



UNIVERSITE  
Abdelhamid Ibn Badis  
MOSTAGANEM



UNIVERSITE  
Abdelhamid Ibn Badis  
MOSTAGANEM

*République Algérienne Démocratique et Populaire*  
*Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique*  
*Université Abdel Hamid Ibn Badis –Mostaganem*  
*Faculté des Langues Etrangères*  
*Département de Français*

Mémoire présenté en vue de l'obtention du diplôme de Master

Option Langue et Communication

Intitulé :

**Le Hashtag :**

***Stratégies discursives et positionnement énonciatif***

**Sous la direction de :**

NEHARI-ROUBAI Nadjia

**Présenté par :**

Benbernou Allel

**Membres du jury :**

**Président :** MAGHRAOUI Amina

**Rapporteure :** NEHARI-ROUBAI Nadjia

**Examinatrice :** AZDIA Leila

**Année universitaire :2019/2020**

*A mes parents.*

### ***Remerciement***

Je tiens à exprimer par ces quelques mots un grand merci à ma directrice de recherche  
Madame Nehari.

Je remercie également mes parents pour leur soutien, mon frère et ma femme.

Je remercie en dernier lieu mes amis qui m'ont aidé dans l'élaboration de ce modeste  
travail.

# Table des matières

Introduction générale .....	6
Chapitre I :.....	8
Contextualisation de la recherche .....	8
1. Le contexte numérique/électronique .....	9
2. Le web 2.0.....	9
3. Les réseaux sociaux .....	10
3.1. Facebook.....	10
4. Qu'est-ce qu'un Hashtag ?.....	10
Chapitre II : .....	12
Conceptualisation de la recherche.....	12
1. L'analyse du discours .....	13
2. L'approche énonciative.....	14
2.1. La posture énonciative.....	15
4. L'approche Pragmatique.....	16
4.1. Théorie des actes de langage .....	17
Chapitre III : .....	18
Théories à l'épreuve du terrain .....	18
1. Cadre méthodologique.....	19
2. Méthodologie de la recherche.....	19
3. Rappel de la problématique .....	19
4. Objectifs de la recherche .....	19
5. Constitution du corpus .....	19
6. Présentation du corpus .....	20
7. Analyse des données.....	20
7.1. Le Hashtag comme contre discours.....	20
7.2. Le Hashtag comme outil de conscientisation .....	22
7.3. Le Hashtag comme outil d'appel à la révolution .....	23
7.4. Le Hashtag comme outil de gestion de l'espace public .....	24

Conclusion générale .....	26
Bibliographie .....	28
Annexes .....	30
Annexe : captures d'écran.....	31

## Introduction générale

A l'ère du numérique l'Hashtag, hyperlien, occupe une place prépondérante. Sa fonction primaire est de réunir différentes publications autour d'une même thématique, facilitant, ainsi, pour les usagers « les internautes » l'accès aux publications de même type. Pas exclusivement sur la toile internet, l'Hashtag a envahi les discours sociaux à différents niveaux.

Aujourd'hui, selon nos constats et selon des études faites récemment, la fonction de l'Hashtag semble s'étendre et se diversifier, elle est allée au-delà de sa fonction de base. En effet, on a assisté dernièrement à des mouvements d'envergure mondiale qui sont nés à partir de Hashtags (entre autres : #metoo : mouvement de dénonciation d'agressions et de harcèlement subies par les femmes dans le monde).

Au cours de nos recherches, nous avons recensé quelques travaux menés dans le même sillage. Nous citons à cet effet, le travail de BENYOUB (2019) intitulé « *Réflexions autour des nouvelles fonctions discursives du Hashtag* », une étude qui s'est de prime abord penchée sur l'usage du Hashtag et sa fonction d'économie linguistique où au lieu d'utiliser une phrase, l'utilisateur se contente d'un mot accompagné d'un Hashtag (ex : #fatigué/ au lieu de je suis fatigué) principalement sur le réseau Instagram. Comme cette étude coïncidait avec le « HIRAK », son étude a pris un autre tournant : manifestation de l'Hashtag sur les pancartes des manifestants, qui est un contexte hors ligne.

Dans le cadre de notre mémoire de fin d'étude, nous explorons l'Hashtag sur le réseau social « Facebook ». notre objectif d'un point de vue linguistique est de déterminer le positionnement énonciatif dans les énoncés marqués par Hashtag. Nous cherchons également à déterminer les visées pragmatiques de son usage ainsi que les stratégies discursives mobilisées à cet effet. Nous avons constaté une sorte d'exagération de son utilisation dans certaines publications où plus d'un mot est accompagné d'un Hashtag. De plus, nous avons noté une variation dans le positionnement énonciatif en fonction des visées pragmatiques.

A partir de ces constats, une problématique de recherche a pu être dégagée : Quel est la posture énonciative des locuteurs lors de l'usage d'un Hashtag ? Quelles sont les différentes visées pragmatiques et communicationnelles de l'Hashtag sur les publications Facebook ? Et quelles sont les stratégies discursives utilisées ?

Notre recherche se veut être exploratrice d'une pratique discursive numérique. C'est par le biais de l'analyse du discours que les énoncés comportant des Hashtags seront explorés pour une meilleure compréhension et interprétation de ces usages. L'approche énonciative et l'approche pragmatique seront alors mobilisées. L'approche énonciative interviendra pour

déterminer le positionnement énonciatif des locuteurs dans les énoncés comportant des Hashtags. Quant à l'approche pragmatique, elle sera utilisée pour identifier la visée pragmatique de l'usage de l'Hashtag.

Le travail est réparti en trois chapitres. Le premier chapitre est théorique, il servira à la mise en place des concepts et approches nécessaires à l'analyse. Le second chapitre est méthodologique, Nous y exposerai la méthodologie relative à la collecte de notre corpus de recherche. Quand au troisième chapitre, nous y analyserai le corpus à la lumière des différents concepts et théories. Nous achèverons notre étude par une conclusion générale qui reviendra sur les principaux résultats.

## **Chapitre I :**

### **Contextualisation de la recherche**

## 1. Le contexte numérique/électronique

Dès les années 1990, les sciences du langage ont commencé à s'intéresser aux productions natives du web. Les premiers travaux menés dans ce sens ont surtout traités des variations technolinguistiques (en contexte francophone : Anis (1998) , Panckhurst (1998) ; aux États-Unis : Baron (2000) et Crystal (2001)), c'est-à-dire aux variations linguistiques générées par des paramètres technologiques. L'optique fut centrée également sur les communications médiées par ordinateur. Cependant, ces recherches se sont surtout intéressés aux aspects internes à la langue.

En contexte francophone, vers la fin des années 2000 et sous l'impulsion de Liénard et Zlitni, des colloques sont organisés chaque deux ans. A travers cette initiative, différents contextes numériques ont pu être explorés : SMS, forums, etc. appartenant au Web 1.0, mais pas seulement. Progressivement, les terrains de web social (le Web 2.0<sup>1</sup>) a commencé à être exploré « *faisant se rencontrer les approches internalistes et des approches plus ouvertes sur les contextes sociaux, culturels mais également géographiques* » (Paveau & Develotte, 2017, p. 201). En effet, des analystes de discours ont commencé à travailler sur les corpus natifs du web, appelés « Corpus sauvages » (Calabresse, 2011), ou encore « eldorado » (Pierozak 2010). Ces travaux usent d'outils théoriques et méthodologiques déjà utilisé pour des corpus hors ligne.

Ainsi, dans le cadre de la présente recherche, une « *analyse du discours numérique fondée sur une approche linguistique écologique, c'est-à-dire intégrant les dimensions technologiques des univers numériques, peut selon nous rendre compte de la complexité des énoncés natifs en ligne dans leurs contextes sociotechniques* » (Develotte et Paveau, 2017, p.201). Nous comptons analyser la pratique numérique native du web « l'Hashtag » à la lumière des éléments théoriques émanant de l'analyse du discours tout en la reliant aux facteurs numériques et technologiques qui la conditionnent.

## 2. Le web 2.0

L'an 2005 aura marqué l'élan vertigineux et l'apparition du Web 2.0. Ce dernier pourrait être défini comme le regroupant d'un « *ensemble de technologies et de pratiques qui, sans être toutes complètement originales ou inédites, semblent se combiner pour donner une nouvelle figure à l'Internet.* » (Tillinac, 2006, p. 19). Le web 2.0 se constitue autour d'un usage d'internet qui est centré sur la mise en relation entre les individus. Il est un web participatif dans la mesure où les internautes sont actifs et créent l'information contrairement au web 1.0 où les internautes

---

<sup>1</sup> « C'est une appellation qui désigne les sites web modernes qui bénéficie d'une interface sur laquelle les membres peuvent interagir entre eux et ajoutent aisément du contenu » (Benyoub, 2019 : 9).

sont justes spectateurs. Il revêt ainsi une dimension sociale, il est synonyme de production et de mise en relation.

### **3. Les réseaux sociaux**

Avant d'être numérique, le réseau social est d'abord humain et existe bien avant l'apparition d'internet. En effet, il renvoie aux relations sociales que l'être humain noue tout au long de son existence.

Cependant, avec les avancées d'internet et la naissance du web social (2.0), la charge sémantique de ce syntagme a changé. En effet, à l'ère du numérique, on a vu l'usage de « réseau social » se spécifier. Aujourd'hui, il désigne des plateformes comme : Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Tik Tok et plein d'autres.

Dans le cadre de notre recherche nous prévoyons d'explorer l'usage numérique de l'Hashtag dans le réseau social « Facebook ». Concernant l'Hashtag, des études ont été faites sur d'autres réseaux comme Twitter, Instagram mais plus rarement sur Facebook. De plus, nous avons noté qu'il y avait plus d'utilisateurs algériens sur Facebook que sur d'autres réseaux sociaux.

#### **3.1. Facebook**

Facebook est une plateforme créée par Marc Zuckerberg. Il est un espace de communication publique. Grâce à ce réseau sociale, différents utilisateurs dans le monde, publient, partagent, images, vidéos et postes avec leur liste d'amis. Différentes fonctionnalités sont ajoutées progressivement : les lives (séance vidéo en direct), le Market place (espace de vente et d'achat), etc. Ces mises à jour et ces réactualisations du réseau permettent le maintien et assurent la fidélité de ses adeptes.

### **4. Qu'est-ce qu'un Hashtag ?**

Terme natif du web, le Hashtag renvoie à un énoncé précédé par le signe dièse, comme en atteste la définition fournie par Paveau, il est « *un segment langagier précédé du signe #* » (2017 : 197). En joignant un mot, un groupe de mots ou un énoncé sans espaces à un dièse, le segment devient cliquable et renvoie le lecteur par un simple clic à d'autres publications comportant le même Hashtag. Il a ainsi une fonction numérique d'hyperlien.

Appelé aussi mot-dièse, le Hashtag est composé de deux mots : Hash qui veut dire dièse et tag qui veut dire mot clé. Il a selon Paveau un caractère technolangagier dans la mesure où il permet l'union d'un volet technologique à un volet langagier.

**Chapitre II :**  
**Conceptualisation de la recherche**

Dans ce second volet de notre travail nous essayerons en premier lieu de situer notre recherche en abordant le champ de l'analyse du discours. Nous exposerons par la suite les deux approches qui seront utilisées : énonciative et pragmatique. Un point sera dédié au positionnement énonciatif et aux différents types d'actes de langage, ainsi qu'à la théorie du dialogisme.

## 1. L'analyse du discours

L'analyse du discours est un champ qui s'est constitué, et qui ne cesse de dessiner ses pourtours, à partir des années 1960. D'un côté, l'analyse du discours s'est construite en opposition à l'environnement théorique qui régnait un structuralisme réducteur de l'événement langagier qui montrait alors ses limites. D'un autre côté, cette discipline est née d'un besoin d'étudier des éléments langagiers transcendant la phrase, mais aussi d'une prise en considération du contexte et d'une nécessité d'envisager ces mêmes éléments langagiers à travers les facteurs socio-historiques qui les conditionnent.

La genèse de l'analyse du discours trouve racine dans différents travaux. On retrouve d'abord l'analyse distributionnelle de Zellig Harris qui essaye d'appliquer les outils de la linguistique à des corpus transcendant la phrase, puis le traité de Stylistique de Charles Bally. Aussi, le cercle des formalistes russes, en travaillant sur des contes folkloriques, on a vu l'unité phrase s'étendre à l'unité texte. Il en résulte que les travaux pionniers qui ont été regroupés plus tard sous l'appellation d'analyse du discours, se sont intéressés à une extension de l'objet de leur objet d'étude : de la phrase vers le texte.

Elle est une discipline dont l'objet est le discours. Utilisée à tort et à travers, la notion de discours a été beaucoup discutée dans le champ de la linguistique mais aussi à l'extérieur dans d'autres disciplines appartenant aux sciences humaines et sociales (Foucault, Althusser).

Le discours est tantôt considéré comme synonyme de texte, tantôt considéré comme synonyme de celui de phrase, il « entre dans une série d'oppositions » (Charaudeau, Maingueneau, . Au delà des confusions avec d'autres concepts, il y a eu une abondance dans sa définition. Une somme de définitions qui sont soit réductrices, soit contradictoires. Le discours pourrait être défini comme une organisation qui observe un certain nombre d'éléments (Charaudeau, Maingueneau, p.187) :

-Le discours « *une organisation transphrastique* » : « *Cela ne veut pas dire que le discours se manifeste par une suites de mots qui sont nécessairement d'une taille supérieure à*

*la phrase, mais qu'il mobilise des structures d'un autre ordre* » cela veut dire que le discours obéit à des règles qui régissent une communauté donnée.

-Le discours « *est orienté* » : en effet, il est conçu en fonction d'une visée mais il est aussi quadrillé par le locuteur à travers différents mécanismes et stratégies linguistiques ;

-Le discours « *est une forme d'action* » : ceci rappelle les théories des actes de langage d'Austin et Searle dans la mesure où ils avancent dans leur théorie que tout acte de langage est action.

-Le discours « *est interactif* » : d'un côté, il est (co) conçu par les interactants (cas d'une conversation), d'un autre côté il est construit en prenant en considération l'autre.

-Le discours « *est pris en charge* » : il est toujours rattaché à une instance d'énonciation à travers des indices (personnels, temporels et spatiaux). C'est à travers ces indices que le positionnement énonciatif est possible.

-Le discours « *est régi par des normes* » : Il obéit à des lois et à des normes sociales variables en fonction des différentes communautés que le locuteur observe et construit son discours en fonction de ces lois.

-Le discours « *est pris dans un inter-discours* » : il n'est pas une production détachée. Le discours s'inscrit dans une tradition, il prend sens à travers des discours antérieurs qui permettent son interprétation (c'est à travers cette conception du discours que le principe dialogique de Bakhtine prend tout son sens).

S'attarder sur la conception de discours nous permet de montrer l'ancrage de ce dernier dans notre corpus de recherche. Chacun des éléments de définition du discours, nous oriente vers une approche, un concept et amène l'analyse du discours dans des sens différents mais qui restent toutefois complémentaires.

## **2. L'approche énonciative**

L'apport de Benveniste à la théorie du discours est considérable. En effet, en revisitant concepts et théories saussuriennes, Benveniste a ouvert le champ linguistique à l'énonciation en introduisant le contexte et en mettant le sujet parlant au centre de sa théorie. L'énonciation pourrait être définie, en reprenant les termes de Benveniste, comme « *la mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation* » (Benveniste, 1966, p. 80).

L'approche énonciative renvoie à la prise en considération des facteurs extralinguistiques et plus largement contextuels dans l'analyse d'un énoncé. Après que le

contexte ait été complètement écarté de l'étude de la langue (le structuralisme), le voilà qui refonde toute une théorie de l'appréhension du langage. Le contexte est à envisager comme un élément externe à la langue mais qui se tisse en elle à travers différentes marques d'énonciation que Benveniste qualifie d'embrayeurs. Dans un acte d'énonciation, le « *locuteur s'approprie l'appareil formel de la langue et il énonce sa position de locuteur par des indices spécifiques d'une part, et au moyen de procédés accessoires de l'autre* » (Benveniste, 1966, p. 14). Il parsème ainsi le discours par sa subjectivité.

L'approche énonciative dans son sens étendu s'intéresse à la relation entre l'énoncé émis et le cadre énonciatif qui le conditionne. Dans un sens restreint, l'approche énonciative se limite aux « *traces linguistiques de la présence du locuteur au sein de son énoncé, les lieux d'inscription et les modalités d'existence de ce qu'avec Benveniste nous appellerons "la subjectivité dans le langage"* » (Kerbrat, 2009, p.36). Benveniste s'intéressait surtout au repérage des éléments linguistiques qui rendent possible l'expression de la subjectivité.

### **2.1. La posture énonciative**

Complémentairement aux travaux théoriques et conceptuels élaborés par Benveniste, Kerbrat Orecchioni s'est intéressée entre autres à la posture de l'énonciateur dans son discours. Le locuteur dans son discours peut assumer sa subjectivité comme il peut la masquer à travers plusieurs procédés qui se recrutent à différents niveaux du discours. Trois postures énonciatives sont à consigner ici :

La légitimité énonciative : par le biais du « *je* » et d'autres modalités le locuteur peut assumer le discours qu'il produit et énonce.

L'effacement énonciatif : il pourrait être défini comme « *un jeu que joue l'énonciateur, comme s'il était possible de ne pas avoir un point de vue, de disparaître complètement de l'acte d'énonciation et de laisser parler le discours par lui-même* » (Rabatel, 2004, p.33) le locuteur peut se cacher par le biais de différentes stratégies discursives et donner l'impression de gommer sa trace du discours.

L'instabilité énonciative : elle « *apparaît être liée aux difficultés à gérer simultanément des places institutionnelles et des places subjectives* » (Vion, 1999, p. 258). Le locuteur peut ainsi vaciller entre les deux postures mentionnées au préalable pour divers besoins communicationnels, visées pragmatiques et facteurs contextuels.

### 3. La notion de dialogisme

Le concept de dialogisme découle de la théorie de Bakhtine (1970) sur la polyphonie du discours. La polyphonie postule que tout discours est imprégné de la parole d'un autre « *Les mots d'autrui, introduits dans notre discours, s'accompagnent inmanquablement de notre attitude propre et de notre jugement de valeur, autrement dit deviennent bivocaux* » (Bakhtine, 1970 :269). Le concept de dialogisme a circulé plus tard dans le champ de l'analyse du discours pour référer aux différentes relations qu'entretient un discours avec d'autres discours antérieurs. On pourrait se demander dès lors si dialogisme et polyphonie sont synonymes. La polyphonie désigne la bivocalité d'un discours c'est-à-dire la présence de plusieurs voix dans un même discours. Quant au dialogisme selon les considérations d'Oswald Ducrot désigne les énoncés dans lesquels deux voix ou plus se disputent un seul acte d'élocution.

Le dialogisme se manifeste dans le discours par le biais de différents procédés et stratégies. Allant des guillemets marquant la parole d'un autre, dans ce cas la parole de l'autre subit une distanciation, jusqu'aux énoncés qui se fondent dans le tissage du discours et dont l'analyste de discours s'applique à les démêler.

### 4. L'approche Pragmatique

La pragmatique est à considérer au carrefour de plusieurs autres disciplines. Les chercheurs n'ont pu aboutir à un consensus la concernant. Selon Maingueneau (1997 :37) « *Il y a pragmatique linguistique si l'on considère que l'utilisation du langage, son appropriation par un énonciateur s'adressant à un allocataire dans un contexte déterminé, ne s'ajoute pas de l'extérieur à un énoncé en droit autosuffisant, mais que la structure du langage est radicalement conditionné par le fait qu'il est mobilisé par des énonciations singulières et produit un certain effet à l'intérieur d'un certain contexte, verbal ou non verbal.* »

La notion de pragmatique a été introduite en linguistique par Morris (1938) pour désigner l'intérieur de la sémantique qui signifiait alors l'usage du signe linguistique par un utilisateur. Elle s'est élargie plus tard du sens suivant : « *une étude cognitive, sociale et culturelle de l'usage du langage dans la communication (...) se donne comme objectif de répondre à la question : Comment définir et étudier l'utilisation du langage ?* » (Bernicot, 1998, p.7)

Nous n'allons pas nous attarder à livrer ici les différentes considérations liées à la pragmatique vu leur non pertinence pour la recherche menée dans le cadre de ce mémoire. Le langage n'est pas un simple processus d'encodage et de décodage, bien plus que cela « *parler, c'est sans doute échanger des informations, mais aussi effectuer un acte, régi par des règles qui prétend transformer la situation du récepteur et modifier son système de croyance et/ ou son attitude comportementale, sa visée pragmatique c'est-à-dire sa valeur et sa force illocutoire* » (Kerbrat-Orecchioni, 1980, p.185).

#### **4.1. Théorie des actes de langage**

C'est grâce à la théorie des actes de langage que le champ de la pragmatique a pu s'étendre. Cette théorie stipule que la signification est intrinsèquement liée au contexte. Aussi, il est avancé que le langage est une somme d'actes que le locuteur accomplit conformément aux intentions de communications visées. Dès lors, l'unité minimale de signification de cette théorie ne sera plus le signe linguistique mais bel et bien l'acte de langage « une unité fonctionnelle » (Vion, 1992, p.173) qui « *n'est pas seulement un acte de dire et de vouloir dire, mais d'abord, essentiellement un acte social par lequel les membres d'une communauté interagissent* » (Bange, 1989, p.15).

Selon Searle, l'acte de langage contient irrémédiablement trois aspects : le locutoire, l'illocutoire et le perlocutoire. Ces éléments peuvent être définis comme suit :

- Acte locutoire : c'est le message en soit qui est combiné à travers des règles grammaticales « *l'ensemble de ce que nous faisons en disant quelque chose* » (Austin,1970 :119) ;
- Acte illocutoire : c'est l'accomplissement d'un acte communicatif par le biais du message, il peut modifier, préciser, éclaircir,... une situation de communication donnée (déclarer, affirmer, exprimer,...) « *"illocution" consiste à accomplir par le fait de dire un acte autre que simple fait d'énoncer un contenu et notamment en disant explicitement (mais pas toujours) comment la "locution" doit être interprétée dans le contexte de son énonciation* » (Blanchet, 1995, p.32) ;
- Acte perlocutoire : désigne l'ensemble des conséquences et les effets générés par l'énonciation d'un acte de langage. Son effet n'est pas directement contenu dans l'énoncé mais il est dépendant de la situation d'énonciation.

## **Chapitre III :**

### **Théories à l'épreuve du terrain**

## **1. Cadre méthodologique**

Dans ce volet de notre travail, nous essayerons d'explicitier les considérations méthodologiques de notre étude et nous nous appliquerons à mettre en exergue le processus de notre recherche.

## **2. Méthodologie de la recherche**

C'est la méthode empirico-inductive qui sera privilégiée dans notre étude. Cette méthode consiste à :

*« S'interroger sur le fonctionnement et sur la signification des phénomènes humains qui soulèvent des questionnements sociaux et scientifiques, à rechercher des réponses dans les données, celles-ci incluant des interactions mutuelles entre les diverses variables observables dans le contexte global d'émergence du phénomène, dans son environnement, ainsi que les représentations que les sujets s'en font »* (Blanchet, Ph. & Bulot, T., 2011)

Ainsi notre recherche se veut à la fois descriptive et interprétative des fonctions, visées et stratégies de l'emploi du Hashtag sur le réseau social da Facebook.

## **3. Rappel de la problématique**

Notre recherche s'articule autour du questionnement central suivant : Quelle est la posture énonciative des locuteurs lors de l'usage d'un Hashtag ? Quelles sont les différentes visées pragmatiques et communicationnelles du Hashtag sur les publications Facebook ? Et quelles sont les stratégies discursives utilisées ?

## **4. Objectifs de la recherche**

L'objectif de la recherche est un souci de vouloir mettre en exergue les implicatures discursives du Hashtag sur le réseau social de facebook. Loin d'être de simples mots ou combinaisons de mots servant d'hyperlien, le Hashtag est un tissage discursif qui nécessite d'être mis en lumière. nous essayerons donc de :

- examiner la posture énonciative de l'énonciateur ;
- expliciter les stratégies énonciatives ;
- mettre en exergue les visées pragmatiques et communicationnelles du Hashtag.

## **5. Constitution du corpus**

Le corpus a été constitué dans une période s'étalant sur plusieurs mois. C'est sur la plateforme de Facebook que nous avons pu le réunir. La constitution du corpus s'est faite entre le mois de mars et le mois d'Août 2020.

## 6. Présentation du corpus

Le corpus se compose de 15 captures d'écran faites à partir d'un téléphone. Les Hashtags sont caractérisés par l'usage de deux langues : l'arabe (avec ses variétés) et le français.

S'agissant d'une propriété privée, nous avons masqué les visages qui apparaissent sur les photos ainsi que les noms. Rendant de cette manière l'identification de leur auteur impossible.

## 7. Analyse des données

Dans cette partie, la théorie sera mise à l'épreuve du terrain numérique de recherche. Nous analyserons en fonction de rubriques les captures d'écran constituant notre corpus de recherche.

### 7.1. Le Hashtag comme contre discours



[Redacted name]

6 avril · 🌐

Médecin de l'équipe mobile de soins palliatif. La liste des patients qu'il prend en charge dans l'un des 8 services qui prennent en charge les patients covid. **#hopital #nousnesommespasdesheros #cenestpasuneguerre #hopitalpublic saturé, plus de place en Rea, #catastrophesanitaire #reanimation #covid\_19 #medecine #confinement #soignant #ide #infirmiere #medecin #covid #covid19news #covidfrance #saintdenis #delafontaine #photo #noiretblancphotographie #soinpalliatif #palliatif #palliatifcare**

Cette capture a été prise en pleine crise sanitaire mondiale de la Covid 19. Le personnel médical a rencontré durant cette période-là beaucoup de difficultés, faute de moyens, de gestion, etc. Le Hashtag **#Hopital**, démontre que ce discours émane d'un contexte hospitalier. Ce Hashtag n'est pas le seul repère spatial. En effet, le contexte numérique composé de l'image et des autres Hashtags nous permettent d'avancer une hypothèse quant au statut de l'énonciateur du post : membre du personnel médical.

C'est les Hashtags suivants qui font l'objet de cette rubrique **#nousnesommespasdeshéros** (nous ne sommes pas des héros) : nous (indice de personne) + ne sommes pas (négation), **#cenestpasuneguerre** (ce n'est pas une guerre) : ce (pronom démonstratif)+n'est pas (négation).

Suite à l'allocution du 16 Mars du président français<sup>2</sup>, le personnel médical en France a réagi sur les réseaux sociaux par ces Hashtags. Dans cette même allocution, le personnel médical a été désigné par « des héros ». Il a aussi employé de manière répétée le segment suivant « Nous sommes en guerre ». Ainsi, ces Hashtags sont une reprise d'un discours autre : phénomène de dialogisme. Les segments énoncés par le président sont repris avec des modifications :

-Ajout de la négation : « nous **ne** sommes **pas** des héros » ; « ce **n'est pas** une guerre », par le biais de la négation l'énonciateur s'oppose au discours déclamé par le président ;

-Effacement énonciatif : « ce n'est pas une guerre ». Rappelons que l'énoncé du président était le suivant « nous sommes en guerre ». L'omission du « nous » ici est significative. L'énonciateur pourrait insinuer une non solidarité entre l'instance de pouvoir et le personnel médical et les dessine comme deux instances opposées alors que dans l'allocution présidentielle ils sont montrés comme deux instances solidaires faisant face à la crise.

S'en suit un énoncé dénonciateur qui permet de conforter le sens interprété « **#hopitalpublic** saturé, plus de place en réa ». L'énonciateur dénonce la saturation des hôpitaux et du service de réanimation.

---

<sup>2</sup> Lien vers l'allocution : <https://www.youtube.com/watch?v=mhklV9uOvTQ>

## 7.2. Le Hashtag comme outil de conscientisation



Dans cette figure, les Hashtags sont précédés par un énoncé introducteur explicitant l'objet de l'énonciation « Un message d'aide et un appel urgent d'un infirmier algérien ». A travers cet énoncé, l'énonciateur donne son statut « infirmier » et son origine « algérien » ainsi que le genre discursif du message « un message d'aide » ; « un appel urgent ».

Cet énoncé est suivi par une série de Hashtags :

- #Algérie → fonction de contextualisation : situer le discours dans un contexte ;
- #Corona/ #Covid19 → fonction de précision : préciser l'objet du discours ;

Ces Hashtags sont suivis par deux Hashtags synonymes « #restercheztoi » (reste chez toi) = usage de l'impératif. La distinction entre eux réside dans l'emploi de deux verbes différents

mais qui sont synonymes. La répétition du même Hashtag avec une variation dans l'usage des verbes peut dénoter une valeur d'insistance sur l'objet de l'acte déclaratif formulé à l'impératif. Cependant, à mon sens l'impératif n'a pas ici une valeur autoritaire vu l'instance d'énonciation (infirmier) qui n'a pas un pouvoir d'action sur les individus visés par ces deux Hashtags. La visée pragmatique et communicationnelle est une conscientisation du danger, → l'heure est grave, il est impératif que vous restiez chez vous. L'usage du toi au lieu d'un vous dans ces Hashtags désigne une collectivité : un usage au singulier pour un impact collectif (toi+toi+toi....=vous).

### 7.3. Le Hashtag comme outil d'appel à la révolution



Comme nous l'avons cité en introduction des mouvements sociaux peuvent naître par le biais d'Hashtags. Ils peuvent aussi alimenter des mouvements déjà existants, c'est le cas dans cette figure.

Cette capture remonte à la période du Hirak algérien « la révolution du sourire ». Un mouvement pacifique de lutte sociale contre le pouvoir en place qui a duré des mois mais qui est suspendu actuellement à cause de la crise sanitaire mondiale Covid19.

Le Hashtag « #personnenemerepresentejemautorepresente » (personne ne me représente, je m'auto représente) a été produit dans ce contexte précis de fièvre sociale. Au moment où les

candidats à la présidentielle se sont manifestés, ce Hashtag est a interprété comme une réponse au pouvoir et une répercussion des décisions entreprises par le système en place sur mouvement sociale.

Ce Hashtag présente une légitimité énonciative, l'énonciateur s'affirme et prend place par le biais d'un indice de personne « je ». Cependant, ce « je » demeure indéfini car il ne peut être attribué à une instance définie d'énonciation. L'espace numérique est un lieu où l'anonymat est possible, ainsi malgré la présence d'un « je », la posture énonciative demeure flou.

L'usage de « personne » dans ce même Hashtag, est stratégique. En effet, par son emploi, l'énonciateur évite de mentionner littéralement les candidats et se contente d'actualiser le mot « personne ». Il y a ici une infraction de l'une des lois du discours. Ceci entraîne la création d'un implicite qui est voulu et est donc un emploi stratégique.

#### 7.4. Le Hashtag comme outil de gestion de l'espace public



Le réseau social est aussi un lieu où des appels pour des actions citoyennes sont lancés. La figure ci-dessus en est une illustration. Par le biais de l'Hashtag suivant « #nettoie-près-de-la-porte-de-chez-toi-ton-entourage-deviendra-propre » un appel est lancé pour inviter les internautes à nettoyer leur quartier.

Ce Hashtag est un acte déclaratif de langage. L'impératif est utilisé et posé comme condition à la réalisation d'un état de propreté. L'aspect conditionnel est marqué par l'emploi du futur « deviendra ». La visée pragmatique locutoire de cet énoncé est de persuader l'internaute que sa contribution est nécessaire à l'aboutissement de l'action. La visée illocutoire serait la participation de l'internaute à cette action.

Le Hashtag est caractérisé par un effacement énonciatif. En effet, aucun indice ne renvoie à l'énonciateur.

## Conclusion générale

Le Hashtag est un outil numérique qui a connu un essor et un usage fulgurant sur la toile. En effet, j'ai pu observer un usage croissant surtout chez les jeunes. Bien plus qu'un simple hyperlien, il remplit des fonctions diverses et variées.

Différentes stratégies linguistiques et énonciatives sont utilisées dans l'élaboration d'un Hashtag. Il est une pratique réfléchie qui prend forme et s'imprègne des spécificités du terrain. Il est vrai, le Hashtag n'est pas une production détachée. Il ne peut être déraciné du contexte de son émergence.

Dans le cadre de ce mémoire, nous avons essayé de mettre en exergue les fonctions discursives du Hashtag. Notre travail n'avait pas pour objectif d'identifier toutes les fonctions nouvelles de cet outil. Nous nous sommes contentés ici, de relever les fonctions qui nous ont paru les plus significatives quand à notre objet de recherche (posture et stratégies discursives). Notre travail a été réparti en trois chapitres : un chapitre contextuel, un chapitre conceptuel et un chapitre analytique. C'est dans le dernier chapitre qu'apparaissent les résultats de notre analyse.

Nous avons fractionné notre chapitre analytique en fonction des variables ressortissantes de notre corpus. Le premier titre « le Hashtag comme contre discours », nous avons pu démontrer à travers notre analyse des structures corrélées au contexte numérique et global de production que son usage peut servir de contre discours. Par le biais du dialogisme, nous avons pu dégager cette fonctionnalité. Dans cet exemple précis, le personnel médical a utilisé le Hashtag pour répondre à l'allocution du président.

Le second titre « le Hashtag comme outil de conscientisation », nous avons essayé de montrer comment et par le biais de quelles stratégies linguistiques et discursives le processus de conscientisation se matérialise par le biais du Hashtag. Le choix des indices de personnes, l'impératif et la répétition sont des stratégies permettant l'accomplissement de la visée pragmatique du discours dans ce cas précis.

Dans le troisième titre « le Hashtag comme outil d'appel à la révolution », nous avons observé que malgré la présence d'un « je » de légitimité énonciative, le flou demeure quant à l'identification d'une instance précise d'énonciation. Les indices para-textuels peuvent participer à l'identification d'une instance d'énonciation mais dans ce cas de figure ça n'a pas été possible.

Le quatrième titre « le Hashtag comme outil de gestion de l'espace public », révèle une autre fonctionnalité du Hashtag « la gestion de l'espace ». Un appel est lancé pour inciter les internautes à un nettoyage collectif des quartiers. Dans ce cas, la persuasion est de mise, les indices de personnes, les temps utilisés pour la formulation des actes de langage sont autant d'atouts permettant l'accomplissement de l'action.

La posture énonciative est variable et hétérogène dans notre corpus mais elle est loin d'être accidentelle. En effet, elle est réfléchie et son emploi est stratégique car il répond à un besoin communicationnel. Le dialogisme est à ajouter à la posture énonciative comme des stratégies discursives permettant l'accomplissement des visées communicationnelles. Des stratégies linguistiques multiples sont utilisées : les temps, la négation, la répétition, etc.

De l'analyse des différentes variables ressort un élément capital commun. Le Hashtag revêt à l'ère du numérique différentes fonctions. L'élément commun à ses fonctions est le fait qu'elles répondent toutes à un besoin social.

## Bibliographie

- Anis J. (1998), *Texte et ordinateur. L'écriture réinventée?* Paris/Bruxelles, De Boeck université.
- Austin, J-L. (1970) : « Quand dire c'est faire », le seuil.
- Bakhtine, M (1970) : « La poétique de Dostoïevski », traduit par Isabelle Kolitcheff, le seuil.
- Baron N. (2000), *Alphabet to E-mail : How Written English Evolved and Where It's Heading*, London/New York, Routledge.
- Benveniste, E. (1966). *Problèmes de linguistique générale*. Gallimard.
- Bernicot, J. (1998) : « De l'usage et de la structure des système communicatifs chez l'enfant », eds : J.BERNICOT, H.MARCOS, C.DAY, *De l'usage des gestes et des mots chez l'enfant*, Armand-Colin.
- Blanchet, Ph. (1995) : « pragmatique d'Austin à Goffman », Bertrand la Coste.
- Calabrese L. (dir.) (2011), «L'internet, corpus sauvage. Nouvelles ressources, nouveaux problèmes?», *Le discours et la langue* 2.1.
- Charaudeau, P, Maingueneau, D, (2002) : « Dictionnaire d'analyse du discours », Editions du seuil, Paris.
- Crystal D. (2001), *Language and the Internet*, Cambridge, CUP.
- Kerbrat-Orecchioni, C, (2009) : « L'énonciation: de la subjectivité dans le langage », Armand Colin, Paris.
- Liénard F. & Zlitni S. (dirs) (2015), *La communication électronique : enjeux, stratégies, opportunités*, Limoges, Lambert-Lucas.
- Maingueneau, D, (1997) : « L'analyse du discours », seuil.
- Panckhurst R. (1998), «Marques typiques et ratages en communication médiée par ordinateur», *Actes du colloque CIDE 98, INPT, Rabat, 15-17/04/98*, Paris, Europa Productions, p. 31-43.
- Paveau M.-A. (2013), «Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique», *Epistémè* 9, p. 139-176.
- Paveau, A. M., & Develotte, C. (2017). *Pratiques discursives et interactionnelles en contexte numérique. Questionnements linguistiques. Langage et société*, 160 -161, 199-215.

- Pierozak I. (2010), «Les corpus électroniques en sciences du langage : un eldorado?», *Le discours et la langue* 2.1, p. 15-32.
- Rabatel, A. (2004). L'effacement énonciatif dans les discours rapportés et ses effets pragmatiques. *Langages*, 156(4), 3-17. doi:10.3917/lang.156.0003.
- Tillinac, J. Le web 2.0 ou l'avènement du client ouvrier. In: *Quaderni*, n°60, Printemps 2006. La critique culturelle, positionnement journalistique ou intellectuel ? pp. 19-24.
- Vion, R., (1999) : « Pour une approche relationnelle des interactions verbales et des discours ». In: *Langage et société*, n°87, Types, modes et genres de discours. pp. 95-114.

### **Mémoire consulté**

BENYOUB, M. I. (2019). *Réflexions autour des nouvelles fonctions discursives du Hashtag* [Mémoire de Master]. Université Abdelhamid Ibn Badis.

## **Annexes**

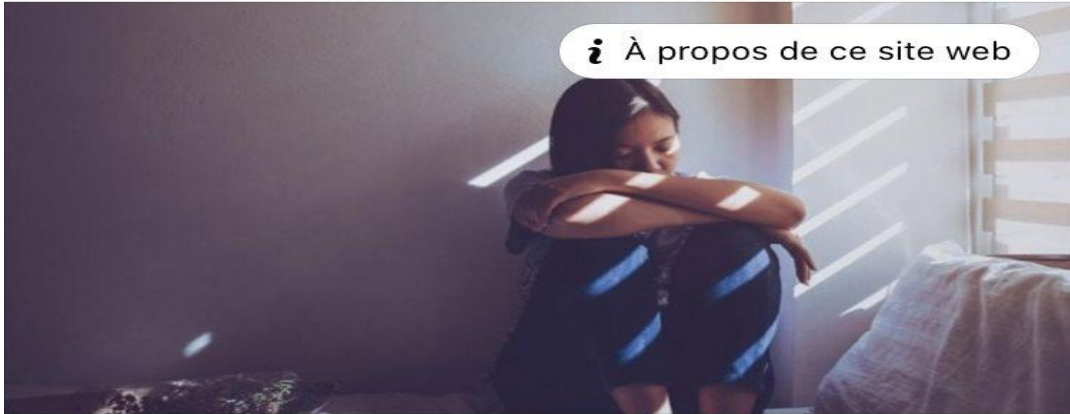
## Annexe : captures d'écran



23 août, à 14:15 · 🌐



 **#Coronavirus** : Les répercussions du **#confinement** sur la santé mentale des **#Algériens**



ALGERIE360.COM

**Coronavirus : Les répercussions du confinement sur la santé mentale des Algériens - Algerie360**



ALGERIE360.COM  
lundi, à 20:39 · 🌐



Nouvelles mesures de **#confinement** à partir du 1er septembre : notamment la reconduction du confinement partiel pour la liste des... Afficher la suite





**#Deprime, #baissedemoral #depression pendant le #confinement - les clés pour s'en sortir - Professeur Pelissolo - médecin #psychiatre pour #PuMS avec @univ\_paris**

Que du [#bonheur](#) et beaucoup d' [#amour](#)  
Que dieu le tout-puissant bénisse cette famille et  
veille à sa prospérité.  
Un [#souvenir](#) de la [#période](#) du [#confinement](#) on  
trouvait refuge devant mon [#appareilphoto](#) et on  
mémorisait des moments inoubliables  
[#Massine](#) [#family](#) [#trio](#) [#redhead](#) [#d...](#) Afficher la suite





11 mai · 🌐

🤔🤔🤔 طاكيو ليا مول هاد الفعايل  
#رمضان2020 #الحجر\_الصحي  
#حتى\_الرياضية\_و\_المغربية\_كايعاودو  
#haytammiftah #coronavirus #confinement



Votre commentaire...



9 et +



6

1



Je partage mon témoignage pour dire à tous, que des hommes bien existent, donc avant toute chose, mettez Dieu au milieu de votre couple, l'amour, la chance mutuelle de s'avoir, d'être là l'un pour l'autre... l'amour se construit dans le respect.

#UniversitéDuMariage #Foyer #Conjoint #Fidelité  
#MarisFidèles #Amour #Foi #mariage2020



12 août, à 14:12 · 🌐

ندوة صحفية حول قضية #الصحافي #خالد\_درارني  
المتدخلين :  
محمد سيدمو  
محمد ايوانوغان  
عبد الغني بادي  
زبيدة عسول

#الجزائر #الحراك\_الشعبي #كورونا #قضاء #عدالة #خالد\_درارني  
#الحرية\_لخالد\_درارني #الصحافة\_ليست\_جريمة  
#صحافة\_مستقلة #Algerie #algeria #corona #covid\_19  
#confinement #khaled\_drareni



Coronavirus 🦠

23 août, à 14:12 · 🌐

#confinement. Je ne vais pas cacher ma joie de lire que Didier Raoult obtient des scores d'audience exceptionnels chaque fois qu'il se livre à une interview télévisée. De 500 000 à 1 million de spectateurs en matinale. N'avait-il pas dit qu'à propos de popularité, entre lui et Vèran, les Français avaient choisi ?  
#deconfinement



OZAP.COM

**Audiences : Record historique pour l'interview de Didier Raoult sur CNews**

Nous avons reçu un florilège d'œuvres d'art, toutes aussi belles les unes que les autres, que nous avons promis d'emmener en vol avec nous. Chose promise, chose due (exception faite pour le dernier dessin un peu trop volumineux pour l'intérieur de notre Alphajet, mais il ne sera pas en reste pour sa photo 😊)! Merci d'avoir été aussi nombreux à participer et encore toutes nos félicitations aux gagnants 🙌

💡 Sinon, qu'aimeriez-vous comme thème pour notre prochain concours ?

#dessin #confinement #covid19 #patrouilledefrance #airplane #aviationlovers #aviationgeek #france #bleublancrouge #dessinelapaf #confinementcreatif



Guillaume Aldebert #jesuisfan #covid\_19 #confinement #assistantematernelle #assmat #nounou #jeuxderole #simulation #docteur #medecin #infirmiere #gestesbarrières #enfant #corpsmedical #soignant



#confinement #COVID19 : Ne laissez pas votre santé sans surveillance . 🙋‍♂️ Votre #médecin est là pour Vous



en téléconsultation ou en consultation si nécessaire ( avec toutes les précautions et en toute sécurité)

#AppelezVotreMédecin

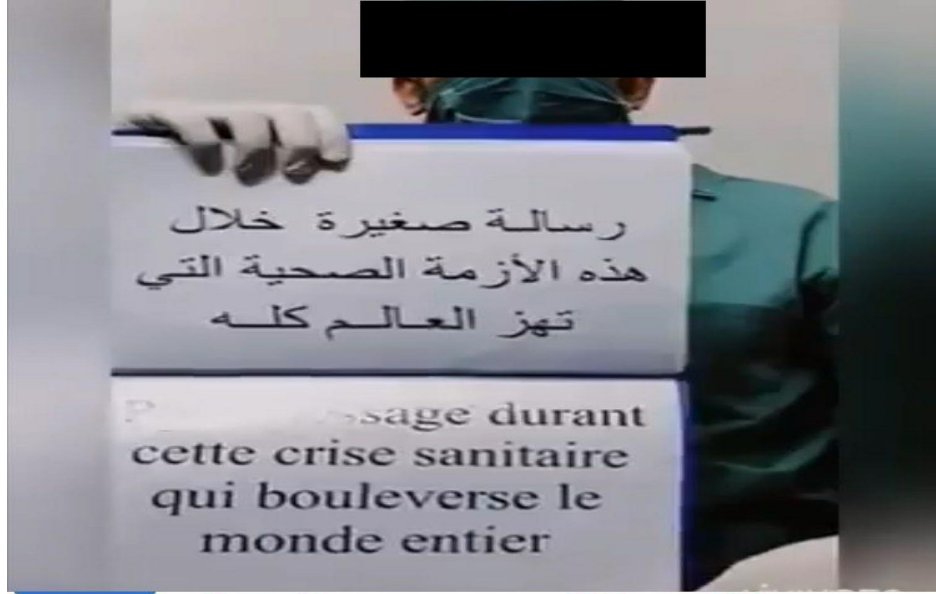


6 avril · 🌐

Médecin de l'équipe mobile de soins palliatif. La liste des patients qu'il prend en charge dans l'un des 8 services qui prennent en charge les patients covid.  
**#hopital #nousnesommespasdesheros #cenestpasuneguerre #hopitalpublic saturé, plus de place en Rea, #catastrophesanitaire #reanimation #covid\_19 #medecine #confinement #soignant #ide #infirmiere #medecin #covid #covid19news #covidfrance #saintdenis #delafontaine #photo #noiretblancphotographie #soinpalliatif #palliatif #palliatifcare**

رسالة استغاثة وتداء عاجل من ممرض جزائري

#الجزائر #كورونا #كوفيد\_19 #ربح\_في\_دارك #اقعد\_في\_دارك  
#الحجر\_المنزلي #الحجر\_الصحي  
#Algérie #algeria #corona #covid\_19 #confinement



SAM., 16 MARS 2019 À 18:00

#لا\_احد\_يمثلني\_امثل\_نفسي

Saint-Eugène, Alger, Algeria



Intéressé(e)



Participe



Plus



Évènement public organisé par  
**Bologhine ex Saint Eugène Santoji**



Saint-Eugène, Alger, Algeria  
Saint-Eugène, Alger, Algeria

À propos

Discussion





JEU., 8 FÉVR. 2035 À 22:00

# #نقي\_عند\_باب\_دارك\_يتنقى\_جوار\_ك

Bologuine Ibnou Ziri, Alger, Algeria



Intéressé(e)



Participe



Partager



Plus



Évènement public organisé par **Bologhine ex Saint Eugène Santoji**



Bologuine Ibnou Ziri, Alger, Algeria  
Bologuine Ibnou Ziri, Alger, Algeria



59 participant · 838 personnes intéressées · 50 partages

À propos

Discussion

## Publications

