l'engagement de tenir une promesse, où l'individu est tenu de respecter son engagement. En effet, cela consiste à contraindre celui qui parle à exécuter des actions spécifiques.

- **Les actes expressifs**

L'objectif de cette action est de stimuler l'état psychologique du locuteur en lien avec le contenu de sa phrase, comme c'est le cas avec les remerciements, les félicitations, etc. Cela vise à « exprimer l'état psychologique, en tenant compte de la condition de sincérité par rapport à la situation spécifiée dans le contenu de la proposition ». ³⁶

- **Les actes déclaratifs**

Ces actes sont véridiques et confirment l'énoncé prononcé. Ils ont pour effet de valider la véracité de ce qui est proposé. « *Ils ont pour caractéristiques de provoquer la vérité de leur contenu propositionnel* » ³⁷

II.5 L'implicite et l'explicite

Le langage est un outil de communication qui permet de transmettre des informations, des idées ou des émotions. Mais il n'est pas toujours clair et direct. Parfois, il faut lire entre les lignes pour comprendre ce que veut dire le locuteur ou l'auteur. C'est ce qu'on appelle l'implicite et l'explicite. L'implicite est ce qui est sous-entendu, suggéré ou déduit dans un énoncé, sans être dit explicitement. Il repose sur le contexte, les connaissances partagées ou les indices du texte.

L'implicite et l'explicite sont deux aspects importants du langage, qui permettent de créer des effets de sens, de persuasion ou d'humour.

³⁶ MOESCHLER, Jacques et REBOUL, Anne, *Dictionnaire encyclopédique de pragmatique*, Op., Cit., p73

³⁷ *Ibid.*

II.5.1 Définition de l'implicite

Le locuteur ne dit pas toujours tout ce qu'il veut faire comprendre à son interlocuteur, mais il lui laisse des indices, des sous-entendus et des suggestions pour qu'il les interprète. L'implicite est omniprésent dans nos conversations et nos relations quotidiennes. D'après G. Zarate (1985:17), c'est « *Derrière la trivialité du quotidien circule l'implicite; il est présent derrière l'insignifiance apparente des interactions sociales* ». ³⁸

Lorsque nous exprimons une idée, nous véhiculons un message explicite et parfois implicite. Celui-ci est enfoui sous les mots, ce qui exige de décoder ce qui est sous-entendu. Cette technique est utilisée non seulement pour se protéger de ses propres expressions, mais aussi pour se soustraire aux jugements des autres. Le terme implicite vient du latin et signifie tout ce qui est enveloppé. Donc sa signification n'est pas très nette.

A propos de cela, Catherine Kerbrat-Orecchioni a proposé une analyse pragmatique et rhétorique, en expliquant : « *or, on ne parle pas toujours directement. Certains vont même jusqu'à dire qu'on ne parle jamais directement* » ³⁹. Cela nous permet de comprendre que la communication verbale n'est pas toujours explicite, c'est-à-dire qu'elle ne dit pas toujours clairement ce qu'elle veut dire. Il y a souvent des sens cachés, implicites, qui dépendent du contexte, de la situation, des intentions des interlocuteurs, etc. Certains pensent même que l'implicite est toujours présent dans le langage, et qu'il n'y a pas de communication directe, sans ambiguïté ni sous-entendu. K. Orecchioni (1986:13) illustre par l'exemple :

Il fait chaud ici » ne signifie jamais qu'il fait chaud ici, mais c'est selon « ouvre la fenêtre », « ferme le radiateur », « est-ce que je peux tomber la veste ? », « Il fait frais ailleurs », « je n'ai rien de plus intéressant à dire », etc. bref, ce serait l'indirection qui serait « la règle. ⁴⁰

L'implicite, c'est quand on dit plus que ce qu'on exprime : le message a un sens qui dépasse les mots utilisés, donc le locuteur fait comprendre à son interlocuteur ce qui est dissimulé dans son discours, sans en assumer la responsabilité. Ainsi, l'interlocuteur a une certaine liberté pour déduire le sens implicite du texte, car cela dépend de sa propre compréhension et son interprétation.

Selon O. Ducrot, l'implicite est une façon de dire quelque chose sans le dire explicitement. Il écrit (1972 :15): « *il ne s'agit pas seulement de faire croire, il s'agit de dire,*

³⁸ Geneviève ZARATE, "L'implicite culturel et son utilisation dans un cours à visée interculturelle", Le français dans le monde, n° 195, 1985, pp. 17-22.

⁴⁰ Catherine KERBRAT-ORECCHIONI, *L'implicite dans la conversation, Langages*, 1986, p 13-29.

sans avoir dire ». Cela signifie que le locuteur transmet des informations à son interlocuteur qui ne sont pas formulées littéralement, mais qui sont déduites du contexte ou des présupposés.

R. Mucchielli (1974) définit un contenu implicite comme un contenu qui n'est pas exprimé directement, mais qui est suggéré ou sous-entendu. R. Barthes le nomme un « contenu latent », c'est-à-dire un contenu qui n'est pas manifeste, mais qui est caché ou dissimulé.

Parfois, l'explicite et l'implicite coexistent dans un même énoncé : l'énoncé contient un message explicite, mais qui renferme aussi un autre implicite. K. Orecchioni soutient à ce sujet :

... les contenus implicites (présupposés et sous-entendus) ont en commun la propriété de ne pas constituer en principe ... le véritable objet du dire, tandis que les contenus explicites correspondent, en principe toujours à l'objet essentiel du message à transmettre ⁴¹

II.5.2 Implicite Vs Explicite

Le locuteur, lorsqu'il parle ou écrit, peut avoir différents buts communicatifs : informer, autoriser, ordonner, interroger, convaincre, persuader ou influencer son interlocuteur. Pour ce faire, il utilise deux types d'informations : une information explicite et une information implicite. P Charaudeau (2015:03) dans son article affirme que « *tout acte de langage a, de façon constitutive, une double dimension explicite et implicite, indissociable l'une de l'autre* »⁴². GRICE (1975:45), quant à lui, oppose ces deux concepts d'implicite et d'explicite. Selon lui, s'exprimer explicitement, c'est s'exprimer de manière claire, précise et sans ambiguïté. C'est dire directement ce que l'on veut dire : « To tell something »⁴³. En revanche, s'exprimer implicitement, c'est s'exprimer de manière informelle, suggérée ; de manière à amener l'interlocuteur à inférer autre chose que ce qui est dit.

Selon Orecchioni, l'explicite et l'implicite sont deux contenus qui ne peuvent pas être séparés, car l'implicite vient compléter l'explicite. Il écrit : « *la plupart des énoncés possèdent ainsi, en plus de leur contenu explicite, un ou plusieurs contenus implicites, qui viennent se*

⁴¹ Idem.,p20

⁴² Charaudeau, P. (2015). *De la linguistique de la langue à la linguistique du discours, et retour*. In G. Engwall & L. Fant (Eds.), *Festival Romanistica. Contribuciones lingüísticas – Contribuciones linguísticas – Contributi linguistici – Contribuições linguísticas*, Stockholm University Press, (pp. 3-12).

⁴³ Kerbrat-Orecchioni, C. (1986). *L'implicite*. Paris: Armand Colin. Cité par Grice, H. P. (1957). *Meaning*. *The Philosophical Review*, 66(3), 377-388.

greffer sur le précédent (...) »⁴⁴. D’après Orecchioni, le sens explicite d’un énoncé est le sens qui se voit immédiatement dans cet énoncé. Par contre, le sens implicite est le sens qui se cache derrière le sens explicite et qui demande des informations supplémentaires pour le trouver.

L’implicite se manifeste sous deux types : le présupposé et le sous-entendu :

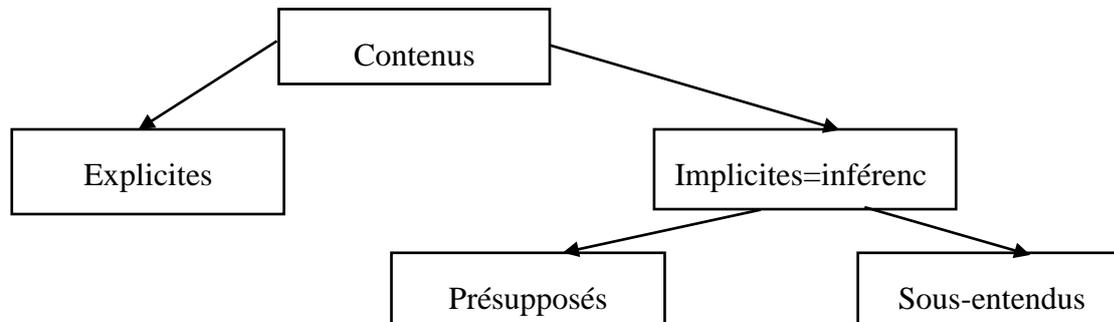


Figure 1: schéma représentatif des constituants du contenu d'un énoncé.

Le schéma⁴⁵ actuel encapsule les éléments distincts présents dans le texte, à la fois ceux qui sont clairement exprimés (explicites) et ceux qui sont suggérés sans être directement mentionnés (implicites).

Dans le cadre de cette étude pragmatique visant à analyser les attitudes des utilisateurs de Twitter à l’égard de la Coupe du Monde 2022, il est essentiel d’examiner les aspects implicites des actes de langage réalisés, à savoir les présupposés et les sous-entendus. En effet, les présupposés, qui sont des informations non explicitement exprimées mais nécessaires à la compréhension du discours, ainsi que les sous-entendus, qui consistent en des messages indirects et allusifs, jouent un rôle crucial dans la construction des attitudes et des significations. L’analyse pragmatique se révèle être l’approche idéale pour décrypter ces éléments implicites, car elle se concentre sur la manière dont les locuteurs utilisent le langage pour atteindre des objectifs communicatifs précis et pour influencer leurs interlocuteurs. En mettant en lumière les actes de langage et les stratégies linguistiques, nous pouvons également explorer comment les présupposés et les sous-entendus contribuent à façonner les opinions et les émotions exprimées dans les messages sur Twitter. Ainsi, l’articulation entre l’analyse pragmatique et l’étude des éléments implicites offre une perspective pour comprendre la

⁴⁴ KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, *L’implicite*, Op., Cit., p116-122.

⁴⁵ Ibid, p20

complexité des attitudes des utilisateurs dans le contexte numérique de la Coupe du Monde 2022.

Cette dernière catégorisation de l'implicite inclut des présupposés et/ou des sous-entendus, dont les définitions et distinctions seront examinées dans ce qui suit.

II.5.3 Le sous-entendu

Le concept de sous-entendu fait référence à une forme de sens implicite qui se manifeste au sein d'une énonciation. Toutefois, son interprétation est entièrement tributaire du contexte dans lequel cette énonciation a lieu. Selon la définition proposée par Orecchioni (1986:39) :

Toutes les informations qui sont susceptibles d'être véhiculées par un énoncé donné, mais dont l'actualisation reste tributaire de certaines particularités du contexte énonciatif (ainsi une phrase telle qu' « Il est huit heures » pourra-t-elle sous-entendre, selon les circonstances de son énonciation, « Dépêche-toi ! », aussi bien que « Prend ton temps »⁴⁶.

En conséquence, le décryptage du message dépend étroitement du contexte entourant l'énonciation. En d'autres termes, les éléments qui se situent en dehors du langage proprement dit deviennent essentiels pour une interprétation adéquate. Cela souligne que le sens sous-entendu d'un contenu donné est en grande partie façonné par les circonstances particulières de l'acte de parole.

II.5.4 Le présupposé

Contrairement à la signification implicite, qui trouve son interprétation en fonction du contexte de l'énonciation, le présupposé est intrinsèque à la formulation elle-même. Son identification dépend des éléments linguistiques présents dans la phrase. Dans ce domaine, K. Orecchioni établit que les présupposés sont :

« Toutes les informations qui, sans être ouvertement posées (c.-à-d. sans constituer en principe le véritable objet du message à transmettre), sont cependant automatiquement entraînées par la formulation de l'énoncé dans lequel elles se trouvent intrinsèquement inscrites, quelle que soit la spécificité du cadre énonciatif »⁴⁷.

Dans cette perspective, il est possible de déduire que le présupposé se dévoile à travers des constituants linguistiques au sein de l'énoncé, attribuant ainsi à la phrase la responsabilité de définir sa propre signification.

⁴⁶ Idem., p39

⁴⁷ Idem., p25

En conclusion, il convient de souligner que l'inclusion à la fois des facteurs intrinsèques et extrinsèques à une déclaration se révèle impérative, car ils constituent un élément fondamental du processus interprétatif. Par conséquent, il apparaît essentiel de tenir compte à la fois des structures linguistiques et du contexte externe pour appréhender pleinement le sens d'un énoncé.

III La sociolinguistique

La sociolinguistique est un domaine qui a émergé après la seconde guerre mondiale, et qui a fait l'objet de débats et de définitions diverses selon les points de vue de différents linguistes. Aux Etats Unis, son initiateur est W. Labov, y voyant une partie de la linguistique qui se nourrit de plusieurs domaines comme la sociologie du langage et la géographie linguistique. Selon W. Labov (1976 :200) : « *la sociolinguistique est la linguistique* »⁴⁸, c'est-à-dire qu'elle examine les pratiques et les représentations langagières dans une société, et qu'elle explore les liens entre la langue et la société en considérant les différentes langues existantes dans une société donnée.

La sociolinguistique est une science assez récente qui prend en charge l'étude de la langue dans ses différents cotés :

H. Boyer (2001:08) la définit comme suit : « *la sociolinguistique est une science de l'homme et de la société qui a émergé voilà près d'un demi-siècle, en tant que territoire disciplinaire déclaré labellisé* »⁴⁹ pourrait-on dire, de la critique solitaire d'une certaine linguistique structurale enfermée dans une interprétation doctrinaire du cours de linguistique général de Ferdinand de Saussure.

Un autre linguiste, Fishman (1971:46) considère la sociolinguistique comme une simple linguistique de parole « *la sociolinguistique peut être définie comme l'analyse de la parole envisagé dans son contexte social* »⁵⁰, C'est-à-dire la sociolinguistique est une étude scientifique qui s'intéresse à la langue dans son milieu social, de ce fait la sociolinguistique est une étude qui explique les phénomènes linguistiques par des phénomènes sociaux.

La sociolinguistique est une discipline passionnante et riche, qui permet d'appréhender le langage dans sa dimension sociale et culturelle. Elle offre des outils théoriques et méthodologiques pour analyser les pratiques langagières dans leur diversité et leur

⁴⁸ Labov. H, 1976, *Sociolinguistiques*, Paris, éd de Minuit, p.200, 201.

⁴⁹ Boyer. H, 2001, *Introduction à la sociolinguistique*, Paris, Dunot. P8.

⁵⁰ Fisherman, 1971, *sociolinguistique*, Nathan Labov. p46.

complexité. Elle contribue aussi à une meilleure connaissance des phénomènes linguistiques qui façonnent notre monde contemporain.

III. 1 les représentations

Selon le Petit Robert, le terme "représentation" découle de l'expression latine "*repraesentatio*", signifiant littéralement "rendre présent" ou "mettre sous les yeux".

Le concept de représentation a une origine philosophique, notamment chez Emmanuel Kant, pour qui les objets de notre connaissance ne sont que des représentations et la connaissance de la réalité ultime demeure hors de portée. Dans un sens plus large, en philosophie, la représentation implique le processus par lequel une entité est évoquée à l'esprit et se présente sous forme de symboles, de signes, d'images, de croyances ou de valeurs, notamment dans le contexte de la perception de la réalité.

Une représentation sociale est caractérisée par un contenu, comprenant des informations, des images, des normes, des modèles, des opinions, des croyances, des attitudes et des valeurs. Ces composants sont liés à un objet, qu'il s'agisse d'individus, d'aspects de la société, de mécanismes politiques ou économiques. Toutefois, une représentation ne se limite pas à cela ; elle incarne également la relation entre quelqu'un et d'autres sujets. En accord avec cette idée, S. Moscovici, (1984 :72) affirme que « *toute représentation sociale est de quelque chose et de quelqu'un. Elle n'est donc ni le double du réel, ni le double de l'idéal ni la partie subjective de l'objet, ni la partie subjective du sujet. Elle est le processus par lequel s'établit leur relation* ». ⁵¹

Le concept de représentation trouve son origine dans le domaine sociologique, avec notamment Émile Durkheim. Il fut le précurseur à envisager une approche scientifique de l'étude des représentations. Il évoquait déjà que la vie collective, tout comme la vie mentale individuelle, est fondée sur des représentations. Cependant, ce concept a traversé diverses interprétations et applications dans différentes disciplines, principalement au sein des sciences humaines.

Selon S. Moscovici (1961 :66), « *les représentations sociales sont des univers d'opinions propres à une culture, une classe sociale ou un groupe et relatifs à des objets de*

⁵¹ Serge Moscovici, « *Les représentations sociales* », *La psychanalyse, son image et son public*, Paris, Presses Universitaires de France, 1961, p. 9-72.

l'environnement social ⁵²». Ces représentations sont un ensemble de connaissances en lien avec un groupe social en relation avec un objet social.

Dans le contexte du discours numérique, les représentations sont donc liées aux pratiques discursives et interactionnelles des usagers des dispositifs numériques, ainsi qu'aux propriétés techniques et sémiotiques de ces dispositifs.

D'après l'article *Pratiques discursives et interactionnelles en contexte numérique. Questionnements linguistiques* de Ch. Develotte et M-A. Paveau, publié dans la revue *Langage et société* en 2017 : « *Dans le contexte du discours numérique, les représentations sont donc liées aux pratiques discursives et interactionnelles des usagers des dispositifs numériques, ainsi qu'aux propriétés techniques et sémiotiques de ces dispositifs.* »⁵³

III.2 Les attitudes

La notion d'attitude linguistique est un concept clé en sociolinguistique, qui permet d'analyser les perceptions, les évaluations et les comportements des locuteurs face aux langues et à leurs variétés. Depuis les années 1960, de nombreuses études ont exploré les facteurs qui influencent les attitudes linguistiques, tels que les caractéristiques socioculturelles, idéologiques, familiales, nationales et économiques des locuteurs. Comme le souligne Louis-Jean Calvet (1993 :46), les attitudes linguistiques ne sont pas neutres, mais ont des conséquences sur les pratiques langagières : « *tout un ensemble d'attitudes, de sentiments des locuteurs face aux langues, aux variétés de langues et à ceux qui l'utilisent qui rendent superficielle l'analyse de la langue comme un simple instrument(...) alors que les attitudes linguistiques ont des retombées sur les comportements linguistiques* »⁵⁴.

On distingue généralement les attitudes linguistiques positives, qui expriment une appréciation ou une préférence pour une langue ou une variété donnée, des attitudes linguistiques négatives, qui manifestent un rejet ou une dévalorisation. En sociologie, on définit l'attitude linguistique comme « *une orientation des conduits ou des jugements, lorsque ceux-ci présentent une certaine cohérence et une certaine stabilité* ». Les recherches sur les attitudes linguistiques visent à identifier les causes et les effets de ces orientations, ainsi qu'à proposer des mesures pour les modifier si nécessaire. Les attitudes linguistiques sont donc un

⁵² Serge Moscovici, *La psychanalyse, son image et son public*, Op., Cit., p. 66.

⁵³ Christine Develotte et Marie-Anne Paveau, « *Pratiques discursives et interactionnelles en contexte numérique. Questionnements linguistiques* », *Langage et société*, vol. 161, no. 3, 2017, p. 7-24.

⁵⁴ Calvet L-J, 1993, *la sociolinguistique*, PUF, collection que sais-je ?, Paris, P46.

élément essentiel à prendre en compte dans toute politique linguistique, car elles reflètent le rapport de force entre les langues et leurs statuts respectifs.

Selon Orecchioni (1984), la sociolinguistique met l'accent sur l'importance des attitudes linguistiques dans l'étude de la variation et du changement linguistiques. Les attitudes sont définies comme "*les évaluations et les réactions émotionnelles des locuteurs à l'égard des différentes variantes linguistiques*"⁵⁵. Ces évaluations peuvent être positives, négatives ou neutres, et elles sont essentielles pour comprendre comment les locuteurs choisissent et utilisent leur langue dans des contextes spécifiques.

III. 2. 1 Catégories des attitudes

Les attitudes, en tant qu'évaluations psychologiques que nous formulons à l'égard d'objets, de personnes, de situations ou d'idées, représentent un aspect fondamental de notre cognition. Elles reflètent notre degré d'orientation positive ou négative envers ces entités. Dans la perspective de F. Girandola et V. Fointiat, (2016:07) ,il est possible d'identifier trois catégories principales d'attitudes : positives, négatives et ambivalentes. Les attitudes positives se caractérisent par l'expression d'une appréciation, d'une adhésion ou d'une attraction envers l'objet de l'évaluation. D'autre part, les attitudes négatives se manifestent par un rejet, une opposition ou une répulsion envers l'objet évalué. Enfin, « *les attitudes ambivalentes renferment à la fois des éléments favorables et défavorables, engendrant ainsi un état de conflit ou de tension chez l'individu qui les éprouve* »⁵⁶. Ces auteurs soulignent que les attitudes ambivalentes sont fréquentes dans le quotidien et peuvent induire des répercussions significatives sur le comportement de l'individu. L'analyse de ces différentes catégories d'attitudes offre une perspective cruciale pour saisir la complexité des réactions émotionnelles et cognitives qui influencent nos interactions sociales et nos choix comportementaux.

⁵⁵ Kerbrat-Orecchioni, C. (1984). *Attitudes linguistiques et communication interculturelle*. DRLAV. Documentation et Recherche en Linguistique Allemande Vincennes, 35, 75-94.

⁵⁶ Fabien Girandola et Valérie Fointiat, *Attitudes et comportements : comprendre et changer*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2016, p07

Conclusion

Ce chapitre a été dédié à la clarification de plusieurs notions fondamentales en corrélation avec notre domaine d'étude, notamment le discours numérique, la pragmatique et la sociolinguistique.

Dans le prochain chapitre, nous aborderons les concepts méthodologiques qui vont orienter notre démarche et notre analyse. Ces concepts méthodologiques nous guideront dans la mise en place d'une approche structurée pour la réalisation de notre recherche. Nous examinerons les méthodes, les étapes et les outils que nous allons utiliser pour recueillir, analyser et interpréter les données nécessaires à notre travail. De cette manière, notre étude pourra atteindre ses objectifs et offrir une compréhension approfondie des aspects en question.

Deuxième chapitre : Méthodologie et investigation

Introduction

Après avoir exposé les fondements théoriques de notre recherche dans la partie précédente, le présent chapitre vise à exposer en détail deux axes, l'un méthodologique et l'autre analytique.

I. Axe méthodologique

Dans ce premier axe, nous commencerons par présenter les modalités de constitution du corpus de tweets, ainsi que les critères de sélection et la période d'analyse. Ensuite, nous décrirons les méthodes employées pour l'analyse du corpus, notamment la théorie des actes de langage que complètent la classification à facettes proposée par SUSAN HERRING dans le cadre de la thèse rédigée par Laetitia BIBIÉ-EMERIT (2015) et l'analyse du discours médié par ordinateur. Ces approches complémentaires nous permettront d'identifier les actes de langage réalisés par les utilisateurs de Twitter.

Par la suite, nous expliquerons le choix de l'approche qualitative pour cette recherche, soulignant ainsi son adéquation avec notre objectif d'explorer les intentions communicatives des utilisateurs et les effets produits par leurs énoncés.

Enfin, dans l'ensemble, cet axe méthodologique permettra de comprendre la manière dont nous avons abordé notre étude sur l'analyse pragmatique des actes de langage dans les tweets sur la Coupe du Monde 2022, en éclairant les choix et les raisonnements qui ont guidé notre démarche de recherche.

I.1 La présentation du corpus

La Coupe du Monde de football 2022 au Qatar a suscité un vif intérêt et des controverses passionnées sur la plateforme Twitter. Nous avons constitué un corpus de tweets en vue d'analyser les attitudes et les opinions des utilisateurs face à cet événement majeur. Notre démarche repose sur une sélection rigoureuse de tweets publiés en 2022, avec un accent particulier sur les réactions des utilisateurs lambda.

I.1.1 Le contexte de la coupe du monde

La coupe du monde de football 2022 au Qatar est un événement sportif qui a été commenté, voire controversé sur Twitter.

Du 20 novembre au 18 décembre 2022, le Qatar a accueilli la 22^{ème} édition de la coupe du monde de football, organisée par la FIFA. Ce tournoi, qui a réuni les meilleures sélections nationales, a été riche en émotions et en surprises. Mais il a aussi été marqué par plusieurs particularités qui ont fait débat dans le monde entier. C'est la première fois qu'une coupe du monde s'est tenue en fin d'année, à cause des fortes chaleurs estivales dans le pays hôte. C'est aussi la première fois qu'un pays arabe et musulman a organisé cet événement sportif. En effet, cette coupe a été organisée dans plusieurs pays non-arabes, notamment ceux d'Europe et d'Asie. Mais cette coupe du monde a soulevé aussi de nombreuses critiques, notamment sur les conditions de travail des ouvriers étrangers employés sur les chantiers des stades, ou sur les accusations de corruption et de dénigrement envers le Qatar.

I.1.2 Objectif et constitution du Corpus

Le but principal de notre étude est de capturer une variété d'opinions et d'attitudes exprimées par les utilisateurs de Twitter à l'égard de la Coupe du Monde 2022. Pour ce faire, nous avons conçu un corpus de tweets soigneusement sélectionnés. Ce corpus reflète les différentes perspectives, allant des points de vue favorables aux réserves et critiques, ce qui nous permet de répondre plus ou moins au critère de représentativité des tweets.

I.1.3 Critères de sélection

La sélection de tweets pour notre corpus s'est déroulée en plusieurs étapes. Nous avons commencé par définir des mots-clés pertinents liés à la Coupe du Monde 2022, tels que "coupe du monde", "Qatar", "football", et leurs équivalents en d'autres langues.

Cette approche nous a permis de cibler spécifiquement les discussions entourant cet événement. Par ailleurs, nous avons exclu les tweets émanant de sources officielles, telles que la FIFA et les médias, afin de privilégier les réactions des utilisateurs lambda qui signifient, selon le dictionnaire français : « *l'utilisateur lambda est un utilisateur semblable à la majorité dans son comportement. Le plus souvent, on désigne par là un utilisateur qui ne fait pas usage de fonctionnalités avancées, qui ne cherche pas à comprendre le fonctionnement du système, ou qui n'a pas une connaissance poussée dans le domaine concerné* » et d'obtenir un aperçu authentique de l'opinion publique.

De plus, nous avons pris en compte les pseudonymes des utilisateurs. En effet, nous avons veillé à inclure dans notre corpus des tweets provenant d'utilisateurs supposés appartenir à diverses cultures. Cependant, malgré leur différence culturelle, nous avons uniquement sélectionné les tweets publiés en langue française, en adéquation avec la langue de notre spécialité en sciences du langage.

La collecte des tweets a été réalisée en filtrant et en rassemblant manuellement les tweets pertinents en fonction de nos mots-clés définis. Par la suite, nous avons procédé à un processus de nettoyage pour éliminer les doublons, les messages incohérents et hors-sujet, afin de garantir la qualité et la cohérence du corpus. Dans cette optique, nous avons embrassé un champ de réponse suffisant qui nous permet de vérifier nos hypothèses énoncées en arrière-plan, en rapport avec l'intention de pousser les gens à boycotter ou à encourager cette coupe du monde. Ce nombre est, en fait, suffisant pour atteindre des résultats significatifs. Ce corpus joue un rôle central dans notre étude en tant que source de données authentiques et diversifiées, permettant d'examiner les réactions variées et les opinions exprimées par les utilisateurs en ligne.

I.1.5 Couverture Temporelle et Linguistique

Notre corpus couvre une période de l'année 2022, englobant l'intégralité de la Coupe du Monde 2022 et les discussions préalables et subséquentes. Cette approche nous permet d'analyser en profondeur les attitudes exprimées dans la langue française et de mettre en évidence les nuances culturelles et linguistiques.

I.1.6 Tweets comme corpus, spécificités et difficultés

Selon J. Longhi (2015:15) :

Twitter est un réseau social qui génère des chaînes d'échanges, minimalement dialogales mais plus généralement polylogales, qui entraînent une « mobilité des centres » entre le tweet source et le commentaire. Le tweet est non seulement très contextuel, mais surtout son mode d'énonciation relève davantage du commentaire d'un événement ou d'une situation, que de la tenue d'un propos analysable pour lui-même.⁵⁷

Twitter constitue une plateforme sociale où les utilisateurs partagent des messages brefs connus sous le nom de tweets. Ces éléments correspondent à des données de communication médiée par ordinateur (CMC) et présentent des caractéristiques linguistiques,

⁵⁷ Longhi, J. (2015). *L'ENONCIATION POLITIQUE IDEOLOGIQUE SUR TWITTER : UNE EXCEPTION AU PRINCIPE DE COOPÉRATION ?*. Argumentation et Analyse du Discours, (15). [3].

discursives et sociales spécifiques. L'analyse des tweets en tant que corpus engendre ainsi des défis méthodologiques et théoriques.

A ce propos, J. Longhi (2016) montre que Twitter est un lieu d'énonciation complexe, où les tweets sont à la fois des objets de commentaire et des commentaires eux-mêmes, et où les rapports entre les énonciateurs sont mouvants et variables.

Dans cette étude, notre analyse porte sur les attitudes des utilisateurs de Twitter, en nous concentrant particulièrement sur leurs pratiques de citation. Nous baserons notre travail sur un corpus de tweets sélectionnés avec soin, en mettant l'accent sur les citations. Notre objectif est de comprendre comment les utilisateurs emploient les citations pour exprimer leurs attitudes envers la Coupe du Monde 2022. Nous examinerons les sources, les formes et les fonctions des citations dans ce corpus, afin d'explorer les significations qu'elles véhiculent.

I.2 modalités d'analyse du corpus

Dans cette partie, nous présentons les outils méthodologiques que nous avons utilisés pour élaborer une méthode adaptée à l'analyse de notre corpus. Nous avons choisi deux approches qui correspondent à notre orientation théorique et qui nous permettent de comprendre le fonctionnement discursif des tweets collectés. Il s'agit de la classification à facettes et de l'analyse du discours médié par ordinateur, toutes deux développées par SUSAN HERRING⁵⁸. Ces deux outils sont pertinents et complémentaires pour étudier le discours numérique.

Nous nous penchons sur l'analyse du discours médié par ordinateur (ADMO) pour éclairer l'impact du choix du médium et du genre de communication. L'ADMO révèle que le médium, représenté par la plateforme en ligne utilisée, ainsi que le genre de communication spécifique, ont une influence majeure sur la manière dont les internautes utilisent le langage.

Les réseaux sociaux, par leur nature rapide et informelle, encouragent les utilisateurs à recourir à des abréviations, des émoticônes et un langage décontracté. Cette réalité se reflète dans les tweets que nous avons rassemblés. Les utilisateurs expriment leurs opinions de manière concise et agrémentent souvent leurs messages d'éléments visuels pour renforcer leur impact.

De plus, chaque genre de communication en ligne - qu'il s'agisse de chats, de forums ou de commentaires - suit des normes spécifiques en matière de langage.

⁵⁸ Une linguiste et chercheuse américaine, spécialiste de l'analyse du langage, de la communication et du comportement sur Internet

Tel que le précise l'intitulé de notre mémoire, nous avons opté pour la théorie des actes de langage d'Austin et de Searle. Cette approche constitue le fondement de notre démarche d'analyse en mettant l'accent sur la manière dont les utilisateurs de Twitter communiquent et interagissent dans un contexte spécifique, en l'occurrence la Coupe du Monde 2022. Cette approche se focalise sur le sens contextuel et l'intention communicative des énoncés, dépassant ainsi la simple signification lexicale pour comprendre les enjeux réels des échanges sur les réseaux sociaux.

En intégrant la théorie des actes de langage d'Austin et de Searle à notre analyse, nous explorons en profondeur la nature performative du langage dans les tweets sur la Coupe du Monde 2022. Cette théorie met en évidence que le langage n'est pas seulement un moyen de décrire la réalité, mais qu'il peut également agir sur celle-ci. Ainsi, les actes de langage tels que les actes directifs, assertifs et expressifs permettent d'influencer les destinataires.

Cette approche pragmatique combinée à la théorie des actes de langage nous offre un cadre d'analyse riche et complet pour décrypter les interactions linguistiques sur les médias sociaux. En tenant compte du contexte spécifique de la Coupe du Monde 2022, nous pouvons ainsi mieux appréhender les motivations des utilisateurs dans leurs énoncés, et comprendre comment ces actes de langage agissent sur le monde à travers ces tweets.

I.2.1 La classification à facettes

La classification est une activité cognitive qui consiste à regrouper des objets ou des concepts selon des critères communs, afin de faciliter leur identification, leur organisation et leur utilisation. Elle peut être appliquée à différents domaines de connaissance, tels que la biologie, la chimie, la médecine, etc. Elle peut aussi être utilisée pour organiser l'information dans les bibliothèques, les archives, les bases de données, etc.

D'après S. Herring (2007/02) :

La classification à facettes est une méthode d'organisation des connaissances qui consiste à diviser un domaine en catégories indépendantes ou facettes, et à combiner les valeurs de ces facettes pour former des expressions complexes qui représentent des sujets spécifiques.⁵⁹

⁵⁹ Herring, Susan. (2007). La classification à facettes comme base pour l'organisation des connaissances dans une bibliothèque numérique : le cas des directives TEI. Actes de la 7e conférence conjointe ACM/IEEE-CS sur les bibliothèques numériques, p. 2.

II.2.2 La classification à facettes : origines et définitions

La classification à facettes est un type particulier de classification qui se caractérise par le fait qu'elle utilise plusieurs critères ou dimensions indépendants pour décrire les objets ou les concepts à classer. Ces dimensions sont appelées facettes, et peuvent être combinées de différentes manières pour former des classes spécifiques.

L'avantage de la classification à facettes est qu'elle permet une plus grande flexibilité et une meilleure adaptation aux besoins des utilisateurs que les systèmes de classification hiérarchiques traditionnels.

Cette classification a été développée au début du XXe siècle par le mathématicien et bibliothécaire indien S.R. RANGANATHAN (1892-1972), qui a proposé un système universel de classification des livres basé sur cinq facettes principales : personnalité (le sujet principal), matière (la substance ou la propriété), énergie (l'action ou l'opération), espace (la localisation géographique) et temps (la localisation chronologique). Par la suite, d'autres chercheurs ont adapté ou modifié ce système pour l'appliquer à différents domaines ou types d'information.

I.2.3 La classification à facettes du CMD ⁶⁰: principes et catégories

Selon S. Herring (2004:162) :

(Le discours médié par ordinateur est la communication produite lorsque des êtres humains interagissent entre eux en transmettant des messages via des ordinateurs en réseau. L'étude du discours médié par ordinateur s'intéresse au langage et à son usage dans les environnements informatiques, et utilise des méthodes d'analyse du discours pour les examiner. Le discours médié par ordinateur peut prendre différentes formes (e-mail, forums, chat, jeux en ligne, etc.) qui varient selon le système de messagerie utilisé et le contexte social et culturel dans lequel il se déroule)⁶¹

Elle a également proposé son schéma de classification à facettes du *Computer-mediated discourse* dans son article publié en 2007, dans le *Journal of Computer-Mediated Communication*. Elle part du constat que le CMD est un phénomène hétérogène et dynamique, qui évolue en fonction des innovations technologiques et des pratiques sociales. Elle souligne la nécessité d'un outil de classification qui permette de rendre compte de cette diversité et de cette complexité, tout en étant simple et systématique.

⁶⁰ Computer-mediated discourse

⁶¹ Susan HERRING, Computer-mediated discourse, in Deborah TANNEN, Deborah SCHIFFRIN et Heidi HAMILTON (dir.), *Handbook of discourse analysis*, Blackwell, 2004, p. 612-634

Le schéma de Herring repose sur l'idée que le CMD est influencé par deux types de facteurs : les facteurs techniques, qui concernent les caractéristiques des médias et des modes utilisés pour communiquer en ligne, et les facteurs sociaux, qui concernent les caractéristiques des genres, des domaines, des publics et des objectifs poursuivis par les communicateurs en ligne. Ces facteurs sont organisés en six facettes, qui sont les suivantes :

- Médium : le type de technologie utilisée pour transmettre les messages en ligne (le courrier électronique, le chat, le forum, le blog, etc.).
- Mode : le type de code utilisé pour encoder les messages en ligne (le texte, l'image, le son, la vidéo, etc.).
- Genre : le type de discours utilisé pour structurer les messages en ligne (la lettre, le récit, l'argumentation, la poésie, etc.).
- Domaine : le type de domaine de connaissance ou d'activité auquel se rapportent les messages en ligne (la politique, l'éducation, le sport, l'art, etc.).
- Public : le type de destinataire visé ou atteint par les messages en ligne (individuel, restreint, large, inconnu, etc.).
- But : le type d'intention ou de fonction poursuivie par les messages en ligne (informer, persuader, divertir, socialiser, etc.).

Chaque facette peut prendre plusieurs valeurs possibles, qui peuvent être définies *a priori* ou *a posteriori* selon les besoins du chercheur. Par exemple, pour la facette médium, on peut utiliser une liste pré-établie de types de technologie existants (courrier électronique, chat, forum, blog...), ou bien créer des catégories *ad hoc* à partir de l'observation des données (média synchrone vs asynchrone). Le schéma de Herring ne propose pas une liste exhaustive ou définitive des valeurs pour chaque facette.

La classification à facettes que nous avons mise en œuvre n'intervient pas directement dans l'analyse des actes de langage au sein des tweets. Cependant, elle revêt une importance indirecte au sein de notre étude. En clarifiant les caractéristiques spécifiques du genre discursif des tweets, cette classification permet une meilleure appréhension des modes d'expression des utilisateurs sur Twitter et de leurs réactions à la Coupe du Monde 2022. Cette compréhension approfondie du genre discursif des tweets sert de fondement solide à notre analyse des attitudes. Elle met en exergue les divers éléments qui influencent les expressions et réactions des utilisateurs en ligne. Bien que la classification à facettes ne cible pas

directement les actes de langage en tant que tels, elle éclaire de manière indirecte les mécanismes linguistiques et discursifs sous-jacents qui orientent les interactions numériques autour de l'événement sportif.

I.2.4 L'analyse du discours médié par ordinateur

D'après A. Martinez (2019/25) :

L'analyse du discours médié par ordinateur (ADMO) est une discipline qui se situe à la croisée de la linguistique, de la communication et des sciences de l'information. Elle vise à décrire et à expliquer les formes, les fonctions et les effets du langage utilisé dans les différents contextes de communication en ligne, tels que le courrier électronique, le chat, les forums, les blogs, les réseaux sociaux, etc. Elle s'intéresse aux aspects structurels, pragmatiques, sociolinguistiques et culturels du discours numérique, ainsi qu'à l'influence du médium et du genre sur les pratiques langagières des internautes. L'ADMO s'appuie sur des méthodes qualitatives et quantitatives, telles que l'analyse de contenu, l'analyse conversationnelle, l'analyse du discours, la rhétorique, la sociolinguistique, etc. Elle propose également des outils spécifiques pour décrire et analyser le discours médié par ordinateur, comme la classification à facettes ou le modèle de l'interaction médiée par ordinateur (CMC).⁶²

L'analyse du discours médié par ordinateur (ADMO) est une approche qui vise à étudier les caractéristiques et les fonctions du langage utilisées dans les différents contextes de communication en ligne, tels que le courriel, le chat, les forums, les réseaux sociaux, etc. Elle s'intéresse aux aspects structurels, pragmatiques, sociolinguistiques et culturels du discours numérique, ainsi qu'à l'influence du médium et du genre sur les pratiques langagières des internautes. L'ADMO a été initiée par la linguiste américaine SUSAN HERRING dans les années 1990 et s'inspire de plusieurs paradigmes méthodologiques, tels que l'analyse conversationnelle, l'analyse du discours, la rhétorique, la sociolinguistique, etc. Elle propose également des outils spécifiques pour décrire et analyser le discours médié par ordinateur, comme la classification à facettes ou le modèle de l'interaction médiée par ordinateur (CMC).

L'intégration de l'analyse du discours médié par ordinateur (ADMO) dans notre étude revêt une importance capitale. Cette approche nous permet de plonger dans les subtilités du langage en ligne en relation avec la Coupe du Monde 2022. En examinant comment les choix linguistiques sont influencés par le médium Twitter et les différents genres de communication, nous élargissons notre compréhension des attitudes et réactions des utilisateurs.

⁶² Álvarez Martínez, S., *L'analyse du discours médié par ordinateur (ADMO) : une approche méthodologique pour l'étude des interactions synchrones à distance dans un environnement pédagogique en ligne*. In C. Develotte, F. Mangenot & E. Nissen (Eds.), *Interactions multimodales par écran*, ENS Éditions, 2019, pp. 25-46.

I.3 Le choix de l'approche

En utilisant la classification à facettes, nous pouvons organiser les messages en fonction de leurs intentions communicatives et de leurs thèmes, ce qui nous permet de dégager des tendances et des variations dans les attitudes exprimées par les utilisateurs. Cette méthode nous aide à clarifier les spécificités discursives de chaque tweet.

D'un autre côté, l'analyse du discours médié par ordinateur se concentre sur les motifs linguistiques et discursifs présents dans les tweets. En mettant en lumière les structures linguistiques utilisées pour exprimer les actes de langage, cette approche nous permet de mieux comprendre comment les utilisateurs adaptent leur langage en fonction de la plateforme et du contexte de communication. Ainsi, ces deux approches complémentaires nous aident à cerner les caractéristiques uniques du genre discursif des tweets et à approfondir notre compréhension des stratégies langagières employées par les utilisateurs en ligne.

I.4 Rappel de la problématique

Notre recherche s'articule autour du questionnement central suivant : Comment se manifeste la dimension actionnelle que comportent les tweets des utilisateurs de tweeter à l'égard de la coupe du monde 2022 ? A cette interrogation cruciale s'ajoutent des questions subsidiaires qui sont :

- Quels sont les différents actes de langage qui se déploient dans les tweets collectés ? Et quelle est leur visée communicative ?
- En quoi consistent les attitudes de ces utilisateurs ? sont-elles favorables ou défavorables à la tenue de la coupe du monde au Qatar ? Et quels sont les moyens linguistiques qu'ils mettent en œuvre pour influencer les internautes ?

II. Axe analytique

Dans cette partie analytique, nous plongeons profondément dans le contenu des tweets afin de décrypter les interactions en ligne liées à la Coupe du Monde 2022. Notre exploration commence par une classification à facettes qui nous permet d'appréhender les caractéristiques spécifiques des tweets en tant que genres discursifs. Par la suite, nous examinons les actes de langage présents dans les tweets, dévoilant les intentions communicatives derrière les énoncés et comment les utilisateurs expriment leurs opinions et émotions. Nous passons également en revue l'impact des mots-clés grâce à une analyse du discours médié par ordinateur, mettant en lumière leur rôle dans l'influence de la visibilité des sujets abordés. Notre exploration se

poursuit avec une plongée dans les présupposés et les sous-entendus, révélant les éléments implicites qui permettent d'exprimer les actes de langage. Enfin, nous catégorisons les attitudes des utilisateurs envers cet événement mondial. Cette analyse nous offre une compréhension des interactions en ligne sur Twitter et des stratégies discursives qui façonnent ces échanges.

II.1 La classification à facettes

II.1.1 Médium

Le médium utilisé dans l'ensemble de notre corpus est le texte écrit. Le style est principalement informel et adapté au contexte numérique des médias sociaux et des discussions en ligne. Nous observons l'utilisation d'expressions familières (recours aux interjections « hein » « bah »), d'abréviations (LGBTQxyz) et de symboles (le signe hashtag) propres à la communication en ligne et à son aspect hétérogène.

II.1.2 Situation de Communication

Les énoncés sont émis dans le contexte de la Coupe du Monde 2022 au Qatar, qui suscite des débats passionnés. Cette temporalité constitue, parfois, les conditions de succès, et d'autres fois, celles d'échec des tweets énoncés. L'espace de communication est principalement en ligne, sur la plateforme Twitter. Le public visé est composé d'individus intéressés par le football et les enjeux sociopolitiques liés à la Coupe du Monde. Il s'agit également de personnes se situant dans les pays d'Europe ou du Maghreb, que nous avons réussi à identifier grâce aux drapeaux présents devant leur pseudonyme, tantôt celui de France ou de Belgique et tantôt celui du Maroc. Ces individus peuvent avoir des opinions variées, allant du soutien à la désapprobation vis-à-vis du message transmis.

II.1.3 Genre

Les énoncés appartiennent au genre du commentaire critique et argumentatif, Ce genre de discours en ligne implique l'expression d'une opinion critique et la présentation d'arguments pour soutenir cette opinion. Les utilisateurs utilisent souvent ce genre de commentaire pour analyser et évaluer de manière constructive un sujet, une œuvre ou une idée, combiné à des éléments expressifs et humoristiques. Les locuteurs utilisent le langage pour exprimer et défendre leurs points de vue personnels, tout en employant des stratégies linguistiques pour influencer, engager et susciter des réactions émotionnelles parmi les destinataires.

II.1.4 Ton et Style

Le ton varie en fonction des énoncés, mais nous observons fréquemment l'utilisation d'éléments ironiques, polémiques, sarcastiques et émotionnels. Les locuteurs adoptent un ton informel pour créer un lien avec les interlocuteurs. L'utilisation d'abréviations, de symboles tels que les hashtags et les marqueurs de citation, ainsi que d'expressions familières, renforce le caractère informel et numérique des échanges.

La classification à facettes se révèle d'une utilité fondamentale dans notre analyse, offrant une approche structurée pour appréhender les différents genres discursifs présents dans notre corpus de tweets. En distinguant des catégories telles que les commentaires expressifs, les appels à l'action et les énoncés informatifs, nous sommes en mesure de discerner les caractéristiques distinctives de chaque type de discours. Par exemple, la brièveté des messages véhiculés par ce type de médium permet plus d'efficacité sur le plan de la réception.

En utilisant cette classification détaillée et En nous basant sur ces paramètres, nous analysons les actes de langage présents dans notre corpus.

II.2 L'analyse pragmatique

L'analyse pragmatique offre une perspective profonde et nuancée pour décoder les messages cachés au sein de la communication verbale. En se penchant sur les actes de langage, les intentions sous-jacentes, et les stratégies linguistiques employées, cette approche permet d'explorer comment les locuteurs utilisent le langage pour transmettre des significations au-delà du sens littéral des mots. L'analyse pragmatique nous plonge dans les subtilités de la communication en mettant en lumière les nuances émotionnelles, les implications implicites et les interactions subtiles qui enrichissent notre compréhension des échanges linguistiques. En examinant des exemples concrets, nous pouvons découvrir comment les locuteurs manipulent le langage pour atteindre leurs objectifs communicatifs, exprimer des attitudes et influencer les réactions de leurs interlocuteurs.



Figure 2: Capture d'écran N°01

Les actes de langage

- **Acte Directif** : L'acte illocutoire directif est présent dans l'expression « *Profitez bien* » qui constitue une injonction directe susceptible de pousser, *a priori*, l'interlocuteur à accomplir une action ; celle de suivre le déroulement de cette coupe du monde. Cependant, on comprend tout de suite que cet acte produit l'effet inverse car il consiste à faire boycotter cette coupe du monde. En effet, cette injonction est empreinte du sens de l'ironie en poussant les destinataires, qui peuvent éventuellement être des homosexuels, à savourer pleinement l'absence des signes LGBT⁶³, une première dans l'histoire de la coupe du monde. Paradoxalement, cette restriction sera la seule et l'unique permise. Le locuteur encourage ainsi subtilement les destinataires à ne pas suivre cet événement qui s'oppose aux libertés individuelles comme celles des homosexuels que suggère l'abréviation, tout en utilisant l'ironie pour exprimer une attitude sarcastique envers cette restriction inattendue.
- **Acte Assertif** : le locuteur exprime un état de fait à venir selon lequel la communication au Qatar sera mensongère, conformément à la controverse que cette coupe du monde a provoqué en rapport avec les droits de l'homme, et la résistance dont le pays hôte de cette coupe fait face à la FIFA. Ce qui le prouve est l'expression « *ils vont se venger côté communication* », le verbe se venger ayant une charge sémantique négative.

⁶³ L'abréviation "LGBTQxyz" dans l'énoncé renvoie aux initiales traditionnellement associées aux diverses orientations sexuelles et identités de genre, tandis que l'ajout ironique des lettres "xyz" semble amplifier cette séquence initiale dans un ton satirique, mettant en évidence l'exagération potentielle de ces termes d'identité.

- L'acte perlocutoire de l'énoncé est l'effet produit sur les destinataires, qui peut varier selon leur positionnement culturel et idéologique par rapport au message. Certains peuvent être choqués, indignés, amusés, sceptiques ou indifférents.

Les stratégies linguistiques

L'emploi de « *profitez bien* », qui est une antiphrase, véhicule un sous-entendu subtil, invitant à une interprétation ironique. Ce présupposé implicite se révèle à travers la notion que les interlocuteurs ne pourront jamais apprécier pleinement une coupe du monde caractérisée par le non-respect des droits de l'homme et une conduite peu honnête. La mise en contraste implicite avec la prochaine Coupe du Monde évoque ainsi une critique sous-jacente envers l'événement actuel et met en lumière les préoccupations éthiques de l'énonciateur.

L'utilisation des guillemets autour du mot « *venger* » indique une nuance d'ironie, créant ainsi un effet psychologique de méfiance envers les intentions sous-jacentes. Le terme « *à fond* » renforce cette ambiance en suggérant une intensité exagérée, ce qui peut évoquer une réaction excessive, tout en suscitant potentiellement un sentiment d'indignation chez les lecteurs face à ce qui est perçu comme une manipulation.



Figure 3 : capture d'écran N°02

Les actes de langage

- Acte Assertif : Le locuteur exprime une croyance envers le fait que la Coupe du Monde est principalement destinée à être un événement associé à la notion même de divertissement tel que le prouve l'emploi de l'article défini « *le*. » L'assertion révèle l'enthousiasme de l'auteur à l'égard des conditions positives de la Coupe du Monde, notamment que ce tweet a été publié le 4 décembre 2022, c'est-à-dire au moment de tenue effective de cette compétition rendue internationale grâce aux différents médias. Le tweet prend ainsi à témoin les autres utilisateurs de tweet intéressés par l'événement.

- Acte Expressif : l'énoncé comporte un acte expressif, qui consiste à exprimer une attitude favorable à l'égard de cette coupe à travers Cette « *coupe du monde c'est vraiment le divertissement.* » Ce segment peut être interprété comme une appréciation positive. En même temps, le locuteur manifeste un sentiment de pitié vis-à-vis de ceux qui s'oppose potentiellement à son opinion. Ce sentiment est, en effet, très enfoui dans le tweet tel que le montre l'interjection qui consiste à susciter les réactions du camp adverse en utilisant le mot « *hein* ». De plus, l'expression « *pensée à ceux qui boycottent là on n'est pas ensemble* » indique une opinion critique envers les boycottants. Le ton du message semble être une sorte de commentaire délibéré et légèrement moqueur.
- L'acte perlocutoire de l'énoncé est l'effet produit sur les interlocuteurs, qui peut être varié selon leur positionnement par rapport au message. Certains peuvent être amusés, agacés, indignés ou indifférents, dans ce cas, cet acte marque une distance avec les boycottants. Le nombre élevé de retweets (1298), de citations (74), et de "J'aime" (12,5 k) indique que ce message a suscité un intérêt significatif parmi les utilisateurs de Twitter. Cela suggère que le tweet a réussi à engager une audience diverse, générant des discussions, des réactions émotionnelles et des interactions.

L'impact de ce tweet peut être mesuré par l'ampleur de sa diffusion et des réactions qu'il a suscitées, montrant ainsi comment les attitudes et les opinions exprimées par le locuteur ont trouvé un écho au sein de la communauté en ligne.

Les stratégies linguistiques

L'utilisation de l'expression « *divertissement hein* » peut être interprétée comme un défi lancé aux opposants de la tenue de la coupe du monde au Qatar. L'ajout de « *hein* », qui pourrait signifier « *n'est-ce pas* » ? Ou « *osez-vous dire le contraire* » ? Peut être perçu comme une manière de défier avec ironie les autres. En ce qui concerne l'expression « *on n'est pas ensemble* », elle peut être interprétée comme une manière d'indiquer une divergence d'opinion ou de position entre l'énonciateur et d'autres personnes. Cet énoncé suggère que l'énonciateur ne partage pas le point de vue ou l'attitude de ceux qui perçoivent l'événement autrement qu'un divertissement. Par conséquent, cette expression souligne l'écart entre différentes perspectives et opinions vis-à-vis de la Coupe du Monde.

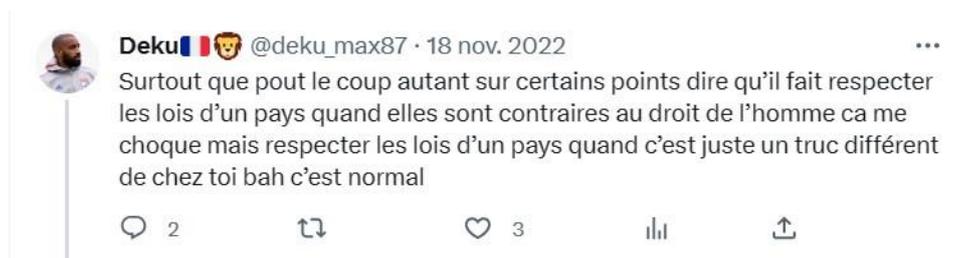


Figure 4: capture d'écran N° 03.

Les actes de langage

- Acte Assertif : Le locuteur exprime son opinion personnelle sur le respect des lois du pays hôte, en soulignant le contraste entre le respect des lois contraires aux droits de l'homme et le respect des lois simplement différentes de celles de son propre pays. L'énonciateur termine en énonçant « *mais respecter les lois d'un pays quand c'est juste un truc différent de chez toi bah c'est normal* » que le respect des lois étrangères est perçu comme normal, étant basé sur une simple différence culturelle.
- Acte Expressif : L'énonciateur révèle un étonnement et une surprise marqués envers l'idée de se conformer à des lois nationales qui contredisent les droits de l'homme. Cette expression "*ça me choque*" témoigne d'une réaction négative face à la juxtaposition des lois et des droits fondamentaux, suggérant un désaccord profond avec cette approche législative. En mettant en avant son étonnement, le twitto exprime ainsi une opposition aux lois du Qatar qui se heurtent aux normes internationales en matière de droits de l'homme. En exprimant son désaccord envers ces lois, il exprime par la même occasion sa fierté d'appartenir à un pays adepte des lois humanitaires et du respect de la liberté de tout un chacun, qui apparait davantage à travers le drapeau à côté de son pseudonyme, celui de la France, un pays Européen.
- Perlocutoire : le locuteur cherche à susciter une réflexion chez les destinataires sur la contradiction perçue dans le traitement des lois. Il les pousse également, et de manière subtile, à se révolter contre cet acte qu'il trouve injuste et contraire aux principes humanitaires.

Les stratégies linguistiques

De par ce tweet, nous pouvons identifier l'utilisation de l'ironie et du sarcasme pour exprimer une critique envers ceux qui boycottent la Coupe du Monde. L'énonciateur souligne l'incohérence de certains en suggérant que respecter les lois d'un pays différent est considéré comme normal, tandis que le respect des droits de l'homme peut être choquant. Ceci est une manière de souligner l'absurdité ou l'injustice perçue dans certaines idées et lois.



Figure 5: Tweet N°04

Les actes de langage

- Acte Directif : L'acte directif est présent dans les phrases « *n'y va pas* » et « *ne regarde pas* », où le locuteur donne des injonctions qui consistent à couper court aux tweets négatifs et, ainsi, à donner raison au Qatar à gérer cette coupe du monde conformément à ses lois internes. Cet acte reflète, en effet, une position plus ou moins neutre du tweetto puisqu'elle n'exprime aucun avis concernant ces lois légitimes qui émanent d'un pays souverain.
- Acte Assertif : L'énonciateur exprime une croyance en la souveraineté d'un pays et en la légitimité de ses lois à travers la déclaration « *C'est leur loi !!!* » *C'est un pays souverain !* Cette affirmation souligne l'acceptation des décisions prises par le pays en tant que détenteur de son propre système juridique. De plus, le point d'exclamation qui accompagne cette déclaration traduit une émotion d'indignation, renforçant ainsi l'aspect expressif de l'énoncé.
- Perlocutoire : Le locuteur cherche à convaincre les interlocuteurs de respecter la souveraineté du pays et à les décourager de contester les lois en vigueur.

Cette analyse pragmatique permet d'appréhender l'argumentation de l'énonciateur, les réactions potentielles des destinataires et l'interaction générale au sein d'un contexte numérique où les opinions divergent sur la question de la souveraineté nationale et des valeurs universelles. L'intention communicative du locuteur, à travers l'injonction négative, est loin de

pousser les autres à boycotter mais à légitimer les tendances du pays puisqu'elles sont justifiées par des lois qu'ils doivent observer

Les stratégies linguistiques

Le locuteur emploie l'implicite comme stratégie linguistique pour exprimer ses opinions. En utilisant l'expression "*leur loi*", le locuteur sous-entend une forme d'approbation et d'assentiment envers les lois en question. De plus, l'affirmation « *C'est un pays souverain !* » implique que le locuteur reconnaît la souveraineté du pays hôte tout en soulignant une position d'autorité. Le présupposé réside dans l'utilisation de la phrase conditionnelle « *Si tu n'es pas content n'y va pas et ne regarde pas la coupe du monde* », qui implique que certaines personnes sont mécontentes de la situation et souligne la possibilité d'agir en conséquence. Ces stratégies implicites ajoutent une dimension de subtilité à l'expression des opinions du locuteur.



Les actes de langage

- Acte Assertif : Le locuteur exprime une série de faits : « *6000 morts d'esclaves au Qatar, interdiction pour les hôtels aux homosexuels* ». Ces énoncés semblent remettre en question la légitimité d'interdiction des Russes ou des joueurs évoluant en Russie, mettant ainsi en évidence des problèmes et des politiques sujettes à controverse. L'acte de langage ici consiste à critiquer ces décisions en énumérant les problèmes associés.
- Acte Expressif : Le locuteur manifeste un sentiment critique envers ce qu'il perçoit comme des priorités mal placées. Cet acte manifeste le mécontentement du locuteur. L'emoji de clown, visiblement moqueur, exprime le mépris envers les priorités perçues du Qatar pour la Coupe du Monde. L'énoncé critique de manière sarcastique ces priorités en mettant en contraste des problèmes sérieux

tels que les morts d'esclaves et les interdictions, avec ce que l'énonciateur considère comme une préoccupation moins importante, à savoir l'interdiction des joueurs russes.

- L'acte Perlocutoire : Le locuteur cherche à susciter l'indignation envers la priorité accordée aux interdictions concernant les Russes et les joueurs évoluant en Russie. Cette perspective peut être perçue comme une forme de racisme envers les Russes, suggérant que l'événement pourrait privilégier certaines nationalités au détriment d'autres.

Les stratégies linguistiques

Ce tweet utilise une liste de constats négatifs pour susciter des réactions et souligner des problèmes. L'usage du hashtag injurieux « #quedeslaches » en fin de tweet engage les lecteurs dans une perspective critique et dénonciatrice.



Les actes de langage

- Acte Assertif : Le locuteur manifeste un état de fait concernant l'interdiction définitive de l'alcool à l'intérieur et autour des stades. Il exprime une croyance, qu'il pose comme un fait, concernant la souffrance de la FIFA dans la relation avec le pays hôte ; « *Jamais la FIFA n'a autant souffert dans le rapport de force face à un pays organisateur de la Coupe du Monde* ». L'énonciateur poursuit en affirmant que l'interdiction de l'alcool est une preuve incontestable du pouvoir absolu du pays hôte et, ainsi, de la manière dont il a vraisemblablement influencé les décisions de la FIFA. Cet acte consiste donc à affirmer la corruption.
- Perlocutoire : Le locuteur cherche à informer les interlocuteurs de la situation tendue entre la FIFA et le pays hôte, il vise à susciter un impact psychologique

chez les interlocuteurs en les amenant à ressentir la surprise et l'injustice face à la situation entre la FIFA et le pays hôte. L'expression « *Jamais la FIFA n'a autant souffert* » pourrait générer un sentiment de choc, tandis que l'annonce de l'interdiction de l'alcool peu de temps avant l'ouverture de la compétition comme « *la preuve ultime* » pourrait éveiller un sentiment d'injustice et de déception chez des tweetos de cultures non musulmanes. Ces réactions émotionnelles visent à amener les interlocuteurs à réfléchir plus profondément sur la situation.

Les stratégies linguistiques

Le tweet utilise la stratégie linguistique de comparaison pour exprimer une attitude critique envers la FIFA. En juxtaposant « *Jamais la FIFA n'a autant souffert* » avec « *dans le rapport de force* », le tweet accentue un contraste saisissant, suggérant que la FIFA est désavantagée par la situation. Cette formulation vise à susciter l'attention sur cette asymétrie de pouvoir et à exprimer une perspective négative envers le Qatar.



Figure 6: Tweet N°07.

Les actes de langage

- Acte Expressif : Le locuteur manifeste des émotions de tristesse, de peine et de déception d'avoir été contraint de boycotter une coupe du monde qui ne respecte pas les droits de l'homme. Le verbe « *décider* » illustre son cheminement émotionnel, passant d'une attitude positive de fan de foot à une prise de décision difficile de boycotter l'événement.
- Acte Commissif : Le locuteur annonce son intention de prendre une action spécifique à l'avenir pour lui, « *grand fan du football* », à travers l'énoncé ; « *j'ai décidé de boycotter* » en l'occurrence boycotter la prochaine Coupe du Monde au Qatar.

- Acte Assertif : Le locuteur exprime son opinion envers la Coupe du Monde en utilisant une métaphore forte pour critiquer son impact négatif sur l'idéologie des droits de l'homme : « *cette coupe crache sur l'idéologie des droits de l'homme* », il fournit des informations factuelles pour soutenir son point de vue, en soulignant les décès et les mauvaises conditions de travail.
- L'acte perlocutoire : le locuteur cherche à susciter des émotions similaires chez les interlocuteurs en partageant des informations. Il peut également viser à influencer d'autres passionnés de foot à remettre en question leur participation à l'évènement.



Figure 7: Tweet N°08.

Les actes de langage

- Acte Directif : Le locuteur encourage implicitement les interlocuteurs à réfléchir sur une question particulière à travers la question rhétorique « *c'est trop tôt pour rappeler que Qatar, coupe du monde entaché du sang des ouvriers, esclavage, droit des femmes ?* », pour dire qu'il est plutôt trop tard pour rappeler les aspects négatifs liés à la Coupe du Monde au Qatar (étant donné la date de ce tweet qui est le 10 décembre, c'est-à-dire que la compétition est en cours), tels que les conditions des ouvriers, l'esclavage et les droits des femmes. Cet énoncé vise à amener les destinataires à considérer cette question et à potentiellement discuter de ces problématiques.
- Acte Assertif : Le locuteur émet une évaluation négative et sarcastique en posant la question « *C'est trop tôt pour rappeler que Qatar, coupe du monde entaché du sang des ouvriers, esclavage, droit des femmes ?* » L'emploi de l'expression « *c'est trop tôt pour rappeler* » implique ironiquement que les problèmes ne sont pas suffisamment évidents, alors que la Coupe du Monde est en cours. Le locuteur semble souligner

l'absurdité de cette situation en pointant du doigt les aspects problématiques de la Coupe du Monde malgré son déroulement actuel.

- Acte Expressif : L'énonciateur exprime son agacement envers les personnes qui rappellent les problèmes liés à la Coupe du Monde. La mention « *c'est trop tôt pour rappeler* » peut-être perçue comme une manière d'exprimer l'irritation du locuteur face à ceux qui soulèvent des problèmes pendant le déroulement de l'événement. Le ton ironique renforce cette expression émotionnelle, suggérant que le locuteur trouve ces rappels inopportuns.
- Acte Perlocutoire : Le locuteur cherche à critiquer ironiquement ceux qui continuent de soulever les problèmes de la Coupe du Monde bien qu'elle soit déjà en cours. L'effet visé pourrait être de montrer l'absurdité apparente de rappeler les problèmes alors que l'événement est en train de se dérouler. Les interlocuteurs pourraient réagir avec un mélange d'amusement et de prise de conscience de cette ironie.

Les stratégies linguistiques

Cet énoncé déploie une série de stratégies linguistiques pour atteindre divers objectifs perlocutoires. En posant une question rhétorique, l'énoncé incite les interlocuteurs à réfléchir sur l'opportunité de rappeler les problèmes associés à la Coupe du Monde au Qatar. Par le biais de cette question rhétorique, l'énoncé peut également stimuler l'intérêt des interlocuteurs envers les sujets sensibles tels que les conditions des ouvriers, l'esclavage et les droits des femmes. En fin de compte, l'énoncé a le potentiel de déclencher un débat constructif sur ces problématiques, soulignant ainsi le pouvoir des stratégies linguistiques pour influencer la réflexion et l'engagement des interlocuteurs.



Figure 8: Tweet N°09.

Les actes de langage

- **Acte Expressif** : L'utilisation de majuscules dans l'expression « *LE FAMEUX BOYCOTT* » pourrait exprimer le sarcasme ou le mépris du locuteur envers le concept de boycott qui n'a pas réussi, selon la suite du contenu du tweet qui est plutôt favorable à la coupe. A cela s'ajoute l'hyperbole : il s'agit de la « *meilleure* » coupe avec le plus d'audience jamais enregistrée de toute l'histoire de la Coupe du Monde, accentuée par l'emoji télévision et le drapeau français, renvoyant à l'audience télévisuelle française. Cette stratégie vise à tourner en dérision le boycott auquel ont appelé d'autres tweets. Ce grossissement et cette exagération de cette réalité et ce sentiment visent à créer une image caricaturale de ceux qui prétendent boycotter la coupe du monde et le nombre de téléspectateurs enregistré.
- **Acte Assertif** : L'énoncé présente des faits concernant l'audience télévisuelle, tels que le nombre de téléspectateurs pour la finale et la séance de tirs au but. L'énoncé rapporte également que ces chiffres sont les meilleures audiences de tous les temps. Cette stratégie vise à informer les destinataires de l'importance du taux d'audience, surtout face à de telles polémiques et désir de boycott. des performances d'audience exceptionnelle
- **Acte perlocutoire** : il vise à captiver l'attention, à induire la réflexion, à susciter des réactions émotionnelles et à présenter une perspective contrastée en jouant sur l'ironie et les données d'audience.

L'ensemble de l'énoncé semble viser à commenter de manière ironique l'impact perçu du boycott, puis à présenter des données pour contraster avec cette ironie et mettre en évidence l'ampleur de l'audience télévisuelle de la finale de la Coupe du Monde.

Les stratégies linguistiques

Le contraste entre l'ironie initiale « *LE FAMEUX BOYCOTT* » et les faits quantitatifs sur l'audience crée une tension entre les deux éléments, soulignant potentiellement le décalage entre l'attente ironique du locuteur et la réalité des chiffres élevés.



Figure 9: Tweet N°10.

Les actes de langage

Acte expressif: Le locuteur exprime son attitude défavorable envers l'événement sportif à travers cet acte « *c'est la coupe du monde de la honte* », mettant en avant son indignation vis-à-vis de la compétition. En outre, l'énoncé contient également un acte déclaratif lorsque le locuteur déclare « *moi je boycotte* », indiquant ainsi son intention personnelle de boycotter la Coupe du Monde. Cette déclaration reflète son rejet de l'événement et sa décision de s'abstenir.

- Le perlocutoire résultant vise à partager une opinion personnelle et à engager des discussions. Les interlocuteurs pourraient ressentir de la solidarité s'ils partagent les mêmes préoccupations ou pourraient réagir avec des opinions divergentes. En exprimant son attitude critique et sa décision de boycotter, le locuteur cherche potentiellement à influencer d'autres personnes et à susciter des réactions autour de la Coupe du Monde et du boycott.

Les stratégies linguistiques

L'utilisation du pronom « *moi* », signe déictique qui renvoie à l'inscription du sujet parlant dans son énoncé, renvoie à la prise en charge totale du boycott par le locuteur. Elle renvoie à la prise de position personnelle et encourage l'identification avec l'attitude de boycottant.



Figure 10: Tweet N°11.

Les actes de langage

- L'acte illocutoire central est un acte expressif. L'énonciateur ironise sur ceux qui ont boycotté la coupe du monde. Ce qui le prouve est le contraste créé entre les deux segments de cet énoncé : « *force aux humains qui ont boycott cette coupe du monde* » et « *votre vie est misérable* ». Considérer que leur vie est misérable remet donc en question le début de cet énoncé *a priori* solidaire et produit l'effet inverse, celui de plaindre ceux qui ont raté ce grand événement. L'interjection « *hein* » semble être utilisée de manière ironique. Cela peut suggérer une certaine moquerie ou sarcasme envers les personnes qui ont boycotté la Coupe du monde. Nous pouvons noter également que l'origine marocaine qui transparait à partir du drapeau mis à côté de son pseudonyme, peut justifier la prise de position du locuteur, à savoir le jugement et mépris envers tous ceux voulant et essayant de boycotter la coupe du monde dans un pays arabe comme le Maroc.

- Le perlocutoire résultant de cet énoncé pousserait les lecteurs à se sentir encouragés par les paroles de solidarité ou pourraient réagir avec des opinions diverses sur le boycott.

Les stratégies linguistiques

L'emploi de l'expression « *force aux humains* » est ironique et suggère que le boycott est exagéré. L'usage de "votre vie est misérable" dévalorise les personnes qui ont choisi de boycotter.



Figure 11: Tweet N°12.

Les actes de langage

- Acte expressif : le locuteur exprime un sentiment de fierté et d'accomplissement en déclarant « *Fier d'avoir boycotté cette coupe du monde de A à Z* », ce qui signifie avoir complètement boycotté l'événement. Le locuteur cherche à exprimer sa satisfaction et sa fierté d'avoir pris part au boycott à travers cet énoncé.
- Acte perlocutoire résultant vise à influencer les réactions et les perceptions des interlocuteurs envers le boycott de la Coupe du Monde. Le locuteur cherche à susciter l'approbation, le soutien ou même l'admiration de ceux qui liront le tweet. Il pourrait également espérer inspirer d'autres personnes à suivre son exemple et à participer au boycott. L'acte perlocutoire vise ainsi à façonner l'opinion publique en faveur du boycott et à encourager l'adhésion à cette action.

Les stratégies linguistiques

L'emploi de « *Fier d'avoir boycotté* » exprime une attitude positive envers le boycott. Le terme « *de A à Z* » renforce l'idée d'un boycott complet et intransigeant.



Figure 12: Tweet N°13.

Les actes de langage

- L'acte illocutoire est un acte expressif avec une tonalité ironique. Le locuteur émet une proposition anticipée « *D'ici la fin de la coupe du monde, le Qatar va balancer une interdiction de jouer au foot* » en imaginant de manière sarcastique que le Qatar pourrait annoncer une interdiction de jouer au football après la Coupe du Monde. L'énoncé dénote une anticipation teintée d'ironie car elle suscite le rire de autres twittos. Le locuteur renforce cette idée en ajoutant « *ça va être beau* ». Nous pouvons également ressentir un certain dédain exprimé vis-à-vis des interdictions imposées par le pays organisateur. Le drapeau de la Belgique mis devant son pseudonyme, celui donc d'un pays Européen, pourrait expliquer cette prise de position, celle de vouloir une totale liberté dans ce sport, qu'est le foot, sans aucune restriction ni limite.
- Le perlocutoire résultant vise à susciter la connivence des interlocuteurs en les incitant à rire de la situation prévue. Ils pourraient être divertis par le ton humoristique de l'anticipation sarcastique.

Les stratégies linguistiques

L'emploi de « *Ça va être beau* » est ironique et suggère que le Qatar pourrait aller jusqu'à interdire le football, en dépit des interdictions déjà présentes.



Paul Mbrani @MbraniP · 24 nov. 22

En réponse à @sergio_coma

Avez-vous seulement vu un seul ouvrier mort? Ou parlé avec la famille d'un prétendu ouvrier défunt. Posez-vous les bonnes questions. Vive le Qatar 🇶🇦. Vive le foot ⚽. Vive l'amour 🍷.



Figure 13: Tweet N°14.

Les actes de langage

- Acte expressif : le locuteur exprime une attitude vis-à-vis de ce qui est discuté dans les tweets et les articles de presse concernant les décès des ouvriers qatariens. Par son commentaire « *Avez-vous seulement vu un seul ouvrier mort? Ou parlé avec la famille d'un prétendu ouvrier défunt. Posez-vous les bonnes questions* ». Vive le Qatar. Vive le foot. Vive l'amour.", le locuteur adopte une posture défensive et argumentative. Il met en doute la véracité des informations relayées par @sergio_coma en demandant si quelqu'un a réellement été témoin d'un ouvrier décédé ou a parlé avec la famille d'un ouvrier défunt. L'utilisation de la question rhétorique « *Avez-vous seulement vu un seul ouvrier mort ?* » renforce l'aspect argumentatif de l'acte, tout en insinuant que les informations partagées pourraient ne pas être fiables.
- Le perlocutoire résultant vise à encourager des réactions positives et à affirmer les valeurs soutenues tout en tentant de changer l'opinion négative sur le Qatar et le boycott. Les interlocuteurs pourraient réagir avec des opinions similaires ou divergentes en fonction de leurs propres convictions.

Les stratégies linguistiques

Le locuteur présuppose que les informations concernant les décès des ouvriers qatariens sont exagérées ou non vérifiées « *Avez-vous seulement vu un seul ouvrier mort? Ou parlé avec la famille d'un prétendu ouvrier défunt* ». De plus, le sous-entendu pourrait résider dans l'usage des termes positifs « *Vive le Qatar. Vive le foot. Vive l'amour* », suggérant une approbation de la situation et une invitation à célébrer le pays. Ces présupposés et sous-entendus renforcent la stratégie linguistique d'exprimer une attitude favorable et de remettre en question les informations négatives.



Figure 14: Tweet N°15.

Les actes de langage

- Acte Assertif : L'assertion « *Le boycott c'est juste une histoire de Zumba* » exprime une opinion sur le motif du boycott, en insinuant que celui-ci est trivial et non sérieux. De plus, l'affirmation « *il la regarde tous en cachette !* » suggère que la personne qui prône le boycott ne suit pas vraiment ses convictions.
- Acte Expressif : Les remarques humoristiques telles que l'expression « *c'est juste une histoire de Zumba* » et « *il la regarde tous en cachette !* », le point d'exclamation et l'émoji manifestent un ton humoristique, visant à se moquer de ceux qui font semblant de boycotter la coupe du monde.
- Le perlocutoire résultant vise à susciter, au-delà du rire, une réaction réfléchie et une remise en question de l'efficacité du boycott. Les interlocuteurs pourraient réagir avec des opinions similaires ou divergentes en fonction de leurs propres convictions.

Les stratégies linguistiques

Cet énoncé utilise l'humour, l'ironie, le sarcasme et la rhétorique pour exprimer une attitude négative envers le motif et l'efficacité supposée du boycott de la Coupe du Monde. Les expressions ironiques comme « *c'est juste une histoire de Zumba et il la regarde tous en cachette !* » tournent en dérision les boycottants et suggèrent que le locuteur doute de l'impact réel des tweets appelant au boycott. Les questions rhétoriques sarcastiques, telles que « *Puis il boycotte pourquoi ? La compétition va s'arrêter ?* » soulignent l'absurdité du boycott et incitent à la réflexion ironique. Globalement, les stratégies linguistiques utilisées visent à créer un ton humoristique, à provoquer des réflexions.

Après une analyse approfondie des actes de langage présents dans les tweets, émerge la façon dont la dimension actionnelle se manifeste dans ces discours. L'examen des exemples de tweets révèle que les utilisateurs de Twitter mettent en œuvre des stratégies linguistiques

spécifiques dans le but d'influencer, de façonner l'opinion et d'orienter les conduites des internautes vis-à-vis de la Coupe du Monde 2022 au Qatar.

Il est pertinent de noter que notre analyse a souligné implicitement une prédominance des actes assertifs et expressifs dans les tweets. De plus, nous avons identifié une utilisation marquée de procédés ironiques, visant à influencer subtilement l'attitude des autres utilisateurs de Twitter. Ces stratégies visent à encourager certains tweetos à soutenir la Coupe du Monde ou, à l'inverse, à les décourager.

L'utilisation d'impératifs et de verbes d'action tels que « *boycotte, réfléchis, regarde* », des tournures phrastiques, des signes typographiques (!, ?), les émoticônes, les hashtags, etc. se révèle être une technique visant à inciter les lecteurs à s'engager dans des actions concrètes. Ces verbes impératifs fonctionnent comme des appels directs à l'action, encourageant ainsi une réponse active de la part des internautes.

De plus, les appels au boycott constituent une manifestation significative de la dimension actionnelle. Certains utilisateurs énoncent explicitement leur désapprobation de l'événement et encouragent les internautes à ne pas y participer. Ces déclarations vont au-delà de l'expression d'une simple opinion, visant plutôt à susciter une réponse tangible, à savoir l'abstention de participation.

La dimension actionnelle dans les tweets se révèle à travers non seulement des appels au boycott, impératifs d'action, mais aussi à travers les tweets exprimant un soutien envers cet événement sportif. Ces stratégies linguistiques illustrent l'intention des utilisateurs de ne pas seulement exprimer des opinions, mais également de stimuler des comportements et des réponses actives et engagées envers la Coupe du Monde 2022 au Qatar.

En résumé, notre analyse pragmatique des énoncés sélectionnés, reflétant diverses perspectives sur la Coupe du Monde 2022 au Qatar, a permis de dévoiler les intentions communicatives des auteurs. Grâce à la classification à facettes, nous avons pu distinguer les caractéristiques du médium, de la situation de communication et du genre propres à chaque énoncé, permettant ainsi une meilleure contextualisation des messages et une compréhension plus approfondie de leur intention.

Cette analyse a également mis en évidence une variété d'actes illocutoires, incluant les actes expressifs, assertifs, directifs et ironiques. Chacun de ces actes contribue à la diversité des intentions et des émotions exprimées. Ils sont appuyés par des éléments linguistiques tels

que les questions rhétoriques, les sarcasmes, les affirmations positives et négatives, ainsi que les commentaires ironiques.

En examinant de près les actes illocutoires spécifiques, nous avons saisi les intentions communicatives sous-jacentes à chaque énoncé. Certains auteurs ont exprimé leur soutien au boycott en partageant leurs émotions et opinions personnelles, tandis que d'autres ont critiqué le boycott avec sarcasme ou ironie. Les réactions anticipées des destinataires varient, allant de l'approbation à la remise en question.

En somme, cette analyse pragmatique a révélé la diversité des intentions communicatives et des émotions exprimées dans les discussions en ligne concernant la Coupe du Monde 2022 au Qatar. Elle met en évidence comment les actes illocutoires, les éléments linguistiques et les contextes sociaux interagissent pour façonner les réactions des lecteurs et créer une palette variée de points de vue. Cette approche souligne l'importance de considérer la pragmatique et le contexte dans l'interprétation des messages en ligne, offrant ainsi un aperçu approfondi de la manière dont les opinions et les émotions se manifestent dans les interactions numériques contemporaines.

II.3 L'analyse du discours médié

L'analyse du discours médiatique concernant la Coupe du Monde 2022 au Qatar met en évidence des tendances récurrentes à travers des mots-clés spécifiques utilisés dans les discours en ligne. Parmi ces mots-clés, on retrouve des termes tels que « *Qatar, interdiction, jouer au foot, coupe du monde, boycott, honte, écologique, Planetfirst, worldcupqatar* », etc. Ces termes reflètent la variété des thèmes et des émotions exprimées dans les discussions en ligne.

L'emploi récurrent de mots-clés liés à l'interdiction, au boycott et aux sentiments d'orgueil et de fierté illustre les multiples facettes des opinions personnelles exprimées par les locuteurs. Les termes relatifs à l'audience, aux moments marquants des matchs et aux développements écologiques soulignent l'intérêt et l'engagement du public et des médias envers l'événement. De plus, les termes humoristiques, ironiques et passionnés reflètent la manière dont les locuteurs utilisent le langage en ligne pour exprimer leurs émotions, leurs critiques et leur solidarité face à la Coupe du Monde.

La plateforme Twitter accorde une grande importance aux tendances de recherche, ce qui signifie que les mots-clés jouent un rôle central dans la visibilité des sujets abordés. En identifiant les mots-clés récurrents, nous pouvons comprendre comment ils influencent la

visualité et la popularité des sujets sur la plateforme. Cette analyse nous permet d'appréhender les opinions et les attitudes des utilisateurs, ainsi que de suivre les tendances émergentes. En examinant de près le discours médié par ordinateur, nous pouvons obtenir une perspective précieuse sur la manière dont les mots-clés façonnent les discussions en ligne et l'impact qu'ils ont sur la visibilité des sujets d'actualité, tels que la Coupe du Monde 2022. Cette approche analytique nous permet de mieux comprendre et d'interpréter les dynamiques des conversations sur Twitter.

En somme, l'analyse du discours médiatique montre comment les mots-clés utilisés dans les discussions en ligne captent les réactions et les perspectives des internautes sur des sujets allant de l'interdiction à l'engagement écologique en passant par les moments intenses des matchs.

II.4 Analyse de l'implicite

Après avoir examiné les actes de langage dans les tweets liés à la Coupe du Monde 2022, nous nous tournons vers l'analyse de l'implicite. Cette étape nous permet de révéler les attitudes et les perspectives des utilisateurs qui ne sont pas explicitement exprimées dans les messages. En examinant les éléments implicites, nous pouvons décrypter les intentions plus profondes des utilisateurs et comprendre comment ils utilisent des stratégies langagières subtiles pour communiquer leurs opinions de manière indirecte et influencer leurs destinataires.

Les tweets	Présupposé	Sous-entendu
<p>« Profitez bien de cette coupe du monde au Qatar avec l'interdiction des signes LGBTQxyz car la prochaine sera organisée par les USA, Canada et Mexique en 2026.</p> <p>Ils vont se "venger" à fond côté communication (promotion). »</p>	<p>Le locuteur présuppose dans ce commentaire que la Coupe du Monde au Qatar implique l'interdiction des signes LGBTQxyz, tandis que les pays hôtes suivants (USA, Canada et Mexique en 2026) adopteront une approche plus ouverte en matière de communication et de promotion de l'événement.</p>	<p>L'énonciateur souligne le contraste entre la coupe du monde actuelle au Qatar, qui est marquée par des restrictions concernant les signes LGBTQxyz, et la coupe du monde future prévue aux États-Unis, au Canada et au Mexique, où il est sous-entendu que la communication et la promotion soient plus ouvertes et les droits de l'homme respectés. Le terme « <i>venger</i> » implique que ces pays se rattraperont sur le plan de la visibilité « <i>LGBTQxyz</i> ».</p>
<p>« Cette coupe du monde c'est vraiment le divertissement hein petite pensée à ceux qui boycottent, là on n'est pas ensemble »</p>	<p>Il y a beaucoup de personnes qui ne boycottent pas cette coupe du monde.</p>	<p>L'énonciateur exprime un sentiment d'exclusion envers ceux qui boycottent l'événement, suggérant qu'il existe une division entre les personnes qui participent à la coupe du monde et celles qui la boycottent. L'utilisation de « <i>là on n'est pas ensemble</i> » suggère cette division et renforce l'idée que le divertissement de la coupe du monde est une expérience partagée par certains, mais pas par tous.</p>
<p>« Surtout que pout le coup autant sur certains points dire qu'il fait respecter les lois d'un</p>	<p>Il y a certaines, dont le Qatar, qui ont des lois contraires aux droits de l'homme.</p>	<p>L'énonciateur pointe du doigt l'incohérence perçue dans la manière dont certaines personnes réagissent aux lois d'un pays. Il suggère qu'il</p>

<p>pays quand elles sont contraires au droit de l'homme ça me choque mais respecter les lois d'un pays quand c'est juste un truc différent de chez toi bah c'est normal. »</p>		<p>peut être choquant que des lois allant à l'encontre des droits de l'homme soient tolérées ou même défendues, tandis que des lois moins controversées mais simplement différentes de celles de son propre pays sont acceptées sans problèmes. L'énonciateur soulève la question des doubles standards et des jugements sélectifs dans l'application de la tolérance envers les lois étrangères.</p>
<p>« C'est leur loi !!! C'est un pays souverain ! Si te n'es pas content n'y va pas et ne regarde pas la coupe du monde »</p>	<p>Il y a des gens qui ne sont pas contents des lois en vigueur au Qatar.</p>	<p>L'énonciateur exprime une opinion de défense de la souveraineté nationale et des lois d'un pays hôte de la coupe du monde. Le locuteur sous-entend que beaucoup de personnes, dont lui, suivent cette coupe du monde qui se déroule selon des lois légitimes.</p>
<p>« -6000 morts d'esclaves au Qatar -interdiction pour les hôtels aux homosexuels -interdiction d'avoir un rapport sexuel si on n'est pas mariés ... Mais le plus important c'est interdire aux russes ou joueurs</p>	<p>L'énonciateur présuppose que le Qatar a laissé jouer toutes les autres équipes, sauf l'équipe russe. Ce qui est présupposé est que le Qatar et la Russie sont en conflit.</p>	<p>L'énonciateur énumère divers problèmes et controverses liés au pays hôte de la coupe du monde (Qatar), notamment les conditions de travail, les restrictions envers les homosexuels et les lois sur les rapports sexuels. Il souligne une forme de contradiction en insistant sur le fait que malgré ces problèmes, l'accent est mis sur une question moins cruciale : l'interdiction aux Russes ou aux joueurs évoluant en</p>

<p>évoluant en</p> <p>Russie de faire la coupe du monde...#quedeslaches »</p>		<p>Russie de participer à la coupe du monde.</p> <p>L’hashtag « #quedeslaches » exprime le mécontentement de l'énonciateur envers ce qu'il perçoit comme des priorités et des décisions inappropriées ou hypocrites. Il semble s'interroger sur les valeurs et les actions mises en avant dans le contexte de la coupe du monde.</p>
<p>« Jamais la FIFA n'a autant souffert dans le rapport de force face à un pays organisateur de la Coupe du Monde L'interdiction définitive de l'alcool à l'intérieur et autour des stades, par le Qatar, à deux jours de l'ouverture de la compétition, en est la preuve ultime ».</p>	<p>La FIFA a souffert face au pays hôte de la Coupe du Monde.</p>	<p>L'énonciateur suggère que le pays organisateur de la Coupe du Monde (Qatar) est en position de force face à la FIFA, l'instance dirigeante du football mondial. L'interdiction définitive de l'alcool près des stades, survenue juste avant le début de la compétition, est présentée comme une preuve du pouvoir du Qatar. L'énonciateur sous-entend que l'interdiction de l'alcool, qui peut être un élément important dans le contexte des événements sportifs, démontre que le pays hôte peut imposer ses propres règles malgré les attentes ou les normes de la FIFA. Cette déclaration met en évidence une relation de force et d'autonomie entre le Qatar et la FIFA.</p>

<p>« Grand fan de foot, j'ai décidé de boycotter la prochaine Coupe du Monde au Qatar car (entre autre) cette coupe crache sur l'idéologie des droits de l'homme :</p> <p>+6500 ouvriers sont morts sur les chantiers et d'autres ont été exclus du pays sans être payés... »</p>	<p>L'énonciateur du tweet présuppose qu'il y a de simples fans du foot, contrairement aux grands auxquels il s'adresse, et qui n'ont probablement pas boycotté.</p>	<p>Le locuteur sous-entend que les interlocuteurs sont au courant des problèmes liés aux droits de l'homme associés à la Coupe du Monde au Qatar, notamment les décès et l'exclusion d'ouvriers.</p>
<p>« C'est trop tôt pour rappeler que Qatar, coupe du monde entaché du sang des ouvriers, esclavage, droit des femmes? »</p>	<p>Le locuteur présuppose une prise de conscience concernant les problèmes liés aux droits de l'homme, à l'esclavage et aux droits des femmes dans le contexte de la Coupe du Monde au Qatar, en utilisant des termes tels que « <i>entaché du sang des ouvriers</i> » et « <i>droit des femmes</i> ».</p>	<p>Ici, le locuteur se demande de manière ironique, pendant le déroulement de la coupe du monde, sur le moment où il faut la boycotter et la stopper, en raison des plusieurs incidents qui s'y sont déroulés. En employant « <i>c'est trop tôt</i> », il veut implicitement dire qu'il est temps de prendre conscience des conditions déplorables de cette coupe, communiquant par la même occasion son indignation et sa révolte face à la léthargie des organisateurs.</p>

<p>« LE FAMEUX BOYCOTT</p> <p>24,08 millions de téléspectateurs ont suivi la finale de la Coupe du monde sur TF1 hier, soit 81% de part d'audience. Il s'agit de la meilleure audience de tout les temps. 29,09 millions de téléspectateurs ont même suivi la séance de tirs au but. »</p>	<p>Ce qui est présupposé est qu'il n'y a qu'une minorité de téléspectateurs qui ont boycotté la finale de la Coupe du Monde.</p>	<p>L'énonciateur utilise l'expression "<i>LE FAMEUX BOYCOTT</i>" de manière ironique, suggérant que le boycott annoncé n'a pas eu d'impact significatif, car un grand nombre de téléspectateurs ont regardé la finale de la Coupe du Monde sur TF1, établissant ainsi un record d'audience. L'emploi du mot « <i>fameux</i> » souligne l'écart entre les attentes d'un boycott et la réalité de l'audience élevée. Il peut utiliser cet exemple pour commenter l'efficacité (ou l'inefficacité) des appels au boycott ou pour critiquer les fluctuations de participation en fonction des circonstances.</p>
<p>« Toute façon c'est la coupe du monde de la honte, moi je boycotte. »</p>	<p>le présupposé réside dans le fait que « vous » par opposition au « <i>je</i> », vous êtes libres de prendre votre décision au sujet de cette coupe de la honte.</p>	<p>Le locuteur ne recourt à aucun sous-entendu dans cet énoncé, puisque le message est formulé de manière directe et ne dissimule pas d'intentions implicites.</p>
<p>« force aux humains qui ont boycott cette coupe du monde hein votre vie est misérable. »</p>	<p>Il y a beaucoup de personnes qui n'ont pas boycotté la Coupe du Monde.</p>	<p>Le sous-entendu ici résiderait dans le fait que le locuteur exprime un semblant d'empathie pour ceux qui ont boycotté cette coupe du monde, pour mieux se moquer d'eux par la suite, l'accentuant par l'interjection « <i>hein</i> ».</p>

<p>« Fier d'avoir boycotté cette coupe du monde de A à Z. »</p>	<p>L'expression « <i>de A à Z</i> » présuppose que l'énonciateur n'a regardé aucun match de la coupe.</p>	<p>Le locuteur ne recourt à aucun sous-entendu dans cet énoncé, puisque le message est formulé de manière directe et ne dissimule pas d'intentions implicites.</p>
<p>« D'ici la fin de la coupe du monde, le Qatar va balancer une interdiction de jouer au foot, ça va être beau. »</p>	<p>Les interlocuteurs sont au courant de la tenue de la Coupe du Monde au Qatar et que ce pays a procédé à de nombreuses interdictions.</p>	<p>L'énonciateur du tweet sous-entend que le Qatar est un pays pourrait agir de manière autoritaire.</p>
<p>« Avez-vous seulement vu un seul ouvrier mort? Ou parlé avec la famille d'un prétendu ouvrier défunt. Posez-vous les bonnes questions. Vive le Qatar. Vive le foot. Vive l'amour. »</p>	<p>Les interlocuteurs ne possèdent pas des informations fiables.</p>	<p>Le locuteur sous-entend que les interlocuteurs ne se sont basés que sur des rumeurs ou n'ont pas fait l'effort de chercher des preuves tangibles concernant les ouvriers décédés et les familles affectées. Les expressions « <i>Avez-vous seulement vu un seul ouvrier mort ?</i> » et "parlé avec la famille d'un prétendu ouvrier défunt" soulignent cette idée. Ce qui est sous-entendu est que beaucoup d'agents ont l'intention de porter atteinte au bon déroulement de cette coupe par des mensonges et des calomnies.</p>
<p>« Le boycott c'est juste une histoire de Zumba il la regarde tous en cachette ! Puis il boycotte pourquoi ? La</p>	<p>Le locuteur présuppose que certains fans du foot ont exprimé leur volonté de boycotter la coupe du monde.</p>	<p>Le locuteur sous-entend que le boycott est futile et sans effet, en comparant la situation à l'acte de regarder la Zumba en cachette, suggérant ainsi que le boycott n'aura</p>

compétition va s'arrêter ? Ça ne changera rien. »		pas d'impact concret sur l'événement et que la compétition se poursuivra malgré tout.
------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------

Figure 15: Tableau d'analyse de l'implicite

En conclusion, l'analyse des présupposés et des sous-entendus contenus dans les captures d'écran des tweets des utilisateurs de Twitter vis-à-vis de la Coupe du Monde 2022 révèle une variété d'opinions et de réactions à l'égard de cet événement sportif mondial. Ces tweets reflètent non seulement les préoccupations spécifiques concernant la Coupe du Monde, mais aussi les nuances de l'expression individuelle au sein du contexte social et numérique actuel. Plusieurs aspects émergent de cette analyse :

Premièrement, on fait usage de l'ironie et du sarcasme dans les tweets pour critiquer, mais aussi provoquer l'adhésion et la connivence du destinataire. Les individus semblent utiliser ces techniques pour exprimer leurs opinions d'une manière à la fois percutante et créative.

Deuxièmement, la mention explicite du boycott de la Coupe du Monde souligne la vigueur des convictions individuelles. Ceux qui ont choisi de boycotter manifestent leur désaccord et leur désapprobation de manière catégorique, souvent en réponse à des inquiétudes éthiques ou politiques liées à l'événement.

Troisièmement, les tweets révèlent des critiques quant à la mise en avant de certaines priorités par rapport à d'autres. Certains utilisateurs remettent en question la focalisation sur des aspects moins importants de la Coupe du Monde, comparés aux préoccupations plus sérieuses telles que les droits de l'homme et les libertés individuelles.

Enfin, la diversité des tonalités utilisées dans ces tweets reflète la complexité des émotions et des réflexions engendrées par la Coupe du Monde. Des tonalités sérieuses aux expressions humoristiques, ces tweets soulignent la multitude de réactions personnelles et la variété des voix qui participent au dialogue numérique sur un événement mondial majeur.

En définitive, cette analyse illustre comment Twitter agit comme une plateforme qui permet aux individus d'exprimer et d'échanger leurs réactions et leurs opinions sur des sujets d'actualité, tout en mettant en lumière les tensions entre les intérêts sportifs, les

préoccupations éthiques et les valeurs personnelles au sein d'un environnement numérique en constante évolution.

II.5 La catégorisation des attitudes

La réception et la perception d'événements mondiaux majeurs sur les réseaux sociaux ont suscité une diversité des opinions et des attitudes des individus. Dans le cas de la Coupe du Monde 2022 au Qatar, les utilisateurs de Twitter ont exprimé une myriade de réactions, allant de l'enthousiasme et du soutien à la critique et au rejet. Ce titre se penche sur l'analyse des attitudes manifestées dans une sélection de tweets, visant à dégager une catégorisation des positions des uns et des autres. L'examen des stratégies linguistiques et des tons adoptés dans ces tweets éclaire non seulement les attitudes individuelles, mais également les mécanismes de communication et d'influence à l'œuvre au sein de la sphère numérique en constante évolution.

À partir de notre corpus, il est possible de discerner trois types d'attitudes qui se déploient à l'égard de la Coupe du Monde 2022 au Qatar. Ces attitudes émergent à travers une palette variée de réactions exprimées par les utilisateurs de Twitter. Premièrement, certaines réactions adoptent une tonalité critique, remettant en question les aspects tels que les conditions de travail, les controverses et les restrictions imposées en lien avec l'événement. Deuxièmement, d'autres attitudes se manifestent sous forme de rejet ou de boycott, reflétant un refus catégorique de participer ou de soutenir activement la Coupe du Monde. Troisièmement, des attitudes positives ou de soutien transparaissent dans les réactions qui mettent en avant des éléments positifs tels que l'amour du football et le potentiel de cet événement mondial. Cette diversité d'attitudes révèle les multiples facettes de la réception publique de la Coupe du Monde 2022 et souligne le rôle clé que jouent les plateformes numériques dans la construction et la diffusion des opinions au sein de la société contemporaine.

Dans cette étape de notre analyse, nous allons plonger au cœur des attitudes exprimées dans les tweets que nous avons collectés au sujet de la Coupe du Monde 2022 au Qatar. Notre objectif est d'explorer en profondeur les nuances et les variations des réactions des utilisateurs sur les médias sociaux, tout en appuyant notre propos sur des extraits pertinents issus de notre corpus. Cette analyse nous permettra de mettre en lumière les sentiments, les points de vue contrastés et les débats qui animent la discussion autour de l'événement sportif.

II.5.1 Attitudes Favorables

Au sein de notre corpus, nous avons identifié plusieurs tweets exprimant des attitudes favorables envers la Coupe du Monde 2022 au Qatar. Ces tweets manifestent un soutien enthousiaste envers l'événement sportif et mettent en avant le succès de l'organisation qatarie. Par exemple, le tweet « *Jamais la FIFA n'a autant souffert dans le rapport de force face à un pays organisateur de la Coupe du Monde* » témoigne de l'admiration du locuteur pour le Qatar en tant qu'hôte, suggérant que la FIFA reconnaît le pays comme un acteur clé de l'événement. Ce tweet sous-entend une attitude positive envers le rôle joué par le Qatar et la manière dont il a réussi à marquer sa présence. De plus, ces attitudes favorables sont également reflétées dans le tweet « *D'ici la fin de la coupe du monde, le Qatar va balancer une interdiction de jouer au foot. Ça va être beau* » où le locuteur ironise sur d'éventuelles nouvelles restrictions tout en exprimant un optimisme implicite quant à la performance du pays hôte. Dans l'ensemble, ces tweets favorables démontrent la satisfaction des utilisateurs envers la Coupe du Monde 2022 et leur reconnaissance envers le Qatar en tant qu'organisateur de cet événement sportif international de grande envergure.

II.5.2 Attitudes Défavorables

Dans notre corpus de tweets, plusieurs messages témoignent d'attitudes défavorables à l'égard de la Coupe du Monde 2022 au Qatar. Ces tweets révèlent des critiques, des réserves et parfois même de la colère envers différents aspects de l'événement. Par exemple, le tweet déclarant « *Toute façon c'est la coupe du monde de la honte, moi je boycotte* » reflète une position de refus teintée de honte envers l'événement et annonce le boycott de celui-ci. Dans le tweet « *Profitez bien de cette coupe du monde au Qatar avec l'interdiction des signes LGBTQxyz car la prochaine sera organisée par les USA, Canada et Mexique en 2026* » critique l'interdiction des signes LGBTQxyz et évoque une attitude défavorable envers le Qatar en comparant cet événement à la prochaine édition. En résumé, ces tweets défavorables soulignent la diversité des opinions négatives exprimées par les utilisateurs, allant du rejet pur et simple à la critique pointue de certaines politiques ou mesures associées à la Coupe du Monde 2022 au Qatar.

II.5.3 Attitudes Mitigées

Parmi les tweets collectés dans notre corpus, un ensemble d'attitudes mitigées émerge en ce qui concerne la Coupe du Monde 2022 au Qatar. Ces messages reflètent un mélange de perspectives, où les locuteurs oscillent entre des éléments de soutien et de réserve envers l'événement. Par exemple, le tweet « *C'est leur loi !!! C'est un pays souverain ! Si t'es pas content n'y va pas et ne regarde pas la coupe du monde* » admet la souveraineté du pays hôte tout en offrant une perspective mitigée sur les attentes des utilisateurs. De même, le tweet « *Avez-vous seulement vu un seul ouvrier mort? Ou parlé avec la famille d'un prétendu ouvrier défunt. Posez-vous les bonnes questions. Vive le Qatar. Vive le foot. Vive l'amour* » interroge la véracité des allégations sur les problèmes du Qatar tout en exprimant une attitude positive envers l'événement et le pays organisateur. De plus, le tweet « *D'ici la fin de la coupe du monde, le Qatar va balancer une interdiction de jouer au foot. Ça va être beau* » ironise sur de possibles nouvelles restrictions tout en évoquant une attitude mitigée quant aux intentions du Qatar. Ces tweets démontrent que les opinions des utilisateurs ne sont pas unilatérales ; au contraire, elles reflètent des perspectives nuancées où les locuteurs naviguent entre des points de vue positifs et des doutes sur certains aspects de la Coupe du Monde.

En résumé, à travers l'analyse des attitudes exprimées dans notre corpus de tweets concernant la Coupe du Monde 2022 au Qatar, trois types d'attitudes émergent distinctement. Les attitudes critiques, marquées par des questionnements sur les conditions de travail et les controverses, reflètent un regard méfiant envers l'événement. Les attitudes de rejet ou de boycott témoignent d'une opposition franche, tandis que les attitudes positives ou de soutien soulignent l'enthousiasme pour le football et la compétition. Ces diverses réactions révèlent la complexité des opinions au sein de la communauté en ligne et mettent en évidence les stratégies linguistiques variées que les utilisateurs déploient pour exprimer leurs convictions et influencer leur auditoire. Cette segmentation des attitudes fournit une base solide pour approfondir notre compréhension des réactions sociolinguistiques autour de la Coupe du Monde 2022 et illustre l'ampleur des interactions sur les médias sociaux lors de tels événements mondiaux.

Conclusion

Ce chapitre a exposé en détail la méthodologie de recherche que nous avons suivie pour réaliser notre étude sur l'analyse pragmatique des actes de langage dans les tweets sur la Coupe du Monde 2022. Nous avons tout d'abord présenté le corpus de tweets que nous avons constitué à partir du réseau social Twitter, en expliquant les critères de sélection, la période d'analyse et le nettoyage des données. Nous avons ensuite décrit les méthodes employées pour l'analyse du corpus, en combinant la classification à facettes proposée par Susan Herring et l'analyse du discours médié par ordinateur. Ces approches complémentaires nous ont permis d'identifier les actes de langage exprimés par les utilisateurs de Twitter, en tenant compte des spécificités du média et du contexte. Par la suite, nous avons justifié le choix de l'approche qualitative pour cette recherche, en soulignant son adéquation avec notre objectif d'explorer les intentions communicatives des utilisateurs et les effets produits par leurs énoncés. De plus, nous avons détaillé la démarche suivie pour l'analyse des tweets et la classification des actes de langage, en rappelant la problématique de notre recherche, qui vise à répondre à la question suivante : Quels sont les types d'actes de langage utilisés par les utilisateurs de Twitter dans leurs tweets sur la Coupe du Monde 2022, et quels sont les effets pragmatiques de ces actes de langage ? Ce chapitre méthodologique nous a permis de comprendre la manière dont nous avons abordé notre étude, en éclairant les choix et les raisonnements qui ont guidé notre démarche de recherche. Dans le chapitre suivant, nous présenterons le dépouillement des données ainsi que les résultats obtenus de notre analyse, en illustrant les différents types d'actes de langage identifiés dans le corpus de tweets.

Quant à l'analyse pragmatique des attitudes et des stratégies linguistiques dans les tweets relatifs à la Coupe du Monde 2022 au Qatar, elle a permis de mettre en évidence la complexité des réactions et des discours qui émergent sur les réseaux sociaux. Les actes illocutoires et les éléments linguistiques ont été examinés avec précision, révélant une variété d'intentions communicatives, allant de l'expression d'opinions passionnées à l'appel à l'action et à la mobilisation.

Les attitudes exprimées par les utilisateurs ont été catégorisées en attitudes favorables, défavorables et mitigées, illustrant la diversité des points de vue et des émotions envers l'événement sportif. De plus, les stratégies linguistiques spécifiques telles que l'ironie, les questions rhétoriques et les appels au boycott ont été identifiées comme des moyens par lesquels les utilisateurs cherchent à influencer et à mobiliser les internautes autour de la Coupe du Monde.

La dimension actionnelle des tweets a été mise en lumière à travers l'utilisation d'impératifs, d'appels au boycott et de la sensibilisation. Ces stratégies reflètent l'intention des auteurs d'aller au-delà de la simple expression d'opinions en incitant les lecteurs à s'engager activement et à participer à des actions concrètes.

En somme, cette analyse pragmatique fournit un aperçu approfondi de la manière dont les attitudes sont exprimées et influencées sur les médias sociaux, soulignant l'importance de la pragmatique et du contexte dans l'interprétation des messages en ligne. Elle révèle également comment les intentions communicatives et les émotions des utilisateurs se manifestent à travers une variété de stratégies linguistiques, offrant ainsi une perspective éclairante sur les interactions numériques contemporaines.

Conclusion générale

À la fin de notre recherche intitulée "Analyse pragmatique des attitudes des utilisateurs de Twitter vis-à-vis la Coupe du Monde 2022", où nous nous sommes engagées dans l'analyse des tweets sous l'angle pragmatique, il est approprié de récapituler l'évolution de notre projet.

Le premier chapitre de notre étude se décompose en trois parties distinctes qui établissent les bases conceptuelles nécessaires pour notre étude. Dans la première partie, nous nous sommes penchées sur le contexte numérique actuel et son influence sur les discours en ligne. En examinant l'évolution des médias numériques et de la communication en ligne, nous avons mis en évidence l'importance de considérer les spécificités des plateformes telles que Twitter pour une compréhension approfondie des réactions des utilisateurs et nous avons examiné le rôle de ces plateformes de médias sociaux, en particulier Twitter, en tant qu'espaces propices à l'expression d'opinions et de réactions variées. La deuxième partie aborde le cadre pragmatique, où nous avons expliqué les concepts clés tels que les actes de langage, les présupposés et les sous-entendus qui ont été essentiels pour décoder les intentions communicatives et les couches implicites des messages, qui ont servi de fondement à notre analyse des tweets. Enfin, la troisième partie s'est consacrée à la sociolinguistique, nous permettant d'examiner comment les attitudes et les comportements linguistiques sont façonnés par des facteurs socioculturels. En fusionnant ces trois perspectives, nous avons été en mesure de jeter les bases d'une analyse pragmatique solide des attitudes des utilisateurs de Twitter à l'égard de la coupe du monde 2022.

Le deuxième chapitre de notre étude est consacré à la partie méthodologique et celle de l'analyse à la fois. Le premier axe s'est focalisé sur la description du protocole de l'enquête qui a servi de guide pour notre analyse. Nous avons opté pour l'utilisation de la classification à facettes, une méthode qui nous a permis de contextualiser rigoureusement notre corpus selon différents aspects à savoir le médium, la situation de communication et le genre etc. En déployant cette approche, nous avons pu apporter une perspective nuancée à notre analyse. Dans le même axe, nous avons évoqué l'analyse du discours médié par ordinateur proposée par S. Herring. Nous avons scruté les différents éléments et structures linguistiques qui émergent dans ce contexte, mettant en lumière leur rôle et leur impact dans la transmission de messages. Quant au deuxième axe, consacré à la pratique de notre étude, en employant la classification à facettes, nous avons pu distinguer diverses dimensions qui influent sur les discussions en ligne, tandis que l'analyse du discours médié par ordinateur nous a permis de décrypter comment les mots-clés façonnent la visibilité et la dynamique des sujets abordés sur la plateforme. De plus nous avons entrepris une étude approfondie des tweets associés à cet

événement sportif d'envergure. Pour constituer notre corpus, nous avons rassemblé une variété de tweets provenant de divers utilisateurs de Twitter, offrant ainsi une représentation riche et diversifiée des opinions et des attitudes envers la Coupe du Monde 2022. Grâce à une analyse pragmatique méthodique, nous avons identifié les actes de langage, les intentions communicatives, les implicites et les stratégies linguistiques qui ont été employés dans ces tweets. Nous avons catégorisé les attitudes exprimées envers l'événement comme favorables, défavorables ou neutres, en prenant en compte les contextes spécifiques dans lesquels les tweets ont été publiés. À travers des méthodes d'analyse qualitative, nous avons mis en lumière les discours sous-jacents ainsi que les réactions émotionnelles des utilisateurs, tout en considérant le contexte numérique dans lequel ces discours ont pris forme. Cette exploration pratique a enrichi notre compréhension des interactions en ligne et des discours numériques contemporains en révélant comment les utilisateurs de Twitter expriment leurs opinions et attitudes envers la Coupe du Monde 2022.

Nos interrogations s'articulent autour de la manière dont les utilisateurs de Twitter expriment leurs attitudes et opinions à l'égard de la Coupe du Monde 2022, en mettant en évidence la dimension actionnelle présente dans leurs tweets. Cette question centrale est accompagnée de questions subsidiaires qui visent à approfondir notre compréhension de ce phénomène.

À travers notre analyse des tweets liés à la Coupe du Monde 2022 sur Twitter, nous avons pu examiner les dimensions actionnelles exprimées par les utilisateurs. Nos résultats confirment la première hypothèse selon laquelle les utilisateurs de Twitter véhiculent une dimension actionnelle en exprimant leurs opinions à travers divers actes de langage. Nous avons en effet identifié une variété d'actes de langage, tels que les actes assertifs, expressifs et directifs, qui témoignent de la volonté des utilisateurs de participer activement aux discussions en ligne sur l'événement sportif.

En ce qui concerne la deuxième hypothèse, notre analyse des actes de langage observés dans les tweets collectés a corroboré nos attentes. Les actes assertifs ont permis aux utilisateurs d'exprimer leurs croyances et leurs évaluations envers la Coupe du Monde, tandis que les actes expressifs ont révélé leurs émotions et leurs attitudes subjectives. Les actes directifs ont également joué un rôle, incitant les autres à agir en accord avec les opinions exprimées. Ces résultats attestent de la diversité des intentions communicatives et des stratégies linguistiques employées pour influencer les autres interlocuteurs.

Quant aux attitudes des utilisateurs à l'égard de la Coupe du Monde au Qatar, nos conclusions ont corroboré la troisième hypothèse émise. Nous avons pu identifier une gamme étendue d'attitudes variées, englobant non seulement le soutien enthousiaste et la désapprobation critique, mais également des attitudes plus nuancées et neutres. Certains participants ont exprimé un enthousiasme marqué et une impatience croissante à l'approche de l'événement, tandis que d'autres ont soulevé des critiques concernant les aspects controversés de l'organisation et les enjeux relatifs aux droits de l'homme. En outre, nous avons constaté que des utilisateurs adoptent des attitudes plus mitigées, reflétant ainsi la complexité des perspectives au sein de la communauté en ligne.

Enfin, notre analyse des moyens linguistiques employés pour influencer les internautes a validé la quatrième hypothèse. Nous avons observé l'utilisation fréquente de questionnements rhétoriques, d'ironie, de sarcasme et d'émojis pour susciter des réactions émotionnelles et engager des discussions plus approfondies. Les utilisateurs ont déployé des stratégies variées pour attirer l'attention, susciter l'intérêt et influencer les perceptions et les opinions des autres participants.

Notre parcours et notre démarche de recherche ont insufflé un regard renouvelé sur le corpus. Bien que nous ayons adopté une approche qui se veut exhaustive, il demeure plusieurs facettes non explorées, renfermant des aspects mystérieux en attente d'être dévoilés. Ce mémoire ouvre la voie à des perspectives passionnantes pour des investigations à venir dans le domaine de la pragmatique linguistique et de la communication au sein des médias sociaux. En continuant d'explorer et de saisir les interactions des utilisateurs sur les plateformes numériques, nous serons mieux à même de saisir les dynamiques de la communication à l'ère numérique, et par conséquent, d'anticiper les évolutions futures de ces échanges virtuels. Par ailleurs, le changement à venir de Twitter en "X" sous l'égide du PDG Elon Musk suscite de nouvelles interrogations qui pourraient offrir des opportunités stimulantes pour de futures recherches dans ce domaine en constante évolution.

Bibliographie

Ouvrages

- ❖ ARMENGAUD, Françoise, *La pragmatique*, France, Que sais-je ? MD Impression, 2007.
- ❖ AUSTIN, John Langshaw. *Quand dire c'est faire*, Paris, Seuil, 1970.
- ❖ BARCOPS, Martine. *Introduction à la pragmatique, les théories fondatrices : Actes de langage, pragmatique cognitive, pragmatique intégrée*, Bruxelles, Duculot, 2010.
- ❖ Boyer. Henry, *Introduction à la sociolinguistique*, Paris, Dunot, 2001.
- ❖ BENVENISTE, Emile. *Problèmes de linguistique générale 1*. Paris, Gallimard, 1966.
- ❖ CALVET Louis-Jean, *la sociolinguistique*, collection que sais-je ?, PUF, Paris, 1993.
- ❖ CHARAUDEAU, P, *De la linguistique de la langue à la linguistique du discours, et retour*. In G. Engwall & L. Fant (Eds.), Festival Romanistica. Contribuciones lingüísticas – Contributions linguistiques – Contributi linguistici – Contribuições lingüísticas, Stockholm University Press, 2015.
- ❖ FABIEN Girandola et Valérie Fointiat, *Attitudes et comportements : comprendre et changer*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2016.
- ❖ FISHMAN, Joshua A., *Sociolinguistique*. Labor, Nathan, 1971.
- ❖ HERRING, Susan, *Computer-mediated discourse*, in Deborah TANNEN, Deborah SCHIFFRIN et Heidi HAMILTON (dir.), *Handbook of discourse analysis*, Blackwell, 2004.
- ❖ KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. *L'implicite*, Paris, Armand Colin, 1986.
- ❖ LABOV , H., J.Waletzky , J.A.Fishman , J.J.Gumperz , D.H.Hymes , P.Trudgill , J.Milroy , L.Milroy , J.Cheshire , V.Edwards , R.W.Fasold , W.Labov , W.Wolfram , N.Schilling-Estes , J.K.Chambers , P.Trudgill , J.R.Rickford , S.A.Tagliamonte , P.Eckert , J.Holmes , A.Bell , D.E.Johnson , R.Wardhaugh , J.M.Fuller , S.S.Mufwene , J.R.Rickford , G.Bailey , E.R.Thomas , W.Labov , S.Ash and C .Boberg . *Sociolinguistiques*, Paris, Éditions de Minuit, 1976.
- ❖ MAINGUENEAU, Dominique, *Discours et analyse du discours, Une introduction*, Paris, Armand Colin, PDF.
- ❖ MARTINET, André, *Éléments de linguistique générale*, Paris, Armand Colin, 1980.
- ❖ MEYER, Michel, *La rhétorique*, Paris, Editions PUF, 2011.

- ❖ MOESHLER Jacques et REBOUL Anne, *La pragmatique aujourd'hui*, Z-lib.org, PDF.
- ❖ MOSCOVICI Serge, « *Les représentations sociales* », *La psychanalyse, son image et son public*, Paris, Presses Universitaires de France, 1961.

Les dictionnaires

- ❖ Dictionnaire Larousse, France, 1997.
- ❖ Dictionnaire français, <https://www.lalanguefrancaise.com>.
- ❖ MAINGUENEAU Dominique, *Les termes clés de l'analyse du discours*, Paris, Seuil, 1996.
- ❖ MOESCHLER John et REBOUL Anne, *Dictionnaire encyclopédique de pragmatique*, Paris, Seuil, 1994.
- ❖ PAVEAU, Anne-Marie. *L'analyse du discours numérique, Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris, Hermann, 2017.

Travaux universitaires

- ❖ GAO Shan, *Une étude discursive de la circulation des nouveautés langagières sur les réseaux sociaux numériques chinois et français : le cas de Sina Weibo et Twitter*, Thèse de Doctorat en science du langage, 2021.
- ❖ HASSINE Nader, *Création d'un outil d'analyse des tweets politiques lors de campagnes politiques*, Mémoire de Master en science du langage, Université de Grenoble, 2016.
- ❖ Laetitia BIBIÉ-EMERIT, *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, 2015.
- ❖ RAFAI Hafsa et TORDJEMANI Meriem, *Etude sémio-pragmatique des pancartes et des slogans des étudiants de médecine et de pharmacie lors du Hirak algérien en 2019*, Mémoire de Master en science du langage, Université M'hamed Bougara, Boumerdes, 2019.

Articles de revues

- ❖ BENVENISTE, Émile. "*De la subjectivité dans le langage.*" Journal de psychologie normale et pathologique 55 (1958).
- ❖ BARCOPS, Martine. "*Les actes de langage.*" In Introduction à la pragmatique. Les théories fondatrices : actes de langage, pragmatique cognitive, pragmatique intégrée, 33-64. Paris, De Boeck Supérieur, 2010.
- ❖ KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. "*L'implicite dans la conversation.*" Langages 21 (1986).
- ❖ LONGHI, Julien, « *L'énonciation politique idéologique sur Twitter : une exception au principe de coopération ?* » Argumentation et Analyse du Discours (2015).
- ❖ PAVEAU, Marie-Anne. "*Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique*" In Culture, identity and digital writing, Epistémè 9, Revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées , edited by Fabien Liénard , Séoul : Université Korea, Center for Applied Cultural Studies , 2013 .
- ❖ RETHORE, Joëlle. "*La pragmatique linguistique de Peirce.*" Études littéraires 21 (1989).
- ❖ ROSIER, Laurence. "*Deixis et énonciation : modèles et méthodes*" Langages 164 (2006).
- ❖ ZARATE, Geneviève. "*L'implicite culturel et son utilisation dans un cours à visée interculturelle*" Le français dans le monde (1985).

Sitographie

- ❖ [X. C'est ce qu'il se passe / X \(twitter.com\)](https://twitter.com)
- ❖ <https://www.britannica.com/topic/Web-20>.
- ❖ <https://www.investopedia.com/terms/w/web-20.asp>.
- ❖ <https://websitebuilders.com/how-to/glossary/web2/>.
- ❖ [BDM \(blogdumoderateur.com\)](http://blogdumoderateur.com)
- ❖ <https://www.journaldunet.com/>.

❖ <https://www.lalanguefrancaise.com/>.

Annexes

Annexe 01

 **Djamil B.**
@DavyBocande

Profitez bien de cette coupe du monde au Qatar avec l'interdiction des signes LGBTQxyz car la prochaine sera organisée par les USA, Canada et Mexique en 2026.

Ils vont se "venger" à fond côté communication (promotion).

7:32 PM · 27 nov. 2022

6 Retweets 21 J'aime

Annexe 02

 **Lonni** ✓
@kidlonni

Cette coupe du monde c'est vraiment le divertissement hein petite pensée à ceux qui boycottent là on est pas ensemble

5:58 PM · 4 déc. 2022

1298 Retweets 74 citations 12,5 k J'aime 30 Signets

Annexe 03

 **Deku** 🇫🇷👤 @deku_max87 · 18 nov. 2022

Surtout que pout le coup autant sur certains points dire qu'il fait respecter les lois d'un pays quand elles sont contraires au droit de l'homme ca me choque mais respecter les lois d'un pays quand c'est juste un truc différent de chez toi bah c'est normal

 2   3  

Annexe 04

 **did936** @Dadi93600 · 22 juin 2022 ...

C'est leur loi !!! C'est un pays souverain ! Si t'es pas content n'y va pas et ne regarde pas la coupe du monde

Annexe 05

 **Cyril Nicoli** 🚴🏆🏈
@cyrilnicoli ...

-6000 morts d'esclaves au Qatar
-interdiction pour les hôtels aux homosexuels
-interdiction d'avoir un rapport sexuel si on est pas mariés..
Mais le plus important c'est interdire aux russes ou joueurs évoluant en Russie de faire la coupe du monde.. 🤪 #quedeslaches

9:10 PM · 21 juin 2022 depuis Biguglia, France

5 Retweets 1 citation 50 J'aime

Annexe 06

 **Nathan Laguerre** ...
@NathanLaguerre1

1. Jamais la FIFA n'a autant souffert dans le rapport de force face à un pays organisateur de la Coupe du Monde.
L'interdiction définitive de l'alcool à l'intérieur et autour des stades, par le Qatar, à deux jours de l'ouverture de la compétition, en est la preuve ultime.

12:43 PM · 18 nov. 2022

7 Retweets 43 J'aime 1 Signet

Annexe 07

 **Benoît Chaudières**  
@BenoitChdrs ...

Grand fan de foot, j'ai décidé de boycotter la prochaine Coupe du Monde au Qatar car (entre autre) cette coupe crache sur l'idéologie des droits de l'homme :
+6500 ouvriers sont morts sur les chantiers et d'autres ont été exclus du pays sans être payés...

11:25 PM · 2 sept. 2022 depuis Nevers, France

172 Retweets 12 citations 454 J'aime 4 Signets

Annexe 08

 **Marie Fernet**
@MarieFernet ...

C'est trop tôt pour rappeler que Qatar, coupe du monde entaché du sang des ouvriers, esclavage, droit des femmes ?
[Translate Tweet](#)

10:37 PM · Dec 10, 2022

101 Retweets 8 Quote Tweets 494 Likes

Annexe 09

 **Alex L'Ermite Pas Clair** 
@Diamonyx ...

LE FAMEUX BOYCOTT

24,08 millions de téléspectateurs ont suivi la finale de la Coupe du monde sur TF1 hier, soit 81% de part d'audience. 🇫🇷

Il s'agit de la meilleure audience de tout les temps.

29,09 millions de téléspectateurs ont même suivi la séance de tirs au but

10:33 AM · 19 déc. 2022 · 894 vues

7 Retweets 10 J'aime

Annexe 10



Wittgensteino-Aronien
@wittgensteinien



Toute façon c'est la coupe du monde de la honte, moi je boycotte

4:51 PM · 18 déc. 2022 · **3 027** vues

7 Retweets 46 J'aime



Annexe 11



Soso
@Mvghribi_59



force aux humains qui ont boycott cette coupe du monde hein votre vie est misérable

6:46 PM · 18 déc. 2022 · **2 011** vues

9 Retweets 42 J'aime



Annexe 12



SACHA
@_sachaoff



Fier d'avoir boycotté cette coupe du monde de A à Z

7:22 PM · 18 déc. 2022 · **4 844** vues

3 Retweets 1 citation 44 J'aime



Annexe 13



...
@EricCartmanFr_



D'ici la fin de la coupe du monde, le Qatar va balancer une interdiction de jouer au foot. Ca va être beau

4:02 PM · 21 nov. 2022

1 J'aime



Annexe 14



Paul Mbrani @MbraniP · 24 nov. 22

En réponse à @sergio_coma

Avez-vous seulement vu un seul ouvrier mort? Ou parlé avec la famille d'un prétendu ouvrier défunt. Posez-vous les bonnes questions. Vive le Qatar 🇶🇲. Vive le foot ⚽. Vive l'amour 💕.

3

1

2

|||



Annexe 15



FORZA OM @olympien_12 · 4 déc. 2022

Le boycott c'est juste une histoire de Zumba il la regarde tous en cachette 😊! Puis il boycotte pourquoi? La compétition va s'arrêter? Ça changera rien

1



4

|||



Table des matières

Tables des matières

Dédicaces	2
Remerciements	3
Résumés	4
Sommaire	5
Introduction générale.....	6
Premier chapitre : précisions conceptuelles	13
Introduction.....	14
I. Autour du numérique.....	14
I.1 le web 2.0, un nouveau paradigme du web	15
I.2 les réseaux sociaux et la communication	16
I.2.1 La communication	16
I.2.2 Les réseaux sociaux	17
I.2.3 La communication sur les réseaux sociaux	18
I.3 le microblogage	19
I.3.1 le réseau social Twitter.....	20
I.3.2 Twitter et ses termes.....	21
I.3.3 Twitter et l'interaction	23
I.3.4 Twitter et la recherche d'information.....	24
I.3.5 Le hashtag sur twitter.....	25
I.3.6 Twitter et son importance.....	26
I.4 Le discours numérique selon Paveau	26
I.5 Les tweets comme genre de discours	28
I.6 L'analyse du discours numérique	28
I.7 Les discours natifs d'internet	29
I.7.1 Traits des discours numériques natifs.....	29
II. La pragmatique.....	31
II.1 Qu'est-ce que la pragmatique ?	32
II.2 La philosophie du langage	33
II.3 La théorie des actes de langage	34
II.3.1 L'acte locutoire	35
II.3.2 L'acte illocutoire	35
II.3.3 L'acte perlocutoire	36
II.4 La typologie des actes illocutoire	36
II.5 L'implicite et l'explicite.....	37
II.5.1 Définition de l'implicite	38

II.5.2 Implicite Vs Explicite.....	39
II.5.3 Le sous-entendu	41
II.5.4 Le présupposé	41
III La sociolinguistique	42
III. 1 les représentations.....	43
III.2 Les attitudes	44
III. 2. 1 Catégories des attitudes.....	45
Conclusion	46
Deuxième chapitre : Méthodologie et investigation	47
Introduction.....	48
I. Axe méthodologique	48
I.1 La présentation du corpus.....	48
I.1.1 Le contexte de la coupe du monde	49
I.1.2 Objectif et constitution du Corpus.....	49
I.1.3 Critères de sélection.....	49
I.1.5 Couverture Temporelle et Linguistique.....	50
I.1.6 Tweets comme corpus, spécificités et difficultés.....	50
I.2 modalités d'analyse du corpus.....	51
I.2.1 La classification à facettes	52
I.2.2 La classification à facettes : origines et définitions.....	53
I.2.3 La classification à facettes du CMD : principes et catégories.....	53
I.2.4 L'analyse du discours médié par ordinateur	55
I.3 Le choix de l'approche.....	56
I.4 Rappel de la problématique	56
II. Axe analytique	56
II.1La classification à facettes.....	57
II.1.1 Médium	57
II.1.2 Situation de Communication.....	57
II.1.3 Genre.....	57
II.1.4 Ton et Style.....	58
II.2 L'analyse pragmatique	58
II.3 L'analyse du discours médié.....	77
II.4 Analyse de l'implicite.....	78
II.5 La catégorisation des attitudes	86
II.5.1Attitudes Favorables	87
II.5.2 Attitudes Défavorables.....	87

II.5.3 Attitudes Mitigées	88
Conclusion	89
Conclusion générale	91
Bibliographie	95
Annexes	100
Table des matières	106