

SPÉCIFICITÉS TECHNO-SÉMIO-LINGUISTIQUES DES COMMENTAIRES EN LIGNE

TECHNO-SEMIO-LINGUISTIC SPECIFICITIES OF ONLINE COMMENTS

Chafik KHERBACHE*¹**Rima Aida HASSANI**²¹LARIC – Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, Algériechafik.kherbache@ummto.dz²ILLAAC - Université Abbes Laghrour de Khenchela, Algériehassani.rima@univ-khenchela.dz**Résumé**

Notre étude s'inscrit dans le champ de l'analyse du discours, elle a comme objectif d'appréhender le fonctionnement du processus de production des commentaires en ligne à partir d'une approche techno-sémio-linguistique, hybride entre le prénumérique et le numérique. Ces commentaires sont produits par des utilisateurs qui n'avaient pas le droit de réagir auparavant au discours médiatique télévisuel, mais qui jouaient seulement le rôle de spectateurs passifs. Nous œuvrons alors à mettre l'accent sur les caractéristiques de ces technodiscours seconds en louvoyant entre des éléments de conception et des éléments d'utilisation du web. Le processus de communication exploite des agents humains et des agents non humains qui contribuent à la production discursive en milieu numérique. Les résultats montrent que les commentaires des utilisateurs du web varient en fonction du contenu des publications qui diffusent du contenu politico-médiatique, en impliquant des enjeux politiques et idéologiques émanant des prescriptions du web.

Mots-clés : Commentaires en ligne, analyse du discours, approche techno-sémio-linguistique, réseaux socionumériques, augmentation

Abstract

Our study falls within the field of discourse analysis, aiming to understand the functioning of the online comment production process through a techno-semio-linguistic approach, bridging the gap between the pre-digital and digital eras. These comments are produced by users who previously did not have the right to respond to televised media discourse and merely played the role of a passive viewers. We strive to highlight the characteristics of these secondary techno-discourses, navigating between web design elements and usage elements. The communication process leverages both human and non-human agents that contribute to discursive production in a digital environment. The results indicate that user's comments on the web varies according to the content of posts disseminating political and media content, involving political and ideological stakes emanating from the web's prescriptive norms.

Keywords: Online comments, discourse analysis, techno-semio-linguistic approach, Socionumerical networks, augmentation

* Auteur correspondant

On assiste aujourd'hui à une disparition des frontières entre les environnements physiques et les environnements virtuels, les réseaux sociaux et les sites s'ancrent de plus en plus dans nos communications quotidiennes et deviennent un outil nécessaire. Or, l'analyse du discours semble maintenir ces barrières, en répartissant ses approches en deux grandes familles : prénumériques et numériques (Paveau, 2017).

À cet égard, l'extension de l'espace public en espace public numérique pose de nouvelles modalités de production et de réception du discours (Cardon, 2019), ce qui requiert de prendre en considération des éléments qui s'ajoutent au discours en tant que suppléments, tout en maintenant ses valeurs épistémiques et aléthiques.

Cette technogénèse[†] du discours numérique pousse les chercheurs à changer de vision envers le web, qui s'impose comme véritable substitut de l'espace public (Nathalie K Hayles, 2016), notamment avec le développement des fonctions algorithmiques et de l'intelligence artificielle, qui fait qu'on assiste actuellement à un tournant dit technodiscursif se préoccupant des productions natives du web, parmi lesquels on retrouve le commentaire en ligne.

Le commentaire en ligne est produit par des agents humains (utilisateurs) appuyés par des agents non-humains (machines et algorithmes), il fonctionne comme un technodiscours second qui s'inscrit dans une situation de communication numérique et obéit à ses contraintes (Combe Celik, 2015; Paveau, 2017). Cela nous pousse à poser la question suivante : comment peut-on mettre en exergue une analyse sémiolinguistique adaptée au discours numérique en dépit de cette rupture entre le prénumérique et le numérique ?

Nous optons pour une dynamique techno-sémio-linguistique assurée par des éléments de conception et des éléments d'utilisation du web. Les éléments de conception relèvent d'une approche de *internet as corpus* (Pierozak, 2005), nous les étudions à partir des spécificités technolinguistiques contribuant à augmenter la conversationnalité des discours médiatiques en densifiant les échanges à travers les écrans. Quant aux éléments d'utilisation, ils relèvent d'une approche de *internet for corpus*, mettant l'accent sur la façon d'utiliser le web et les procédés sémiolinguistiques (Charaudeau, 1983, 2010) employés dans la production discursive des commentaires en ligne.

Cette double démarche permet de saisir à la fois les procédés énonciatifs, narratifs, argumentatifs et rhétoriques en les combinant aux marqueurs spécifiques du commentaire en ligne, comme les hashtags, les liens hypertexte, les émoticônes, les tags et les likes.

1. CADRE THÉORIQUE

Certains linguistes optent pour des démarches prénumériques de *internet for corpus*, qui consistent à collecter et analyser des données du web sans prendre en considération les spécificités du genre du discours numérique natif (Abbott et al., 2016; Deuff, 2014; Welger-Barboza, 2012), alors que d'autres se penchent plutôt sur l'analyse du discours numérique, qui pose une démarche d'analyse de *internet as corpus* et prend en considération l'environnement numérique comme constituant d'une réalité énonciative (Duneld, 2001; Fink et al., 2023; Gatto, 2014; Koutra et al., 2023; Paveau, 2017).

[†] L'adaptation du cerveau humain aux outils qu'il construit et l'interaction dynamique entre les deux.

Nous définissons dans ce cadre le commentaire numérique, objet de cette étude, et les concepts qui l'accompagnent en situation de communication doublement polarisée entre politico-médiatique et numérique, à savoir, le discours numérique natif et ses spécificités, le web social, le technodiscours, le hashtag et l'émoticône. Nous discuterons ensuite l'impact des algorithmes sur la communication politico-numérique dans le web social.

1.1. Le web social

Le web social (2.0) est un espace public numérique (Cardon, 2019 : 215) qui ouvre de nouvelles possibilités de communication en imposant de nouvelles pratiques (Nathalie K Hayles, 2016 : 16). Cela signifie qu'il contribue à faire évoluer les dispositifs communicatifs aussi bien au niveau des contraintes qu'au niveau des libertés. La temporalité et l'interactivité médiatiques se voient synchronisées. Prenons l'exemple des médias socionumériques qui ne peuvent donner de meilleures conditions pour les interactions entre utilisateurs sans poser maintes contraintes d'ordre technique et éthique. Des contraintes que l'on retrouve souvent dans les guides et les chartes d'utilisation de ces médias (*Facebook*, s. d.; *Twitter*, s. d.; *YouTube*, s. d.).

Ces chartes et guides sont destinés aux utilisateurs humains. S'y adjoignent aussi des instructions d'ordre informatique permettant de réaliser des calculs, et ce dans le but de transformer les données brutes du web en connaissances perceptibles. Ces instructions et calculs se présentent sous forme d'algorithmes[‡] qui ne sont pas neutres, mais qui portent l'intention de leurs concepteurs et peuvent rendre visible telle information plutôt que telle autre (Cardon, 2019 : 357). Cette autorité numérique qu'instaure le web social fait que les algorithmes que nous construisons nous construisent en retour. On peut faire faire aux calculs ce que l'on veut (Vicari, 2021), mais ils peuvent aussi faire des utilisateurs ce qu'ils veulent (Cohen, 2022).

1.2. Spécificités du technodiscours

Le technodiscours résulte de l'interaction homme-machine-homme et relève des discours numériques natifs. Il n'est pas d'ordre purement langagier du fait que la dimension numérique est intégrée et ne peut être dissociée de la situation de communication. On peut l'aborder dans une perspective écologique intégrative de *internet as corpus* pour que l'on puisse saisir le rôle des agents non humains dans les productions langagières (Paveau, 2017).

Ses spécificités s'imposent comme segment inévitable de la réalité énonciative des discours qui circulent dans le web social et sont au nombre de six : la composition, la délinéarisation, l'augmentation, la relationalité, l'investigabilité, l'imprévisibilité.

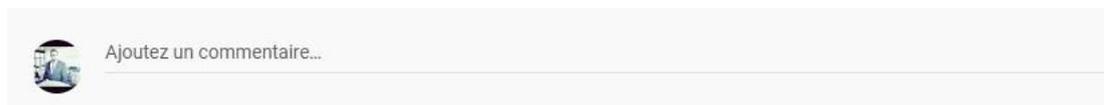
- Composition : les discours sont composites, c'est-à-dire qu'ils se contiennent à la fois diverses composantes technologiques et linguistiques, comme le hashtag, le pseudo, le logiciel informatique, l'application Android...).
- Délinéarisation : par des liens hypertextes, par renvoi à d'autres fenêtres du navigateur, c'est-à-dire d'autres situations d'énonciation. Le navigateur est conçu comme un perceuteur décodeur de contenu web.

[‡]Mot dérivé du nom du mathématicien Al-Khwarizmi (783-850)

- **Augmentation** : les discours sont augmentés par des commentaires, partages, j'aimes...
- **Relationalité** : relation avec la machine, avec le scripteur et l'écriteur via l'interface d'écriture et de lecture.
- **Investigabilité** : les bases de données et les moteurs de recherche font que toute information qui rentre dans le web est trouvable et collectable par les utilisateurs. Les métadonnées du discours numérique lui sont intérieurs, c'est-à-dire inscrits dans le code. Contrairement à celles du discours prénumérique qui faisaient partie du paratexte.
- **Imprévisibilité** : la mise en forme des discours numériques natifs passe par des programmes et des algorithmes.

Parmi les discours numériques natifs, le commentaire est ce qui apparaît le plus souvent comme expression libre de l'opinion relatif à un contenu publié. Le message qui invite à commenter les publications sur les réseaux sociaux s'affiche ainsi :

Figure 1. L'appel au commentaire



Source : YouTube

L'appel « Ajoutez un commentaire... » est un message comportant une injonction et trois points de suspension, pour indiquer à l'utilisateur qu'il s'agit de l'espace consacré aux commentaires. Ce message implique un algorithme invitant les utilisateurs à exprimer leurs opinions dans le web.

1.3. Les types d'algorithmes

Selon Dominique Cardon (2015), il existe quatre familles d'algorithmes qui régissent les conversations dans le web social :

- Les algorithmes de recommandation, qui analysent les comportements passés des utilisateurs pour leur proposer du contenu adapté à leurs goûts et préférences. Ils sont utilisés notamment sur les plateformes de streaming musical, de vidéo à la demande, et de réseaux sociaux.
- Les algorithmes de classement dont le rôle est d'organiser et hiérarchiser l'information en fonction de critères spécifiques tels que la popularité, la pertinence ou l'actualité. Ils sont utilisés par les moteurs de recherche pour fournir des résultats de recherche pertinents.
- Les algorithmes de personnalisation qui adaptent le contenu en fonction des caractéristiques individuelles de chaque utilisateur. Ils sont utilisés, par exemple, pour personnaliser les publicités en ligne en fonction des préférences et du comportement de navigation de chaque utilisateur.
- Les algorithmes de prédiction qui analysent les données passées pour tenter de prédire des comportements futurs. Ils sont utilisés dans des domaines tels que la

publicité ciblée, la recommandation de produits, et même dans certains systèmes de justice prédictive.

Ces quatre familles d'algorithmes jouent un rôle important dans la personnalisation de l'expérience en ligne et dans la gestion de l'information sur les plateformes numériques. Cependant, ils soulèvent également des questions concernant la vie privée, la manipulation de l'information et la concentration du pouvoir entre les mains des acteurs qui les contrôlent.

Figure 2. Principe de prédiction sur YouTube



Comment YouTube recommande des vidéos

Votre activité sur YouTube, par exemple l'historique des vidéos que vous avez regardées et celui de vos recherches, a une influence sur les recommandations et peut vous aider à trouver plus rapidement les informations qui vous intéressent. Par exemple, si vous regardez beaucoup de vidéos de sport et si vous recherchez le terme "Arsenal", nous vous proposerons des vidéos sur l'équipe de football d'Arsenal plutôt qu'une visite de l'arsenal de Brest.

Vous gardez le contrôle

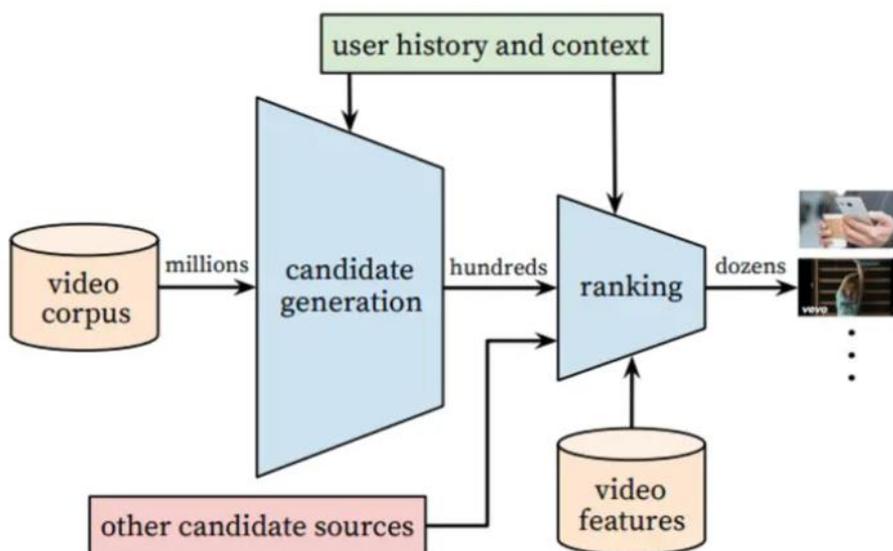
Pour influencer les recommandations, vous pouvez suspendre ou supprimer l'historique des vidéos que vous avez regardées et l'historique de vos recherches sur la page "Commandes relatives à l'activité". [En savoir plus](#) sur la gestion des recommandations et des résultats de recherche

OK

Source : YouTube

Le site d'hébergement de vidéos recommande et suggère des vidéos à partir des activités de ses utilisateurs, collectés à partir de cookies qu'ils laissent à chaque visite sur les sites du web, qui à leur tour partagent ces données entre eux afin de proposer à l'utilisateur un contenu convenable à ses centres d'intérêts.

Cette méthode contribue à diminuer les contenus dangereux mais aussi à les diffuser indirectement. Le processus de « *Candidate generation* » (Covington *et al.*, 2016) s'explique dans la figure 3 :

Figure 3. Processus de génération de candidats sur YouTube

Source : (Covington *et al.*, 2016)

La génération de candidats qui pourraient être intéressés par une quelconque publication s'appuie sur plusieurs étapes. La figure 3 illustre l'architecture du modèle de génération de candidats à partir des recherches approximatives du voisin le plus proche effectuée pour générer des centaines de recommandations vidéo candidates (Idem).

1.4. Le commentaire numérique

Le commentaire numérique est un technodiscours second qui s'inscrit dans une situation de communication numérique et obéit à ses contraintes. Sa production est pratiquement scripturale et résulte d'une opération appelée « *écrilecture*⁵ » (Paveau, 2017 : 40).

Plusieurs informations sont fournies automatiquement sans avoir besoin de les ajouter par les utilisateurs : le pseudonyme et l'adresse IP qui portent une sorte de signature de l'auteur, les statistiques tels que le nombre de réactions et de partages, la date de la publication et du commentaire.

Ces informations peuvent être collectées automatiquement par l'extension *Ncapture* du logiciel Nvivo. Elles sont présentées sous forme de jeu de données (tableaux, graphes, etc.), ce qui permet d'analyser les commentaires capturés tels quels dans leur contexte de production (le web social).

Les commentaires se produisent sous l'influence de l'attitude personnelle des utilisateurs envers le numérique et envers le type de publications à commenter. Ces utilisateurs sont conscients de l'investigabilité des discours numériques natifs, ils savent que leurs commentaires sont trouvables et collectables par d'autres utilisateurs du web. Ils portent alors la responsabilité de leur énonciation et deviennent plus ou moins ouverts à la publication des commentaires.

⁵ Simultanéité de l'écriture et la lecture

Mais il se trouve parfois que l'intention captative qui apparaît en discours attire des réactions à son tour. Ces réactions conduisent à des débats parallèles, traitant des sujets qui n'ont pas été abordés dans la publication première ayant déclenché la conversation. Les commentaires du premier et du second niveau peuvent contenir des marqueurs linguistiques relevant des modalités de l'écrit :

- Les majuscules (position de la majuscule – formelle informelle)
- La ponctuation (exclamation, interrogation, suspension, explication, organisation...)
- Les émoticônes (aspect iconique)
- Les images
- Le lexique technique du web (technomots)
- Le lexique affectif (émotimots)

Nous prenons en considération les éléments de conception, comme les hashtags et les émoticônes, en plus des éléments d'utilisation, comme les procédés énonciatifs et argumentatifs.

1.5. Le hashtag

Segment langagier précédé du signe # (Number Sign), le hashtag est témoin de l'investigabilité des technodiscours. Son objectif premier semble être d'ordre captatif, les utilisateurs l'emploient conventionnellement pour faire apparaître au grand public et aux autorités une certaine préoccupation. Pour l'analyser en tant que technomot, on doit définir les composantes du hashtag (mot, syntagme, phrase, émoticônes, abréviations), désigner la place du hashtag (début, milieu ou fin), voir s'il est cliquable ou non (s'il intègre un lien hypertexte qui déroule un fil de publications contenant le même hashtag), et s'il est partagé ou non. Le partage est compris comme un acte qui augmente et favorise le contenu partagé.

1.6. Emoticônes et likes

Nous observons dans le corpus plusieurs émoticônes employés par les utilisateurs. Ces émoticônes ne sont pas un produit propre à l'utilisateur, ils ont subi une phase de programmation qui les instaure sous la forme d'un appel explicite à l'émotion. Il s'agit alors d'une figuration symbolique d'une émotion, témoignant de l'état d'âme de l'utilisateur envers une publication ou un commentaire.

Quant aux *likes*, on peut saisir que ce sont des éléments qui visent le nombre d'adhésions. Le *liking* est devenu une pratique répandue même pour gagner de l'argent. Plusieurs sites de marketing payent pour avoir des likes, les pages qui ont un nombre important de likes se vendent à des prix relativement chers. Cet élément, considéré comme un algorithme de la famille « à côté du web », devient une mesure indispensable de la reconnaissance en milieu numérique.

Cela dit que web peut augmenter l'effet du discours médiatique télévisuel par des algorithmes, comme dans l'algorithme de Facebook qui impose une sorte de doxasphère de l'affirmation aux utilisateurs (Cristante, 2020). Les réactions n'intègrent pas le *dislike*. On peut ne pas être content mais on ne peut pas réfuter un contenu par un clic *dislike*, il faut pour cela utiliser le clavier. Les mots dans les commentaires représentent le seul moyen de réfutation sur ce réseau socionumérique.

2. METHODOLOGIE

La démarche méthodologique s'appuie sur les principes de l'analyse du discours numérique. Elle consiste à envisager les faits de langue en co(n)texte, à travers l'environnement dans lequel ils prennent forme, en mobilisant à considération égale les ressources langagières et non langagières (technologiques) des énoncés élaborés.

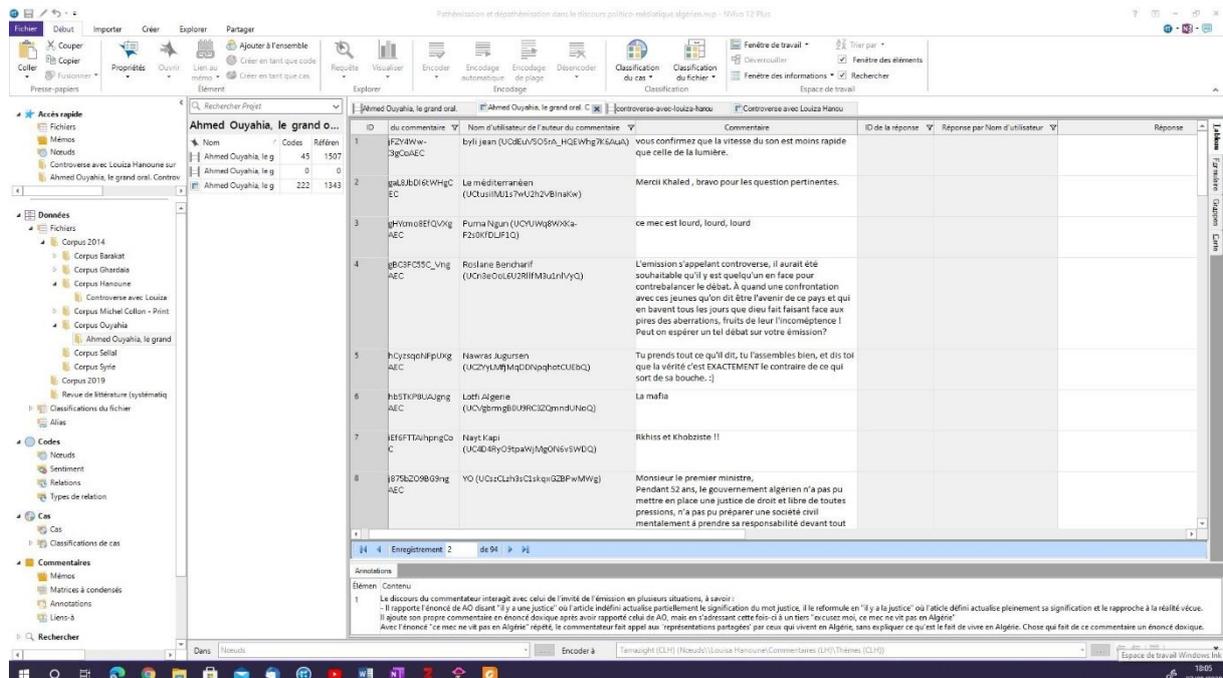
Le corpus de notre article est de nature purement numérique, il est constitué d'une panoplie de commentaires postés sur divers espaces et réseaux : Facebook, Twitter (X actuellement) et YouTube, concernant diverses thématiques liées à une vidéo d'une émission politico-médiatique téléchargée sur cet espace numérique.

2.1. Outils numériques

Il existe plusieurs logiciels d'analyse thématique pertinents pour le discours numérique natif. Nous utilisons dans cette recherche le logiciel NVIVO : un outil utilisé dans la recherche qualitative pour organiser, analyser et interpréter des données textuelles, y compris les publications et les commentaires en ligne.

NVIVO fait partie de la famille des CAQDAS, ou Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software. Des logiciels qui ont été conçus pour aider les chercheurs en sciences humaines à analyser des données qualitatives. Ces données peuvent prendre la forme d'entretiens, de transcriptions, de notes de terrain, de vidéos, de textes, ou d'autres types de données. Ils peuvent également faciliter le processus d'analyse des données du web en fournissant des outils et des fonctionnalités spécifiques (Bazeley & Jackson, 2013).

Figure 4. Les commentaires capturés et classés sur NVIVO



Source : NVIVO

NVIVO offre plusieurs fonctionnalités qui permettent aux chercheurs d'effectuer une analyse approfondie des textes. Parmi ces fonctionnalités, on retrouve le codage qui permet d'identifier les thèmes et les concepts clés en attribuant des codes aux segments de texte pertinents. L'exploration des données se fait de manière interactive, avec la possibilité de filtrer, trier et visualiser les réponses selon différents critères pour obtenir une compréhension approfondie des thèmes récurrents. La recherche de motifs est facilitée grâce à des outils avancés qui permettent de trouver des occurrences spécifiques de mots ou d'expressions, révélant ainsi des tendances ou des schémas intéressants. L'analyse comparative permet de comparer les réponses entre différents groupes d'individus ou selon d'autres variables démographiques, afin d'identifier les différences et les similitudes dans les thèmes abordés. Pour faciliter l'interprétation des résultats, le logiciel propose des fonctionnalités de visualisation, telles que des matrices d'intersection, des diagrammes des codes programmés, pour communiquer visuellement les conclusions de l'analyse thématique.

2.2. Analyse des technodiscours-réponses

Plusieurs recherches ont étudié les commentaires en ligne dans une approche prénumérique qui utilise le réseau internet comme un simple terrain de collecte d'énoncés (Amossy & Herschberg-Pierrot, 2011; Béal & Perea, 2016; Marcoccia, 2016). L'approche technodiscursive mobilise des outils d'analyse spécifiques du technodiscours, permettant de comprendre si la dimension numérique affecte l'intentionnalité des discours ou fonctionne comme un simple support de ces énoncés (Paveau, 2017).

Les approches prénumériques considèrent le pseudonymat comme facteur de déresponsabilisation énonciative, c'est-à-dire que les énonciateurs sont fictifs et ne portent pas la responsabilité de leur acte d'énonciation. Or le pseudonymat est une réalité énonciative et non une fiction (Paveau, 2017 : 38), et beaucoup d'utilisateurs trouvent dans les réseaux sociaux d'internet un meilleur endroit pour l'extériorisation de leurs faces intimes, plus importantes pour l'analyste que les patronymes et les signatures autoriales (Béal & Perea, 2016).

Les commentaires en ligne sont certes des réponses au discours politico-médiatique télévisuel mais ne peuvent être analysés hors leur nature de discours numériques natifs. Nous les analysons alors à partir de l'identité numérique des utilisateurs (pseudonymes), des dispositions affectives des utilisateurs (likes**, émoticônes), des textes (forme native du commentaire numérique).

2.2.1. Analyse de la publication sur YouTube

La figure 5 représente une capture de la publication de la vidéo par l'utilisateur EchorouknewsTV sur YouTube.

** Idéologie du *like* émergeait avec l'apparition de Facebook

Figure 5. Publication sur YouTube



Source : YouTube

Nous observons dans la figure 5 que la publication sur YouTube n'a obtenu aucun commentaire. Ces derniers auraient pu être supprimés par l'utilisateur, du fait que la case « ajouter un commentaire public... » est toujours fonctionnelle.

La vidéo n'a peut-être pas attiré l'attention des utilisateurs, même au niveau des réactions « j'aime » (3) et « je n'aime pas » (2) et du nombre de vues (383). Est-ce que la campagne électorale pour les législatives de 2017 n'a pas fonctionné ? y'avait-il un boycott ? Ce n'était pas le cas. Nous cherchons alors dans d'autres réseaux sociaux si cette émission a fait l'objet d'une critique dans les commentaires.

2.2.1. Analyse des commentaires Facebook

Les commentaires ont été capturés à partir de la page Facebook du journaliste KD. Nous décrivons les propriétés technolinguistiques de la publication puis celles des commentaires comme suit :

Figure 6. Annonce de l'émission sur Facebook



Source : Facebook

L'émission a été annoncée sur Twitter puis partagée sur Facebook avant sa diffusion sur la télévision.

Éléments de conception (technolinguistiques)

Dans l'annonce on observe l'emploi du nom propre de l'invitée et d'un hashtag #PAD (abréviation de Place Au Débat).

A partir de Twitter et Facebook le journaliste Khaled Drareni annonce la diffusion de son émission sur Echorouk News TV.

La vidéo a été publiée ensuite sur la chaîne YouTube Echorouk News TV et n'a fait l'objet d'aucun commentaire. Cela signifie que l'augmentation de l'énonciation sur YouTube n'a pas été efficace en matière de captation de spectateurs. Ce qui fait que le journaliste et l'organe médiatique partent à la quête de spectateurs dans les autres réseaux sociaux, où le contenu est partagé avec un lien hypertexte renvoyant à une seconde source d'informations : le site de microblogage Twitter.

Éléments d'utilisation (sémiolinguistiques)

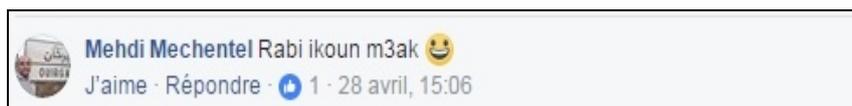
Le commentaire-partage^{††} présente une description courte du contenu, il s'agit d'un comportement énonciatif délocutif, qui contribue à rejeter la responsabilité de l'acte de langage énoncé. Le récit avance une formule posant qu'un être est quelque part « Louisa Hanoune dans #PAD ». Alors que le nom propre et l'abréviation donnent un effet de condensation inférant l'intention de captation d'un public large.

• Commentaire 1

La figure 7 affiche le commentaire 1 :

^{††} Un type de commentaire qui s'ajoute en partageant du contenu sur son profil ou sa page l'un des réseaux sociaux

Figure 7. Commentaire 1



Source : Facebook

Eléments de conception (technolinguistiques)

Le pseudonyme Mehdi Mechentel est composé d'un nom propre masculin et d'un patronyme algérien. Il est produit en arabe^{‡‡} et s'adresse au journaliste.

L'emploi de l'émoticône « :D » peut exprimer de la sympathie ou bien fonctionner de façon sarcastique envers l'invitée vu son idéologie et ses positions politiques.

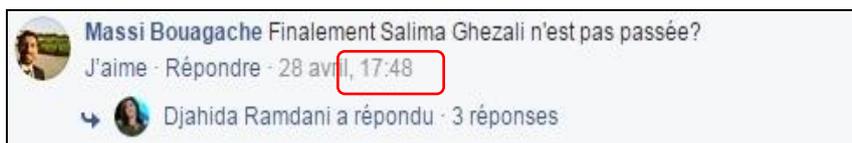
Eléments d'utilisation (sémiolinguistiques)

Le commentaire est produit sous forme d'expression figée qui actualise un souhait. Elle peut se spécifier en comportement allocutif injonctif. Le figement constaté dans le commentaire produit un effet de stéréotypage et infère des informations relatives à la croyance religieuse.

- **Commentaire 2**

Le second commentaire s'affiche dans la figure 8 :

Figure 8. Commentaire 2



Source : Facebook

Eléments de conception– en amont (technolinguistiques)

Le principe de *l'interaction significative* mobilisé par Facebook contribue à déclencher des conversations entre les utilisateurs. On peut constater des appels à conversation un peu partout sur les pages et les profils, comme la case « *commenter* » en dessous des publications et des commentaires, formée d'un lien hypertexte qui renvoie à l'espace scriptural « *votre commentaire* ». On observe que les utilisateurs répondent à ces appels à conversation selon leurs dispositions et les représentations qu'ils se font des publications. On assiste alors à plusieurs situations d'énonciation en dessous d'une même publication :

Les commentaires sont organisés d'abord de façon chronologique sous forme de conversations, ils obéissent aussi à des règles de popularité (les plus likés et commentés apparaissent en priorité). Ces conversations font l'objet de *débats parallèles* dont le contenu s'éloigne par fois de la thématique de la publication. C'est le cas de l'échange entre l'utilisateur Massi Bouagache et l'utilisatrice Djahida Ramdani qui ont échangé trois commentaires qui n'ont pas de rapport avec la publication du journaliste.

^{‡‡} Trad. « puisse Dieu être avec toi »

Les pseudonymes montrent que les identités numériques semblent être proches des identités sociales des utilisateurs Massi Bouagache (nom propre masculin et patronyme algérien) et Djahida Ramdani (nom propre féminin et patronyme algérien).

Éléments d'utilisation – en aval (sémiolinguistiques)

Cette analyse s'étale sur quatre volets : énonciatif, narratif, argumentatif et rhétorique. Chaque volet abordera un aspect de l'acte de langage en question.

Le commentaire s'adresse au journaliste et pose une question partielle, marquée par le point d'interrogation à la fin de l'énoncé. La question désigne un comportement allocutif sollicitatif.

Aussi l'utilisation du verbe factif *passer* (qui exprime une action), permet de catégoriser l'énoncé dans la composante du narratif-action qui avance que l'Être Est Faisant Quelque Chose.

L'adverbe *finalelement* permet d'identifier une programmation chronologique des raisonnements du commentateur.

La négation produit un effet de focalisation sur l'absence d'une invitée appelée *Salima Ghezali*.

- **Commentaire 3**

La figure 9 montre le contenu du commentaire 3 sur Facebook :

Figure 9. Commentaire 3



Source : Facebook

Éléments de conception (technolinguistiques)

Les métadonnées du commentaire sont explicites et le pseudonyme ne semble pas être le nom propre réel de l'utilisateur. L'emploi de quatre points d'exclamation puis de trois points d'interrogation infère un effet d'insistance sur l'étonnement et la question rhétorique.

Éléments d'utilisation (sémiolinguistiques)

Le commentaire s'adresse l'opinion publique, en désignant l'invitée par des démonstratifs « cette femme », et des pronoms personnels de la famille (il) qui désigne un tiers exclu de l'échange verbal comme dans « chez elle », « elle est là ».

L'injonction « Ah oui » porte une proposition affirmative au niveau explicite de l'acte de parole par rapport au référent « démocratie ».

On observe aussi la conjonction d'opposition mais qui met en relation deux énoncés opposés « chez elle » et « chez les autres », par rapport au référent « démocratie ».

La question rhétorique « elle est là depuis combien de temps ??? » laisse entendre qu'elle devrait quitter la scène politique. Elle met l'accent sur le besoin de renouveler l'élite politique qui n'a plus rien à donner.

- **Commentaire 4**

Le contenu du commentaire 4 apparaît dans la figure 10 comme suit :

Figure 10. Commentaire 4



Source : Facebook

Son analyse s'effectue en deux étapes, mettant l'index sur des éléments de conception relatifs aux caractéristiques du technodiscours second, et des éléments d'utilisation dépendants des utilisateurs et leurs dispositions.

Éléments de conception (technolinguistiques)

Le commentaire 4 ne contient que 19 caractères (espaces compris). On observe le manque de technomots et signes conventionnels du web (hashtags, lien hypertextes...).

Éléments d'utilisation (sémiolinguistiques)

Le commentaire 4 comprend un comportement énonciatif élocutif dictif, qui exprime l'engagement du sujet à faire quelque chose. L'emploi du pronom personnel « nous » engage également un tiers non défini par le sujet.

- **Commentaire 5**

Le contenu du commentaire 5 apparaît dans la figure 11 comme suit :

Figure 11. Commentaire 5



Source : Facebook

Éléments de conception (technolinguistiques)

Le commentaire tague le journaliste à partir de son pseudonyme Facebook @Khaled_Drareni (le même que son nom propre). Le tag laisse une notification supplémentaire en plus de celle du commentaire, il s'utilise comme procédé d'insistance afin d'augmenter les chances d'avoir une réponse de la part de l'utilisateur tagué.

Ce commentaire a obtenu à son tour deux réponses en sous-commentaires, où le tag a fonctionné à faire réagir l'utilisateur tagué.

Eléments d'utilisation (sémiolinguistiques)

Le tag et la question infèrent un comportement allocutif sollicitatif. Quant au récit, il témoigne de l'existence de quelque chose (la vidéo) quelque part (sur la toile). La négation produit un effet de focalisation sur l'objet manquant (la vidéo).

1.1.1 Analyse des commentaires Twitter

Les commentaires capturés automatiquement par le logiciel Nvivo sur la page Twitter du journaliste Khaled Drareni. Nous analyserons dans ce qui suit sept commentaires provenant de cinq utilisateurs différents.

Figure 12. Publication sur Twitter



Source : Twitter

La vidéo de l'émission Place au débat a été publiée par l'utilisateur @khaleddrareni sur Twitter et a obtenu 9 *j'aimes*, 2 retweets, 6 commentaires de premier rang et un commentaire-réponse de second rang.

- **Commentaire 1**

La figure 13 affiche le contenu du commentaire 1 sur Twitter comme suit :

Figure 13. Commentaire 1



Source : Twitter

Eléments de conception (technolinguistiques)

Le commentaire est publié par l'utilisateur @kame31000 le jour du 28 avril 2017 en réponse à @khaleddrareni et @EchoroukNewsTV. Il se spécifie par des propriétés technolinguistiques telles que l'utilisation du hashtag #mansotich et de l'émoticône 🙄.

Eléments d'utilisation (sémiolinguistiques)

On observe le recours aux comportements énonciatifs du type polémique, qui suggèrent implicitement au journaliste de ne plus recevoir LH. Cette suggestion est justifiée par une caractérisation définitoire tournée vers "la madame" (LH) dans « c'est la cohue bohu dans sa tête ».

L'omission d'un "parce que" à signification justificative. L'énoncé peut se réduire à la formule logique « l'Être Est Quelque Chose », qui pose une caractérisation définitoire du thème « la madame ».

Sur le plan rhétorique figure un glissement sémantique dans « cohue bohu », qui produit un effet de stéréotypage de l'image de l'invitée.

- **Commentaire 2**

La figure 14 affiche une capture du second commentaire posté sur Twitter.

Figure 14. Commentaire 2



Source : Twitter

Eléments de conception (technolinguistiques)

L'utilisateur @mira_edghar répond aux utilisateurs @khaleddrareni et @EchoroukNewsTV à travers la fonction automatique du tag avec l'emploi du marqueur @ qui fonctionnent aussi comme des liens hypertexte renvoyant aux profils respectifs des deux utilisateurs. On constate également l'absence des hashtags et des émoticônes.

Eléments d'utilisation (sémiolinguistiques)

Le commentaire exprime une émotion de surprise. Cela caractérise un comportement appréciatif qui fait que le sujet énonciateur manifeste une appréciation à propos d'un savoir supposé déjà existant. Cette appréciation est favorable du fait qu'elle soit « agréable ».

- **Commentaire 3**

La figure 15 montre le contenu du troisième commentaire posté sur Twitter en réponse à la vidéo.

Figure 15. Commentaire 3



Source : Twitter

Éléments de conception (technolinguistiques)

Le commentaire de l'utilisateur @798a785da203442 (alias *ribouh*) répond aux utilisateurs ayant partagé la vidéo sur Twitter, à savoir @khaleddrareni et @EchoroukNewsTV. Il énumère des thématiques suivies de critiques.

Éléments d'utilisation (sémiolinguistiques)

Sur le plan énonciatif, le commentaire désigne un acte allocutif tourné vers l'interlocuteur mais produit implicitement un acte élocutif tourné vers son opinion sous forme de constat.

Au niveau narratif, la négation ne fait pas accéder l'entité « programme de développement concret » à l'existence. Alors que le qualificatif « concret » désigne une caractérisation descriptive statique de ce « programme de développement ».

Au niveau argumentatif, les adjectifs numériques cardinaux 1 et 2 infèrent une organisation programmatique du raisonnement du sujet énonciateur JEé. Les deux points après ces adjectifs ont une fonction explicative illustrative.

• Commentaire 4

La figure 16 est une capture du quatrième commentaire posté sur Twitter.

Figure 16. Commentaire 4



Source : Twitter

Éléments de conception (technolinguistiques)

Le commentaire est publié par l'utilisateur @kamel1692 le 29 avril 2017, en réponse à l'utilisateur Ribouh (cité dessus). Il ne comporte pas de hashtags ni d'émoticônes ou de liens hypertexte.

Éléments d'utilisation (sémiolinguistiques)

Au niveau énonciatif, l'exclamation donne un comportement élocutif exprimant une émotion vive. Le récit est cadré par l'actualisation du démonstratif -ce- dans « ce sont des législatives », désignant un être « des législatives » qui est quelque part (ici-maintenant). Cela met en évidence la proximité temporelle des législatives (un temps qualitatif marqué par certaines pratiques politiques, sociales et institutionnelles).

Le point d'exclamation exprime une émotion d'étonnement par rapport au programme politique annoncé par l'invitée dans l'émission. Il répond implicitement à l'assertion de l'invitée « nous nous jugerons sur des programmes » prononcée dans l'émission.

• Commentaire 5

Dans la figure 17, il s'agit d'une capture du cinquième commentaire posté sur Twitter.

Figure 17. Commentaire 5



Source : Twitter

Éléments de conception (technolinguistiques)

Le commentaire est publié par l'utilisateur @FALHIABDELHAFID en réponse à @khaleddrareni et @EchoroukNewsTV. Dans ce dispositif communicatif, l'utilisateur est conscient que son commentaire s'affiche au public utilisateur de Twitter. Il s'adresse de ce fait à un tiers inconnu (le public). Il n'utilise pas d'émoticônes ni de hashtags à l'intérieur du commentaire.

Éléments d'utilisation (sémiolinguistiques)

La ponctuation fait émerger une illustration et une interrogation, mais l'emploi des majuscules ne vise pas à élever le ton mais à se conformer à la norme linguistique.

La question révèle un comportement allocutif sollicitatif inférant une demande de dire. Il s'agit d'une question rhétorique qui vise à déstabiliser l'interlocuteur en remettant en question toute sa production discursive autour de la thématique des législatives. Quant au démonstratif -ce- dans « ce pouvoir », il désigne un être « le pouvoir » qui est quelque part « ici-maintenant » et met en l'existence d'un tel procédé démocratique « élections » en la présence d'une autre entité « ce pouvoir ».

• Commentaire 6

La figure 18 affiche le contenu du sixième commentaire posté sur Twitter.

Figure 18. Commentaire 6



Source : Twitter

Eléments de conception (technolinguistiques)

Le commentaire est publié sous forme d'image par l'utilisateur @HouchatiSmail en réponse à @khaleddrareni et à @EchoroukNewsTV. Il ne contient pas de contenu textuel sauf celui généré automatiquement par le site Twitter, représentant des métadonnées du dispositif communicatif en ligne.

Eléments d'utilisation (sémiolinguistiques)

L'emploi d'une telle image est significatif et permet de saisir le sens actualisé par l'utilisateur énonciateur : l'image affiche un homme en costume noir qui s'enfouit la tête dans le sable du désert, inférant l'expression idiomatique « *politique de l'autruche* » qui signifie le refus de voir le danger là où il est.

3. DISCUSSION DES RÉSULTATS

L'analyse technolinguistique des commentaires en ligne montre que la situation de communication numérique sur les réseaux socionumériques impose un certain nombre de conditions qui prédisposent à l'adhésion par un simple clic *like*, mais qui demande à utiliser le clavier pour pouvoir réfuter le contenu objecté, le bouton *dislike* n'étant pas disponible et n'apparaissant que dans l'espace privé des utilisateurs. C'est ce que remarque Christian Fuchs dans son étude sur le réseau Facebook :

Facebook advances an ideology of liking in the form of its "Like button". It is only possible to like pages and postings, but not to dislike them. Facebook wants to spread an affirmative atmosphere, in which people only agree and do not disagree or express discontent and disagreement. (2017 : 160)

Facebook estime donc l'intention de ses concepteurs en instaurant une certaine idéologie du *Like* et en créant une atmosphère affirmative par le biais des algorithmes. Il en va de même pour les autres réseaux socionumériques de la galaxie du web, qui se retrouvent tous impliqués dans des enjeux économiques, semblables à ceux des médias de la galaxie Marconi qui les ont précédés.

Le prétexte éthique de certains procédés techniques ne justifie pas la peur des campagnes de *dislike* envers des sociétés et entreprises qui sponsorisent les réseaux sociaux. On devrait donner à ce qui est énoncé un caractère authentique et activer une axiologie en fonction de laquelle l'énonciateur juge les faits et pousse l'énonciataire à faire de même, jusqu'à s'identifier à l'énonciateur.

Le recours à l'interaction numérique des utilisateurs des écrans bleus renforce cette tendance de prise de position et incite l'énonciataire à se positionner d'abord par rapport au contenu et aussi à son contexte d'énonciation et/ou de réception, puis par rapport à l'énonciation en prenant part à cette énonciation et adoptant lui aussi ce regard citoyen critique et libre de s'exprimer et d'extérioriser ses opinions dans les commentaires. Or, l'énonciataire n'a pour seul appui que sa connaissance de la déontologie des médias, diffusée par les médias eux-

mêmes, et sa propre éthique. Il n'apprend donc aucunement à être critiqué : il apprend à penser ce qu'il faut penser et à voir uniquement ce qu'on veut lui faire montrer.

Donc, à l'issue de cette recherche qui porte sur les spécificités technologiques et sémiolinguistiques dans les commentaires en ligne sur YouTube, Twitter et Facebook, nous avons pu valider l'hypothèse qui stipule que l'expression des opinions est souvent une réponse négative à l'intention commune et double, d'une part du responsable de la vidéo et de son contenu à persuader l'utilisateur du net de la cause soutenue, et d'autre part, du commentateur qui se positionne subjectivement.

Pour couronner notre analyse effectuée sur les commentaires en ligne sur Facebook, Twitter et YouTube, nous avançons que le web augmenterait l'énonciation de certains discours politiques ou médiatiques, et cette augmentation est intimement liée à la subjectivité des interactions représentée par les commentaires. Les réseaux socionumériques portent donc des traits subjectifs de leurs concepteurs en instaurant une certaine idéologie du *Like* et en créant une atmosphère affirmative par le biais des algorithmes.

L'analyse combinée des éléments technolinguistiques et sémiolinguistiques permet de mettre en lumière certaines spécificités de ce genre de discours : le commentaire en ligne. Ce dernier porte entre ses entrailles une charge idéologique et culturelle, ce qui constitue un terrain fertile pour la compréhension des mécanismes de communication et d'influence dans l'espace numérique. L'analyse du discours numérique offre des outils et des perspectives pour mieux appréhender ces enjeux socioculturels.

L'analyse des corpus numériques met en lumière les caractéristiques et les spécificités de la communication numérique, cette dernière est en perpétuel changement et ne cesse de conquérir le domaine de la recherche scientifique de par le fait que les corpus sont de plus en plus de nature numérique.

BIBLIOGRAPHIE

- Abbott, R., Ecker, B., Anand, P., & Walker, M. (2016). Internet Argument Corpus 2.0 : An SQL schema for Dialogic Social Media and the Corpora to go with it. *Proceedings of the Tenth International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC'16)*, 4445-4452. <https://aclanthology.org/L16-1704>
- Amossy, R., & Herschberg-Pierrot, A. (2011). *Stéréotypes et clichés [Texte imprimé] : Langue, discours, société* (3e édition [modifiée et actualisée]). AColin.
- Bazeley, P., & Jackson, K. (2013). *Qualitative Data Analysis with NVivo*. SAGE.
- Béal, C., & Perea, F. (2016). Émotions en contextes numériques : Images de soi et affichage des affects en ligne. *Cahiers de praxématique*, 66.
- Cardon, D. (2015). *À quoi rêvent les algorithmes : Nos vies à l'heure des big data*. La République des idées.
- Cardon, D. (2019). *Culture numérique*. SciencesPo les presses.
- Charaudeau, P. (1983). *Langage et discours : Éléments de sémiolinguistique (Théorie et pratique)*. Classiques Hachette.

- Charaudeau, P. (2010). Pour une interdisciplinarité « focalisée » dans les sciences humaines et sociales. *Questions de communication*, 17, 195-222. <http://cat.inist.fr/?aModele=afficheN&cpsid=24290618>
- Cohen, D. (2022). *Homo numericus : La « civilisation » qui vient*. Albin Michel.
- Combe Celik, C. (2015). Commenter en ligne : Affrontement polémique et impolitesse. In T. U, T. L, S. A, I. J, & P. M (Éds.), *Du malentendu à la violence verbale* (p. 14). Société Néophilologique. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01480814>
- Conditions de service de Facebook*. (s. d.). Consulté 16 juillet 2021, à l'adresse <https://www.facebook.com/terms/>
- Conditions d'utilisation de Twitter*. (s. d.). Consulté 16 juillet 2021, à l'adresse <https://twitter.com/fr/tos>
- Conditions d'utilisation de YouTube*. (s. d.). Consulté 16 juillet 2021, à l'adresse <https://www.youtube.com/static?template=terms&gl=FR>
- Covington, P., Adams, J., & Sargin, E. (2016). Deep Neural Networks for YouTube Recommendations. *Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems*.
- Cristante, S. (2020). Oltre la rappresentazione novecentesca delle dinamiche di opinione: la riconfigurazione del modello della doxasfera. *Culture e Studi del Sociale*, 5(2), Article 2. <http://www.cussoc.it/index.php/journal/article/view/150>
- Deuff, O. L. (2014). *Les temps des humanités digitales*. FYP EDITIONS.
- Duneld, M. (2001, mai). Internet as Corpus—Automatic Construction of a Swedish News Corpus. *Proceedings of the 13th Nordic Conference of Computational Linguistics (NODALIDA 2001)*. NoDaLiDa 2001, Uppsala, Sweden. <https://aclanthology.org/W01-1706>
- Fink, G. A., Jain, R., Kise, K., & Zanibbi, R. (2023). *Document Analysis and Recognition - ICDAR 2023 : 17th International Conference, San José, CA, USA, August 21–26, 2023, Proceedings, Part III*. Springer Nature.
- Fuchs, C. (2017). *Social media : A critical introduction*. SAGE. <https://univ.scholarvox.com/book/88896849>
- Gatto, M. (2014). *Web As Corpus : Theory and Practice*. A&C Black.
- Koutra, D., Plant, C., Rodriguez, M. G., Baralis, E., & Bonchi, F. (2023). *Machine Learning and Knowledge Discovery in Databases : Research Track: European Conference, ECML PKDD 2023, Turin, Italy, September 18–22, 2023, Proceedings, Part II*. Springer Nature.
- Marcoccia, M. (2016). *Analyser la communication numérique écrite*. Armand Colin.
- Nathalie K Hayles. (2016). *Lire et penser en milieux numériques : Attention, récits, technogenèse*. UGA Éditions.
- Paveau, M.-A. (2017). *L'analyse du discours numérique : Dictionnaire des formes et des pratiques*. Hermann.
- Pierozak, I. (2005). Les discours de l'internet : Nouveaux corpus, nouveaux modèles ? *Lidil. Revue de linguistique et de didactique des langues*, 32, Article 32. <https://doi.org/10.4000/lidil.118>
- Vicari, S. (2021). Introduction : Autorité et Web 2.0. *Argumentation & Analyse Du Discours*, 26. <https://doi.org/10.4000/aad.4936>

Welger-Barboza, C. (2012). Les digital humanities aujourd'hui : Centres, réseaux, pratiques, enjeux. In P. Mounier (Éd.), *Read/Write Book 2 : Une introduction aux humanités numériques*. OpenEdition Press. <http://books.openedition.org/oep/226>