

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

**Université Kasdi Merbah Ouargla**

Faculté des Lettres et Langues

**Département de Lettres et Langue Française**



Mémoire présenté en vue de l'obtention du master

Spécialité : Sciences du langage

Titre :

# **La construction discursive de l'ethos numérique collectif des enseignants de français**

*Cas des commentaires du groupe Facebook « 1AM 2AM  
3AM 4AM français (2G) »*



Présenté et soutenu publiquement par :

*DAHA Hayat*

Directrice de mémoire :

*MOUDIR Sabrina*

**Jury**

Mme NECIBE Chahrazed	M.C.B	Présidente
Mme MOUDIR Sabrina	M.C.B	Rapporteur
Mlle BENKRIMA Fatiha	M.A.A	Examinatrice

Année universitaire : 2022-2023



# **La construction discursive de l'ethos numérique collectif des enseignants de français**

*Cas des commentaires du groupe Facebook « 1AM 2AM  
3AM 4AM français (2G) »*

Mémoire présenté et soutenu publiquement par

DAHA Hayat

## Dédicaces

*Je dédie ce modeste travail à ma chère grand-mère qui m'a accompagné  
de ses prières.*

*A mes très chers parents qui m'ont toujours soutenu du mieux qu'ils ont  
pu et aux sacrifices qu'ils n'ont jamais cessé de consentir.*

*A mes sœurs Zohra, Gamra, Amel et Leila toute ma famille et mes amis.*

*A mes frères Abdelkader, Mohamed Ali, Mohamed Yacine et Ibrahim.*

*A tous mes professeurs pour leur générosité et leur soutien.*

*A toute la famille et mes amis.*

## **Remerciements**

*En premier, au Dieu le Tout Puissant qui m'a guidé et facilité le chemin de la réussite de ce mémoire, pour son aide, sa bénédiction, et pour toutes ses bontés, pour la foi qu'il a mis dans mon cœur.*

*Je tiens à remercier très sincèrement mon encadrante **M<sup>me</sup> MOUDIR Sabrina**, qui a eu l'amabilité de m'encadrer, pour les conseils qu'elle m'a donnés et pour son précieux temps qu'elle m'a consacré, pour son esprit critique et son soutien tout au long de la réalisation de cette recherche.*

*Je remercie également tous les enseignants qui ont contribué à ma formation durant tout mon cursus. Vous êtes les professeurs qui a réussi à m'inspirer, à me donner la confiance en moi et l'envie d'apprendre, merci pour tout.*

*Un grand merci à ma grand-mère et ma mère qui m'ont toujours accompagné de leurs prières, à mes sœurs et mes frères, à toute la famille.*

*Mes remerciements les plus sincères à toutes personnes qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce mémoire.*

*En fin, Je tiens à remercier les membres de jury qui ont bien voulu accepter d'évaluer ce travail.*

**DAHA Hayat**

## **Table des matières**

Dédicace	III
Remerciements	IV
<b>INTRODUCTION</b>	9
<b>Chapitre 01 : La communication et discours numérique</b>	
1 La communication	14
1.1 La communication en ligne	17
1.1.1 Facebook	18
1.1.2 Le commentaire	19
2 La communication est un acte de discours	20
2.1 L'analyse du discours	22
3 Le discours numérique	23
3.1 Les caractéristiques du discours numérique	23
3.2 Le futur du discours numérique	24
4 La rhétorique	24
4.1 Le triangle persuasif d'Aristote	25
4.1.1 L'ethos	26
4.1.2 Le logos	26
4.1.3 Le pathos	27

4.2 Les caractéristiques de l'ethos	27
4.3 L'ethos collectif	28
5 Vers une typologie de l'ethos « l'ethos numérique »	28
<b>Chapitre 02 : Description et analyse les commentaires de Facebook</b>	
1 La description du corpus	32
2 La méthodologie de travail	33
3 La construction de l'ethos collectif des enseignants de français	35
3.1 L'ethos de générosité	35
3.2 L'ethos d'aide	40
3.3 L'ethos de connaissance et de compétent	46
3.4 L'ethos de crédibilité	50
<b>CONCLUSION</b>	54
Références bibliographiques	57
Annexes	61
Résumé	

## Liste des figures

Figure 1 schéma de Jakobson	15
Figure 2 l'image du groupe Facebook 1AM 2AM 3AM 4AM français 2G	33
Les figures de l'ethos de générosité	36 - 39
Les figures de l'ethos d'aide	40 - 45
Les figures de l'ethos de connaissance et de compétence	47 - 50
Les figures de l'ethos de crédibilité	51 - 52



# **Introduction**

A l'heure actuelle, la communication est utilisée entre les individus, elle n'est pas seulement un moyen pour un simple échange ou pour exprimer ses besoins, mais elle joue un autre rôle primordial qui vise à agir et influencer vers l'autre à travers des différentes stratégies qui nous garantissent une communication meilleure et efficace.

A travers le temps, les techniques de communication se sont développées à cause de l'évolution technologique qui touche les médias traditionnels comme la radio, la télévision et les sites webs jusqu'aux réseaux sociaux comme le Twitter, Instagram, LinkedIn et Facebook... etc. Notre rapport aux techniques traditionnelles se modifie sans cesse.

Le discours est l'ensemble énonces qui obéit aux conditions (le je-ici-maintenant), selon Emile Benveniste, il comprend plusieurs types comme, le discours journalistique, le discours politique et le discours numérique...etc.

Le discours numérique vient de faire son apparition vu l'évolution technologique qu'a connu l'humanité. Il est donc : « *l'ensemble des productions verbales élaborées en ligne, quels que soient les appareils, les interfaces, les plateformes ou les outils d'écriture* ». (PAVEAU, 2017, p. 8).

Le discours numérique se caractérise par l'ensemble des productions langagières mises en ligne par des internautes pour avoir des interactions avec les gens qui utilisent les réseaux sociaux. Les internautes soucieux de leur image que l'on pourrait se faire d'eux dans un monde virtuel. Ainsi, un travail sérieux est fait pour élaborer un ethos adéquat avec son vécu personnel et professionnel, et parfois même avec une image idéaliste traduisant ce que l'on désire être.

Le terme « ethos » apparu à la première fois en grec par Aristote (385-323 av. J.-C) avec les deux autres termes le « pathos » et le « logos » sous forme d'un triangle qui s'appelle le triangle persuasif d'Aristote. Chaque sommet a une signification comme l'ethos, c'est l'image de soi que nous manifeste à travers le discours, le logos est les arguments logiques que les intégrés dans le discours afin de persuader l'auditeur avec le pathos qu'est les émotions de l'audience. En d'autre terme, c'est l'ensemble des sensations que ressent l'auditoire par le discours de l'orateur. Ces trois points

doivent se présenter dans le discours de l'orateur dans le but de persuader et convaincre son auditoire.

L'ethos chez Amossy est : « *L'ethos correspond à l'image de soi, produite par le discours, que projette l'orateur désireux d'agir par sa parole. Il souligne le fait que cette image est produite par le discours* » (Amossy, 2021, p. 91).

L'ethos est un moyen de persuasion. Aussi, c'est l'image de soi que l'orateur démontre à son auditeur à travers le discours. Dans notre recherche, nous voulons voir comment se manifeste et se construit l'ethos numérique collectif des enseignants de français. C'est-à-dire l'ethos numérique collectifs des enseignants, c'est l'image collective des enseignants de français sur Facebook.

Dans notre travail intitulé : « La construction discursive de l'ethos numérique collectif des enseignants de français : Cas des commentaires du groupe Facebook « 1AM 2AM 3AM 4AM français (2G) ». Qui met en lumière une notion ancienne « l'ethos » en conjonction avec un nouveau type de discours, c'est le discours numérique donc, nous étudions la construction de l'ethos en contexte numérique.

Notre choix de travail est orienté vers le discours numérique précisément sur les réseaux sociaux numérique (Facebook) parce qu'il est le plus utilisé actuellement de cette tendance.

L'objectif principal de notre travail est lié avec notre future métier qu'est l'enseignement et nous voulons à connaître les procédures de la construction de l'ethos numérique collectif des enseignants afin d'apparaître dans une image idéale et donner une bonne impression à notre auditeur pour éviter les erreurs faites par les enseignants précédents.

De ce fait, nous nous intéressons à étudier la construction de l'ethos numérique collectif des enseignants de français. C'est à partir de là qu'émerge une question centrale qu'est la base de notre recherche : *Comment se construit l'ethos collectif des enseignants de français à travers les commentaires postés sur le groupe Facebook 1AM 2AM 3AM 4AM français (2G) ?*

De cette problématique provient une autre question d'ordre secondaire :

- Quelle stratégie et quelle rhétorique entrent en jeu dans la construction d'un discours numérique ?

Pour apporter des éléments de réponses aux questions soulevées, nous allons émettre les hypothèses suivantes :

- Les enseignants de français tenteraient de soigner l'image d'un enseignant crédible, connaisseur et compétent.
- Les enseignants de français construiraient leur ethos numérique collectif par le partage, la générosité et l'aide.

Nous travaillerons sur la construction de l'ethos collectif dans le discours numérique à partir des commentaires dans ce groupe Facebook « 1AM 2AM 3AM 4AM français (2G) » qui comporte 215783 membres alors que, notre corpus est constitué 38 commentaires combine en 28 figures relatifs aux plusieurs publications sur ce groupe de 1AM 2AM 3AM 4AM français (2G).

Notre travail s'inclut avec les travaux de l'analyse du discours numérique natif (ADN) et plus précisément avec les discours des réseaux sociaux numériques (RSN) et se classer avec les études qui touchent l'ethos. Donc, Notre corpus obéit à l'approche écologique et la perspective post-dualiste qui les a préconisé par Paveau dans l'analyse du discours numérique natif qui nécessite en quelque sorte méthodologique comme l'observation participante en tant que des usagères du web 2.0 pour décrire et analyser les commentaires dans leur environnement.

Notre projet de travail se scinde en deux chapitres complémentaires : Le premier chapitre est théorique s'intitule « la communication et discours numérique », nous avons eu recours en premier lieu, à la recherche bibliographique. Cette démarche est basée sur le recueil des informations, le traitement des documents, la consultation des ouvrages et des mémoires et exploiter les sites d'internet où nous y trouvons toutes les notions que sont lié avec notre thème abordé.

Le deuxième chapitre est pratique s'intitule « la description et l'analyse des commentaires de Facebook » sera réservé à la description et l'analyse de notre corpus

qui constitué 38 commentaires postés sur le groupe Facebook « 1AM 2AM 3AM 4AM français (2G) » qu'est un groupe réservé aux enseignants de français.



## **Chapitre 01 : La communication et l'analyse du discours numérique**

## 1 La communication

La communication est un mot à l'apparence simple, mais elle occupe une place primordiale dans la vie des êtres humains.

La notion de "communication" est dérivée au verbe "communiquer" qu'est d'origine latin "communicari" qui démontre la situation de communication entre deux personnes ou plus. Ça signifie aussi « *mettre en commun, entrer en contact* »

(MARTHIEU-ROSAY, 1985, p. 125) C'est-à-dire, il y a des données partagées entre un émetteur qui émet les informations et le récepteur, celui qui les reçoit.

On ne peut ne pas communiquer, en effet, l'homme communique à tout moment de sa vie. Le but n'est pas seulement de partager des idées ou de transmettre des émotions mais aussi d'influencer l'autre alors que la communication met la personne en relation avec l'autre donc, elle est la base des relations humaines, elle met en commun des vies.

Dernièrement, la communication est devenue comme une discipline, qui envahit le monde.

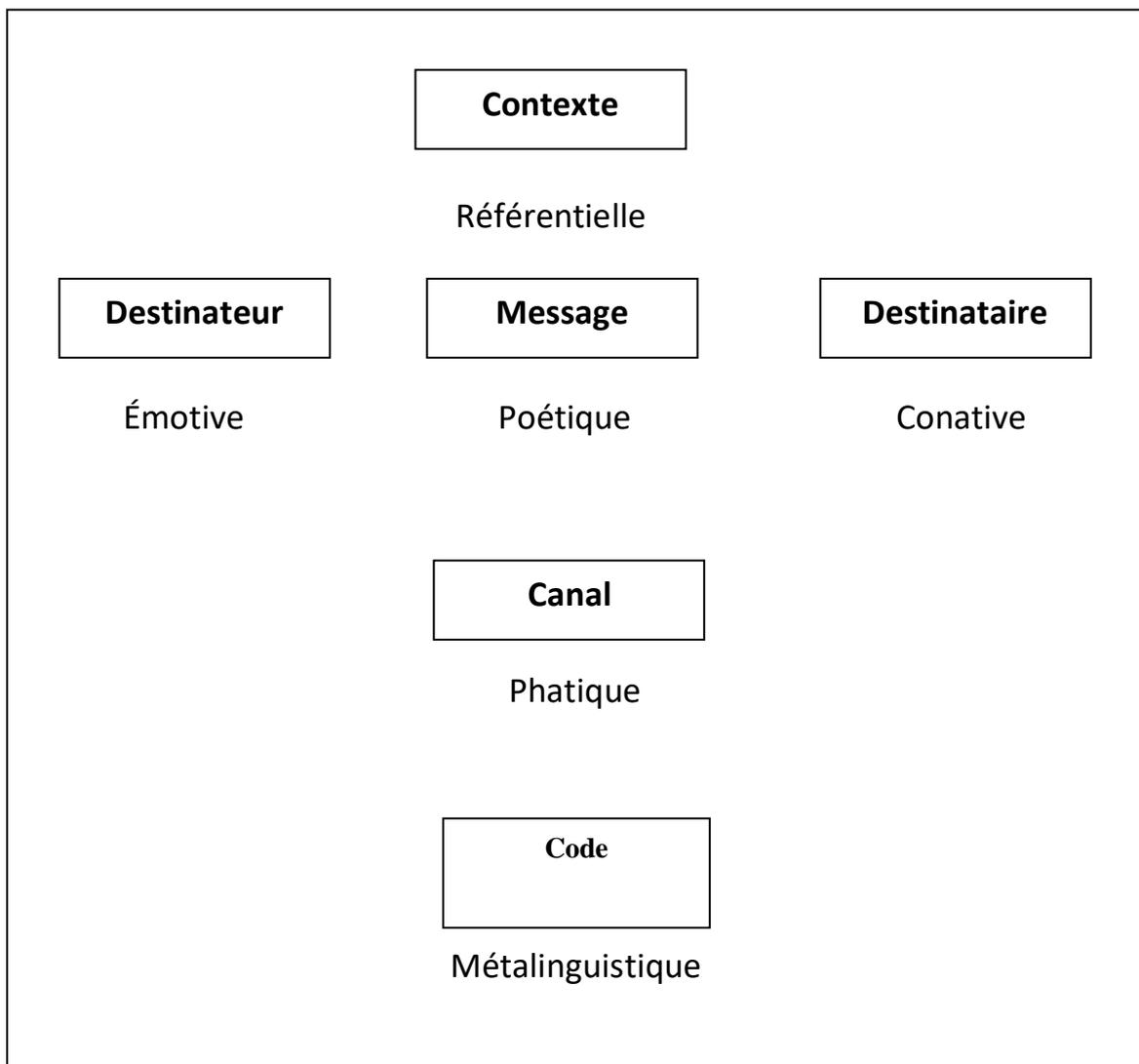
Les spécialistes comprennent qu'on ne peut rien faire sans la communication dans tous les domaines alors que, ils commencent à s'intéresser et étudier la communication.

Chaque spécialiste commence à éclairer la manière et la façon de la communication, les techniques que nous utilisons pendant la communication.

Pour clarifier la scène de la communication entre les individus, les spécialistes dessinent des schémas selon leurs visions, chaque moment apparu un schéma de communication, parmi les premiers modèles de la communication, c'est de Shannon et Weaver (1949) qui travaillent sur la transmission télégraphique entre deux pôles : nous trouvons une source d'information, un émetteur qui émet le message (il faut coder le message ), le message transmis par un canal destiné à un destinataire qui reçoit le message et qu'est décodé par le récepteur). Pendant la communication, nous pratiquons le langage.

Il y a aussi le schéma de Roman Jakobson qui a proposé un schéma de communication pour décrire le fonctionnement du langage.

R. Jakobson a schématisé en six facteurs essentiels, incessibles : le destinataire, le message, le contexte, le canal, le code et le destinataire sont liés avec les six fonctions du langage : émotive, poétique, référentielle, phatique, métalinguistique et conative.



**Figure 1 : le schéma de Jakobson** (Christina Baylon et Xavier MIGNOT, 2003, p.

Le schéma de Jakobson est adopté par plusieurs linguistes pour démontrer le fonctionnement du langage dans une situation de communication pour transmettre le message par un émetteur vers un récepteur.

Les modèles de la communication ne cessent de changer et ce, selon la vision ou encore selon la situation de communication ou la présence/absence d'un élément parmi les éléments de la communication, mais toutes les situations de communication ont en commun un certain nombre d'éléments soit : l'émetteur, le récepteur, le message et le canal. Il s'agit ici des quatre éléments essentiels pour réussir la communication.

Le développement des moyens de communication participe à changer le modèle et la situation de la communication engendrant plusieurs théories et modèles de communication représentant depuis le XXème siècle pour schématiser la transmission des informations :

- Le modèle d'HAROLD D. LASWELL (1930- 1940).
- L'école de SHANNON et la théorie de l'information.
- WIENNER et la cybernétique.
- Le modèle de communication de JACKOBSON.
- L'école de PALO ALTO.
- Le modèle de communication COMMUNAUTAIRE.

Nous nous limitons ici jusqu'au schéma de Jakobson, parce que notre travail de recherche ne s'intéresse pas à expliquer ou analyser les schémas, mais il consiste à étudier la construction de l'ethos numérique collectif des enseignants de français à travers les commentaires qui font partie de communication en ligne.

Nous passons à la communication en ligne qu'est apparue récemment avec le développement qui touche les moyens de communication, précisément à la manière de la communication entre les individus, soit en contact ou à distance.

## 1.1 La communication en ligne

Aujourd'hui la technologie rend la communication plus facile et aisée aux gens afin de partager leurs idées et de communiquer avec les autres. La communication en ligne c'est le fait de communiquer à travers les médias. L'émetteur pratique le langage via les moyens de communication soit les réseaux sociaux ou les plateformes, l'utilisateur met le discours au niveau d'un réseau social dans l'intention de diviser un discours vers d'autres utilisateurs pour réagir et avoir les réactions des internautes.

Parmi les caractéristiques de la communication en ligne qui a un rôle vital dans notre vie actuelle : l'échange des informations à distance (rapprocher le monde), l'accès aux informations est plus immédiat (économiser le temps) et il nous permet d'enregistrer toutes les communications précédentes en nous permettant les voir plus tard,...etc.

Les instruments dont nous avons besoin pour effectuer une communication en ligne : l'internet, les internautes (les deux pôles, l'orateur et les allocutaires qui sont concernés par la situation de communication) et les moyens de communication soit un ordinateur ou un smart phone pour installer les applications que nous offre la communication vers l'autre.

Il existe plusieurs applications, parmi les applications les plus utilisées par les individus sont de type des réseaux sociaux :

- Le Facebook
- Le Twitter
- Insagram
- Telegram

La communication en ligne est la pratique du langage par des internautes à travers des moyens de communication.

### 1.1.1 Facebook

Le Facebook est un site web désormais « FB », inclus dans les réseaux sociaux numérique « RSN » le plus utilisé dans le monde pour communiquer, partager des moments avec une communauté. Plutôt, il s'agit comme un média socionumérique pour exprimer, partager et publier du contenu, les internautes peuvent aussi commenter et interagir sur du contenu divers : plaisant, politique divertissement,...etc.

Chaque utilisateur a un profil sur Facebook comporte ses informations : le nom, le lieu, la date de naissance,...etc.). L'utilisateur a le choix de mettre ses vraies informations ou ses informations fictives qui s'appellent « le pseudonyme ». Choisi par l'utilisateur pour masquer son identité, « *le pseudonyme, comme l'adresse IP, ou le nom officiel, constitue par conséquent un identifiant possible* ». (PAVEAU, 2017, p. 269)

Le pseudonyme pour Paveau est « *Le scripteur se fait donc toujours connaître par son pseudonyme et la conséquence linguistique est énonciative : il est toujours un destinataire potentiel, comme le montrent les dialogues qui s'instaurent sur les fils de commentaires.* » (PAVEAU, 2017, p. 41) .

L'internaute produit une image de soi qui représente sa personnalité sur Facebook. Il reflète le monde des utilisateurs qui inspirent par les controverses et les problèmes sociaux.

Nous nous trouvons aussi sur Facebook, les groupes et les pages pour créer une image de soi ou une image collective pour mettre le discours qui comporte des images, des mots et des émoticônes,...etc. Les intervenants de ces derniers ont le droit d'exprimer, et raconter ses expériences précédentes sur l'écran vers un groupe déterminé.

Un autre espace sur Facebook dans lequel nous pouvons commenter et réagir sur les publications dénommées « les commentaires ».

### 1.1.2 Le commentaire

Le commentaire est la forme de discours le plus fréquent et plus riche sur Facebook. Il nous permettons à réagir aux publications sur Facebook.

Les commentaires sont sous forme d'un texte, créés par les internautes pour réagir sur un sujet. Le commentaire chez Paveau est « *l'une des formes de technodiscours les plus fréquentes sur le web, apparaissant sur de nombreux espaces d'écriture : les blogs, les réseaux sociaux numériques, les sites de presse et d'information, les sites marchands, etc.* ». (PAVEAU, 2017, p. 35)

Notre étude se focalise sur les commentaires de Facebook pour comprendre la construction de l'image de soi des internautes et plus précisément celles des enseignants de français sur Facebook.

Concernant les commentaires des enseignants de français, il ya deux type de commentaires: les commentaires interactifs ou dialogiques et les commentaires non-interactifs. Pour le premier type, les commentaires interactifs sont des commentaires qui suscitent les internautes à répondre sur ce commentaire et les commentaires non-interactifs sont les commentaires qui ne contiennent pas des réponses bref, c'est le commentaire qui ne suscite pas l'internaute à répondre sur ce commentaire.

Nous passons maintenant au contenu des commentaires, Il y a deux catégories des commentaires. Dans la première catégorie appelée les commentaires délinéaires, où l'orateur inclut la langue et des éléments extralangagiers dans le discours comme les émoticônes, les images et le hashtags...etc. Et l'autre catégorie des commentaires, l'orateur prononce le discours relatif à la langue seulement. Les deux catégories des commentaires chez Achour Bourdache sont :

Commentaires technoscripturaux linéaires et délinéaires. Nous entendons par commentaires technoscripturaux linaires, des commentaires qui sont d'ordre textuels, non composites se présentant sans matérialités extralangagières (émoticônes, hashtags, images, liens hypertextuels...). Tandis que les commentaires délinéaires sont ceux qui entremêlent le textuel avec le paralangagier (images, émojis, ...) et le technologique (liens hypertextuels...) (Bourdache, 2023).

Alors que, le discours numérique se construit par des éléments linguistiques et des autres extralinguistiques tels que les images et les émoticônes... qui nous apportons un sens sur le sujet parlant parce que les écritures numériques chez Paveau qui crée dans un article en ligne : « *l'écriture numérique est potentiellement, et de plus en plus fréquemment, plurisémiotique puisque les écritures numériques natives sont composites, Co-articulant image fixe ou animée et parfois son* » (Paveau, 2019, p. 13).

## **2 La communication est un acte de discours**

D'abord, qu'est ce qu'un discours? La question que se pose les linguistes parce que le mot discours est un concept polysémique, ce qui le rend difficile à appréhender car, il a plusieurs définitions selon le domaine de recherche.

Au sens saussurien. Le terme « discours » est considéré comme le synonyme de la parole parce que F. de Saussure soumit la distinction entre langue / parole, selon lui, la langue est un système de communication rattachée à un groupe des individus c'est-à-dire la langue est un fait social, en contradiction avec la parole. La parole chez Saussure est « *l'ensemble des manifestations et des combinaisons individuelles et volontaires de la langue* ». (SAUSSURE, 2003). Donc, la parole est la pratique individuelle de la langue. Elle emploie pour produire un message qui contient des informations dirigées vers une communauté dans une situation de communication bien déterminée.

Le terme discours revient au latin, la définition du discours est très claire dans le dictionnaire du Grand Robert de la langue française, c'est l' « *Ensemble d'énoncés produits par une personne ou un ensemble de personnes* ». (Le Grand Robert de la langue française). Dans la situation de communication, il y a un orateur qui produit le discours par les énoncés.

Le discours pour Charaudeau et Maingueneau est « *Le discours est considéré comme un produit langagier d'un locuteur ou d'un ensemble de locuteurs qui utilisent un vocabulaire afin de s'exprimer et transmettre un message à son interlocuteur dans le but d'informer où de convaincre* ». (CHARAUDEAU P & MAINGUENEAU D, 2002, p. 181).

Le terme discours est introduit en linguistique par Gustave Guillaume, ce linguiste s'intéresse à étudier la langue et son architecture ainsi, la relation de la langue au discours. Guillaume inclut le terme discours en (1911) en linguistique. Il corrige l'équation saussurienne : langage = langue + discours, il change le concept de parole par celle de discours car il s'aperçut que la parole est semblée limitée dans l'exploitation orale mais le concept discours comprend le tout. Selon lui le discours est une actualisation de la langue. Alors que, nous exprimons notre pensée en utilisant la langue par le discours.

Cette définition rejoint celle de Guillaume « engager une opération de discours, [...] c'est vouloir agir, produire un effet sur quelqu'un. En l'absence de telle visée pas de discours » (Guillaume, 1991, p. 95). Alors que, le discours est un procédé rhétorique fait par un orateur pour convaincre ou persuader l'autre.

Pour Maingueneau, le terme discours renvoie à six acceptions :

- Discours 1 : renvoie à la parole.
- Discours 2 : signifie un message transphrastique.
- Discours 3 : soumis à un ensemble de règles d'enchaînements de suites de phrases composant l'énoncé.
- Discours 4 : se définit comme une étude linguistique des conditions de production.
- Discours 5 : est une énonciation du locuteur dans l'intention d'influencer un interlocuteur dit auditeur.
- Discours 6 : est un lieu de conceptualisation de la langue. Où s'exerce la créativité. (Maingueneau, 1996, pp. 11-12)

Le discours est un instrument produit par la langue qui nous permettons d'exprimer notre pensée et que nous voulons de dire durant la communication, c'est pour ça, nous disons que la communication est un acte de discours car l'individu communique avec les autres par un discours.

Pour Émile Benveniste dans ses travaux sur l'énonciation du discours, le discours est l'ensemble d'énonces qui obéit aux conditions (le je-ici-maintenant). Le « je » désigne la personne qui parle « celui qui parle se réfère toujours par le même indicateur "je" à lui-même qui parle ». (BENVENISTE, 2005, p. 67). Donc on trouve

la présence de l'orateur dans le discours et pour les autres « ici » et « maintenant » sont renvoyés à la situation spatiale et temporelle (spatio-temporel) de la production du discours. Il faut contextualiser le texte par ses conditions de production et de réception pour aboutir un discours.

DISCOURS = [TEXTE] + [CONTEXTE] (conditions de production et de réception).

Le discours comprend tous les types, c'est la classification du discours selon le domaine qu'appartient soit politique, numérique,...etc. Donc, nous disons à ce discours : discours politique, discours journalistique et discours médiatique,...etc. On choisit à travailler sur le discours du type numérique qui apparut récemment.

### 2.1 L'analyse du discours

« L'analyse du discours » désormais « AD ». AD est un discipline récent développé en France et prime en sciences du langage dans les années 1960-1970. Le terme a été adopté pour la première fois par le linguiste distributionnaliste Z. Harris en (1909-1992) sur une publication dans un article s'intitule « Discourse Analysis » (Harris, 1952) où « Discourse ». Il employait le terme « analyse » dans le cadre de décomposition du discours pour étudier les unités transphrastique, les relations sémantiques et syntaxiques qu'entretient les phrases d'un texte. Son objet d'étude est le « discours ».

AD s'intéresse à étudier le langage qui mise en contexte c'est-à-dire, elle s'occupe d'étudier le contenu du discours soit écrit ou oral et son contexte. L'approche de l'analyse du discours peut impliquer aux types du discours variés comme le discours politique, scientifique, religieux,...

L'analyse du discours pour Maingueneau est « *L'analyse du discours est la base des études de composition : chaque étude dans le champ est basé implicitement ou explicitement sur l'analyse de textes et/ou de discours dans divers contextes* ». (Barton et Stygall, 2002, p. 1). Même D. Maingueneau affirme que l'objectif de l'analyse du discours « *l'analyse du discours est l'articulation du texte et du lieu social dans lequel il est produit* ». (Maingueneau.D, 2012, p. 5).

L'analyse du discours est une optique interdisciplinaire parce qu'elle cherche à comprendre la signification des énoncés dans leurs contextes (les conditions de

production) sont extralinguistique donc, il faut faire appel aux autres disciplines (Il faut connaître à quelle discipline appartient pour approcher le discours) et les approches (énonciative, sociolinguistique, conversationnel...) afin d'analyser, décrire et comprendre le discours produit. AD n'étudie pas seulement la langue comme un système mais, elle s'occupe sur l'usage de la langue. Alors que, l'analyse du discours doit être interdisciplinaire.

L'analyse du discours est l'étude des textes et leurs relations dans une situation où ils ont engendré. C'est l'analyse de l'articulation du texte et du lieu social dans quel champ le discours est produit (politique, scientifique, religieux,...).

### **3 Le discours numérique**

Aujourd'hui avec le développement des moyens de communication, nous partageons notre discours sur le web alors que, le discours numérique vient de faire son apparition vu l'évolution technologique qu'a connu l'humanité au début des années 2000. 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* ». (PAVEAU, 2017, p. 8). Ainsi, le discours numérique se caractérise par l'ensemble des productions langagières mises en ligne par des internautes pour avoir des interactions aux gens qu'ils utilisent le web. Selon Paveau, les réseaux socio numérique appelés web 2.0, web social ou participatif et web des réseaux sociaux.

#### **3.1 Les caractéristiques du discours numérique**

La spécificité que nous attirons dans le discours numérique est l'utilisateur peuvent utiliser les abréviations comme « mdr, lol, jpp,...etc. ». Nous trouvons aussi le hashtag qui nous aidons de marquer un discours par un mot clé considéré comme une référence de ce discours soit pour regrouper les autres discours faisant a un même thème, il est utilisé dans le web pour classer les discours et les sujets. Les internautes permettent d'employer les émoticônes et les images dans ses discours. Il y a aussi le correcteur orthographique qui nous aidons d'éviter de faire les erreurs dans notre discours.

Il existe de nombreux autres avantages, mais ce ne sont que quelques-uns d'entre eux.

### **3.2 Le futur du discours numérique**

A l'heure actuel, le discours numérique est le plus dominant parce que, nous sommes toujours en contact avec tout ce qu'est numérique, surtout le web qui comprend des divers espaces de communication comme les réseaux sociaux numérique (RSN). Le numérique envahit notre vie sans faire attention donc, l'homme aujourd'hui contacte, lire, acheter, travailler par le numérique, le futur du numérique pour Rosati est :

Le numérique, et le Web en particulier, est devenu notre principal espace d'action, ou du moins un des espaces privilégiés de nos actions. Une grande partie de nos travaux se fait à l'aide d'Internet, nous communiquons avec nos amis et nos familles sur le Web, nous nous y informons et nous y amusons, nous y lisons, organisons nos voyages, faisons nos courses, gérons notre argent. Une partie importante de nos actions quotidiennes se fait dans l'espace numérique. Et la tendance de cet espace est d'occuper de plus en plus notre vie en englobant l'espace non numérique. (Rosati, 2012, p. 12).

Malgré la diversité du contenu de discours mais le support qui comporte le discours est le numérique alors que, le numérique a la capacité d'apporter tous les genres du discours et capable d'envahir totalement nos vies.

## **4 La rhétorique**

La communication ne se limite pas seulement à la dimension verbale, elle s'étend à dimension non-verbale et para-verbale en utilisant tout son corps et son visage afin de formuler un message. En plus des composantes citées, l'orateur doit maîtriser un certain nombre de règles et de normes afin d'être plus performant en communication, ces dites règles ont été instaurées dans l'une des plus anciennes sciences qui ont étudiée le langage, à savoir : la rhétorique d'Aristote.

La rhétorique est un terme apparu en Grèce au Ve siècle avant J.-C que signifie l'art de bien parler, ais surtout celui de persuader, d'avertir et de convaincre ...etc.

La rhétorique eut existé depuis Aristote qui est l'un des fondateurs de l'art de la persuasion, à l'époque le langage a traité en trois niveaux : la grammaire, la logique et la rhétorique. Donc, qu'est ce que la rhétorique?

La rhétorique apparut en Grèce au V<sup>e</sup> siècle avant J.-C. Elle est liée avec la pratique du langage par un orateur qui doit maîtriser et connaître comment organiser son discours.

La rhétorique est un art de production du discours soit oral ou écrit, l'orateur emploie la rhétorique dans son discours comme un instrument de conviction pour rendre le discours efficace. Nous pouvons utiliser la rhétorique comme un style d'écriture dans n'importe quel type de discours « *Elle s'exerce dans tous les domaines humains où il s'agit d'adopter une opinion, de prendre une décision, non sur la base de quelque vérité absolue nécessairement hors de portée, mais en se fondant sur ce qui semble plausible.* » (R.Amosy, 2021, p. 15)

Chaque type de discours a un objet à atteindre comme les enseignants appliquent la rhétorique dans son discours scientifique comme un outil de persuasion, attirant les apprenants et apparaître comme un enseignant crédible devant son auditoire (les apprenants). Alors que chaque type de discours utilise la rhétorique pour un objectif, par exemple, la rhétorique dans un espace politique, est un art persuasif d'après Aristote.

#### **4.1 Le triangle persuasif d'Aristote**

Le triangle de la rhétorique antique est résumé par Gibert XVIII<sup>e</sup> siècle. La rhétorique est une méthode de pensée et de communication. L'un des aspects étudiés par la rhétorique est un triangle regroupant trois points essentiels: l'ethos (l'image de soi), le logos (les arguments logiques) et le pathos (les émotions de l'audience). Ces trois points se forment sous la forme de triangle, les trois sommets représentent les fondements de la rhétorique s'appellent le « triangle persuasif d'Aristote » ou le « triangle rhétorique ».

Aristote fonde la rhétorique comme une science oratoire parce qu'elle est censée aider les gens à donner une forte impression d'eux même afin d'avoir un impact sur la société.

Actuellement, nous percevons que dans les réseaux sociaux numériques, l'apparition d'une forte volonté d'influencer, ils s'appellent d'ailleurs : «des influenceurs ». Les

influenceurs utilisent les RSN sous forme de créateurs du contenu multimédia, ils partagent du contenu avec leur communauté pour persuader les internautes de quelque chose soit : pour acheter un produit, changer des attitudes ...etc. Leur but est celui de créer des discours inventifs pour prendre la parole sur RSN afin de générer des gains et mettant de l'avant leurs capacités de persuasion parce que sans persuasion, il leur est impossible d'avancer dans leurs carrière d'influenceur.

Pour garantir un discours persuasif, il faut alterner entre les trois points principaux chez Aristote.

#### **4.1.1 L'ethos**

Le premier point du triangle aristotélicien est l'ethos, il désigne la personne en grec, il est un moyen de persuasion. Il renvoie à la personnalité de l'orateur ainsi, il est un art de positionné de l'orateur par son public soit par ses attitude, son éthique, ses études et sa réputation pour rendre ses arguments plus crédible et nous qui le donnons une impression favorable, c'est ce qui suscite le respect et la confiance.

L'ethos, c'est l'image de soi et la représentation de soi que nous trouvons dans un discours, l'ethos nourrit par la force de l'affirmation et l'engagement de l'explication du sujet devant le public pour devenir quelqu'un qui vaut la peine d'être écouté et une référence sur le sujet défendu.

#### **4.1.2. Le logos**

C'est la parole, la logique et la persuasion par le raisonnement en grec, il faut inclure des arguments qui visent à expliquer ou approbation le sujet, en utilisant des faits comme, les exemples, la statistique et les chiffres... à travers des moyens qui nous aidons à éclairer le message par le raisonnement. Le logos chez Aristote se fait à partir deux opérations qui sont l'enthymème et l'exemple. L'enthymème est le raisonnement déductif.

Amossy rappelle que dans son ouvrage de l'Argumentation dans le discours « *Cependant il faut souligner que le logos, entendu comme discours et raison, n'est pour Aristote qu'un des pôles de l'entreprise de persuasion rhétorique.* » (R.Amossy, 2021, p. 16). Alors que le discours doit être rationnel.

### 4.1.3. Le pathos

Tous ce qui est émotionnel ou suscite des émotions dans le discours s'appelle le pathos «*le terme de « pathè » au pluriel désigne ainsi les émotions qu'un orateur »* (R.Amosy, 2021, p. 235). Amosy nous rappelle que le pathos est l'effet émotionnel produit sur l'allocutaire, il joue sur la sympathie et l'imagination de l'auditoire. En faisant appel aux émotions pour persuader le public. Le pathos est les émotions de l'auditoire qu'émeut vers l'orateur à travers le discours «*c'est-à-dire à l'émotion que l'orateur cherche à susciter dans son auditoire »* (Amosy, 2021, p. 16). Sans émotions pas de mobilisation parce que aucun persuasion sans émotions.

Le pathos concerne l'empathie qui se crée un lien représenté par des émotions imaginaire entre l'orateur et sa cible, en ce sens est la capacité de s'identifier et ressentir des émotions imaginaire à l'auditoire.

Il suffit de savoir jongler avec ces trois points de triangle aristotélien pour convaincre et persuader sa cible dans les règles de l'art.

## 4.2 Les caractéristiques de l'ethos

L'«*ethos »* en grec est un terme spécifique comprend plusieurs interprétation et inclut dans plusieurs domaines en rhétorique, en politique,...etc. l'ethos chez Amosy est :

Terme emprunté à la rhétorique antique, l'ethos désigne l'image de soi que le locuteur construit dans son discours pour exercer une influence sur son allocutaire. Cette notion a été reprise dans les sciences du langage, et principalement en analyse du discours, où elle se réfère aux modalités verbales de la présentation de soi dans l'interaction verbale (Amosy, 2002, p. 238)

L'ethos est une notion discursive lie au discours parce qu'il qui permet à l'orateur à démontre leur image pour persuader ou convaincre son allocutaire.

En sciences du langage, la notion de l'ethos est rattachée par l'honneur de l'orateur et l'image de soi qui nous démontre par son discours parce que l'orateur doit être un témoin honnête et fier par ses paroles.

Ethos de crédibilité veut dire que l'homme doit devenir crédible dans ses paroles parce qu'il doit être toujours faire ce qu'il dit à son auditoire : « *L'ethos c'est l'image que l'orateur projette de lui-même dans son discours, et qui contribue puissamment à assurer sa crédibilité et son autorité.* » (R.Amosy, 2021, p. 10).

Ethos de fiabilité, c'est la fiabilité des arguments et des informations qui nous aidons à donner une image de soi capable de convaincre l'auditoire en gagnant sa confiance.

### 4.3 L'ethos collectif

En sciences du langage, pour R. Amosy et E. Orkibi, l'ethos collectif « *concerne l'expression verbale d'une image de soi qui participe à la construction de l'identité du locuteur collectif ainsi qu'à son agentivité, à savoir, la capacité d'action que ce locuteur exerce à des fins de persuasion sur ses interlocuteurs* ». C'est l'identité du locuteur collectif ou l'image que nous trouvons dans un discours d'un groupe de public partageant les mêmes idées sur un sujet. Alors que, L'ethos collectif est associé par « nous » qui représentent un groupe des personnes unis et solidaires.

L'ethos collectif se construit et se fait à travers des critères partagés entre des individus sur un sujet.

## 5 Vers une typologie de l'ethos « ethos numérique »

L'ethos préalable (prédiscursif) est l'image que le public a prise sur son orateur avant de parler selon la situation dans la société et le statu intellectuel. L'ethos préalable pour Amosy est :

Ethos préalable s'élabore sur la base du rôle que remplit l'orateur dans l'espace social (ses fonctions institutionnelles, son statut et son pouvoir), mais aussi sur la base de la représentation collective ou du stéréotype qui circule sur sa personne. Il précède la prise de parole et la conditionne partiellement. (R.Amosy, 2021, p. 103)

L'ethos discursif est l'image de l'orateur qui constitue par le discours, il s'agit d'une composante importante de la force de l'illocutoire pour persuader son public.

Le numérique aujourd'hui a pris une grande place dans notre vie qui change la prise de vue des choses. Les gens s'orientent vers les réseaux sociaux, parce qu'ils

comportent tous les types de communication comme la langue, le paralangagier...etc. Alors que, l'orateur utilise le numérique pour démontrer son image devant un grand public (les utilisateurs de l'internet) et cela nous donne l'ethos numérique ou « avatar » (Rosier, 2015).

L'ethos en contexte numérique, est un nouveau type de l'ethos parce que les internautes construisent une image de soi pour se représenter dans le monde numérique. L'ethos numérique est l'identité numérique appelé l'avatar.

L'avatar chez Rosier dans son article en ligne 2015 se construit par :

Ces ethos se construisant avec la parole, les images, les postes de l'autre en miroir aboutissent à une sorte d'autofiction au sens où l'avatar de FB, c'est « soi en mieux » : c'est le bon mot au bon moment, la bonne indignation, le bon relais médiatique, le bon indice de culture.

Les internautes construisent leur image de soi par l'image de profil, les publications, et les commentaires...etc. cette identité est variée selon la disposition ou la situation dans lequel il se trouve, par exemple : il y a une publication de mariage sur FB où nous regardons les commentaires, nous trouvons qu'ils sont pleins de félicitation et d'amour par la majorité des internautes. Un autre exemple, il y a une annonce de décès, tous les commentaires sont exprimés dans la tristesse et l'affliction. Donc, chaque publication reflète une image de soi différente à l'autre selon la situation que la mettre et aussi selon l'avatar qu'il choisit à créer.

L'orateur peut construire une image de soi personnelle ou collective devant son public alors que, comment se construit l'ethos numérique collectif des enseignants de français dans les commentaires de Facebook ? Comment manifeste l'image de soi des enseignants de français dans les commentaires ?

Durant ces dernières années, le numérique a envahi notre monde et grâce à lui l'homme aujourd'hui peut communiquer, partager et mettre tout ce qu'il veut sur le web. Notre corpus de recherche inclut dans le domaine de l'enseignement, on va voir la construction de l'ethos numérique collectif des enseignants c'est-à-dire l'image collective des enseignants à travers les commentaires sur Facebook ou l'image collective qu'ils reflètent dans les commentaires sur Facebook.





## **Chapitre 02 : Description et analyse les commentaires de Facebook**

## 1 La description du corpus

Le corpus sur lesquels s'appuie notre travail est constitué de 38 technodiscours et une publication combinée en 28 figures postés sur le groupe public qu'est réservé aux enseignants du français 1AM 2AM 3A 4AM français (2G). Les commentaires que nous avons collectés sont relatifs aux plusieurs publications. Le groupe comporte 223 177 membres. Il a été choisi pour son succès sur Facebook ainsi, le grand nombre des internautes qui suivent ce groupe c'est un indice capitale que nous manifestons l'activation des enseignants dans ce groupe. En plus, il est un bon site de cette tendance.

La photo de profil du groupe (figure 2) est très symbolique parce que à l'intérieur du coté gauche, elle se contient une image, représentant une classe dans une école rempli par les élèves avec une enseignante et à l'autre coté, il y a une lettre contenant des informations sur le groupe comme le nom de la créatrice « Amel Ouatiq » et l'admin « Walid Babah » de ce groupe ainsi, l'expression « enseignants de français » dont il nous permettons de préciser par qui réservé ce groupe, nous trouvons aussi une plume au coté de la lettre. Au milieu, il y a le nom du groupe : 1AM 2AM 3A 4AM français (2G).

Notre corpus est constitué d'un ensemble discursif composant sur le web précisément dans RSN. Concernant la confidentialité et l'anonymat des internautes, il faut protéger la vie privée des utilisateurs de Facebook donc, nous avons caché leurs informations en utilisant l'application « Picsart » après de faire une capture d'écran sur les commentaires qui nous choisissons d'intégrer dans notre travail. Notre corpus est sous forme des captures d'écran afin de garder leur forme comme elle est apparue su Facebook en conséquence les données collectés sont scientifiquement acceptables et valables.

Il faut collecter un grand nombre des commentaires dont ils obéissent aux approches et des méthodes pour les analyser afin d'avoir la manifestation et la construction de l'ethos numérique collectif des enseignants.



Figure 2

## 2 Méthodologie de travail

Dans ce travail, nous allons voir la manifestation et la construction de l'ethos numérique collectif des enseignants à travers les commentaires alors que, on parle sur les technodiscours qui sont des composites technolangagier.

Notre travail s'inclut avec les travaux de l'analyse du discours numérique natif (ADN) en d'autre terme avec les discours que sont descendus a partir des réseaux sociaux numériques (RSN) et se classer avec les études qui touchent l'ethos.

Notre corpus obéit à la perspective écologique et post-dualiste de l'analyse du discours numérique natif qui nécessite en quelque sorte méthodologique afin de pouvoir d'observer et analyser les commentaires, nous devons connecter sur le web 2.0 comme des usagères grâce à l'observation participante parce que nous devons créer un compte Facebook pour intégrer à ce groupe dans le but d'étudier notre corpus dans leur environnement.

La perspective écologique est nécessaire afin d'analyser le discours numérique natif parce que, l'approche écologique prise en compte le contexte dans lequel il est produit donc, elle n'isole pas l'énoncé durant l'analyse mais, elle étudie les échanges dans leur contexte. La perspective écologique dans l'analyse du discours numérique

chez Paveau est « *La perspective écologique impose de présenter les exemples dans leur environnement natif et l'idéal serait évidemment de pouvoir travailler avec un navigateur ouvert, ce que ne permet évidemment pas la publication hors ligne* » (Paveau, 2017, p. 16).

La perspective post-dualiste est une approche qui refuse à distinguer entre les éléments linguistiques et les éléments extralinguistiques que nous trouvons dans les commentaires parce que, le discours numérique est relié avec la matérialité technique et la sémiotique qui nous apportons un sens au discours.

Notre démarche de travail et notre analyse du discours numérique se focalise sur la collecte de données en ligne, l'analyse du contenu, l'analyse de tonalité et l'analyse de la forme.

D'abord, nous commençons par la collecte des données c'est-à-dire nous essayons de collecter un grand nombre des données (commentaire et publication) sur ce groupe Facebook « 1AM 2AM 3AM 4AM français (2G) ». Ensuite, en passe à l'analyse du contenu qui vise à analyser les commentaires et les publications dont ils lient avec les interventions des internautes puis, nous pouvons aborder l'approche convenant selon le type du discours dans l'analyse comme la sémiotique pour analyser les émoticônes enfin, l'analyse de tonalité qui nous permettons de comprendre les tonalités des commentaires des internautes pour identifier le type des commentaires (le ton lyrique, le ton oratoire...) Il y a aussi l'analyse de la forme, cette partie est correspondante à la forme du discours c'est-à-dire la longueur du discours et les compostes (les émojis, les avatars, l'abréviation...etc.) tous font partie à la construction de l'ethos collectif des enseignants.

Bref, nous adoptons l'approche écologique et postdualiste dans notre analyse du discours numérique qui nous permettons de montrer l'ethos numérique collectif des enseignants à travers les commentaires et les publications sur ce groupe. Les commentaires contiennent des significations et des attitudes des enseignants que nous aide à comprendre la construction et la manifestation de l'ethos numérique collectif des enseignants de français.

### **3 La construction de l'ethos numérique collectif des enseignants de français**

L'ethos des enseignants se construit selon des critères : leur crédibilité, ses expériences précédentes, sa sincérité ou la fonction et la situation dans le cadre social. Donc, les enseignants doivent être crédibles, compétents, généreux et connaisseurs.

Avant d'entamer à analyser les données collectées en ligne, Nous présentons les publications et les commentaires des enseignants que sont sous forme captures d'écran recueillies sur le groupe Facebook (1AM 2AM 3AM 4AM français (2G)) dont ils nous démontrons la construction de l'ethos collectif des enseignants de français.

Toujours les enseignants essaient d'apparaître dans une image parfaite devant leurs publique et créent un caractère à leur personnalité donc, à partir de ces technodiscours collectés, nous allons voir quelle image ils veulent à nous démontre. Alors que, nous choisissons des publications et des commentaires énoncés par les enseignants dans ce groupe.

#### **3.1 L'ethos de générosité**

Aujourd'hui dans l'univers numérique, les enseignants de ce groupe partagent et publier des travaux comme les examens, les préparations du cours, les agendas... afin d'apparaître dans image d'un être généreux et devenir un être reconnu entre les internautes pour l'adopter une référence dans l'enseignement.

Les captures d'écran (figure 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 et 10) que nous choisissons à mettre en scène, sont des technodiscours contenant des paroles, des émoticônes et des images... Le contenu des captures d'écran est prononcé par des internautes sur le groupe (1AM 2AM 3AM 4AM français (2G)). Nous passons maintenant à analyser les technodiscours ci-dessous pour avoir quels ethos les enseignants veulent à démontrer devant les interlocutoires.

Pour affirmer notre proposition, nous nous appuyons vers un discours doxique partagés relatifs aux plusieurs publications qui relève l'ethos de générosité chez les enseignants :



Figure 3 : commentaire 1



Figure 4 : commentaire 2

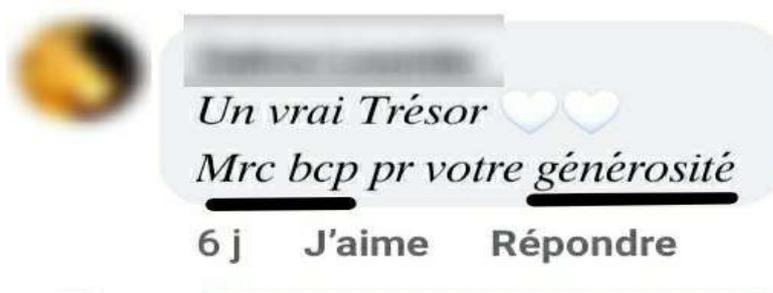


Figure 5 : commentaire 3



Figure 6 : commentaire 4



Figure 7 : commentaire 5

Comme nous pouvons apercevoir dans ces cinq technodiscours où les internautes remercient les enseignants pour le partage du contenu et à leur générosité avec eux parce que cela facilite la tâche des internautes.

Pour le commentaire trois, l'internaute emploie deux émojis successive sous forme de cœur blanc situé après l'expression « un vrai trésor », qu'ils signifient l'amour pure il veut dire que, cet enseignant ressemble le vrai trésor qui est difficile à trouver comme l'amour pure. En passe au commentaire cinq, l'internaute utilise l'émojis de la prière après l'expression de « جزاك الله كل خير » c'est-à-dire l'internaute demande à Dieu de récompenser l'enseignant grâce à son travail et leur générosité.

Dans le commentaire quatre, l'internaute utilise l'autocollant qui comporte le mot « respect » cela signifie que l'internaute ressent du respect envers l'enseignant.

Les émoticônes sont des paradigmes techno-sémiotiques qui prennent une importance considérable dans le technodiscours et la communication parce que la modalité iconique nous aide à comprendre le discours et l'interprétation alors que, les émoticônes sont plus expressifs :

« Il est évident que l'émoticône joue un rôle fort dans l'ancrage énonciatif du locuteur, puisqu'elle est toujours l'indice de l'émotion ou de la subjectivité du locuteur, elle inscrit nécessairement ce dernier de façon forte, en montrant sa présence explicite de sujet éprouvant, dans son discours.» (Halté, 2016, p. 242)

La majorité des discours exprimés sont sur la générosité des enseignants de français et cela s'inclut dans la tonalité de politesse parce que, les internautes remercient les enseignants pour le partage de ses travaux et à leur générosité vers eux. Quelque exemple de remerciement : «grand merci » «Merciïïïï » «Merci infiniment » «Merci infiniment » sont classer dans le même ton.

Les internautes utilisent la langue arabe pour remercie les enseignants « جزاك الله كل خير » et « ربي يجازيكم و يحفظكم » et il y a aussi un internaute utilise l'abréviation «Mrc bcp » au lieu d'écrire « merci beaucoup » et« pour » remplacé par « pr ». Nous remarquons que les enseignants rarement utilisent les abréviations pour confirmer qu'ils bien maîtrisent la langue française.



Figure 8 : commentaire 6



Figure 9 : commentaire 7

Il y a aussi ces commentaires où les internautes démontrent l'éthos de générosité des enseignants de français.



Figure 10 : commentaire 8

Nous terminons par cette figure dont elle comporte trois commentaires qui résument le tout sur la générosité des enseignants de français. Nous avons pris ces technodiscours comme des échantillons à notre étude car nous ne pouvons pas mettre tous les commentaires qu'ils démontrent l'éthos de générosité des enseignants. En effet, les internautes de groupe 1AM 2AM 3AM 4AM français (2G) donnent le titre de générosité aux enseignants de français en conséquence, les enseignants de français réussissent à manifester « l'éthos de générosité ».

### 3.1 L'éthos d'aide

A partir de l'analyse précédente (l'éthos de générosité), nous remarquons que d'émergence un autre caractère chez les enseignants qu'est l'éthos d'aide c'est-à-dire les enseignants aident les utilisateurs et qui demandent l'aide par le partage des documents.

Nous nous présentons neuf commentaires rassemblé entre des commentaires interactifs et des autres non-interactifs ainsi, une publication pour avoir les interventions des commentateurs sur cette publication.

Pour les commentaires neuf et dix, nous trouvons que les deux internautes mentionnent deux caractéristiques relatives aux enseignants de ce groupe.



Figure 11 : commentaire 9



Figure 12 : commentaire 10

L'entraide et le partage sont deux caractères exclusifs aux enseignants de ce groupe. Il y a deux types d'aide dans ce groupe : le premier type est l'aide entre les enseignants et le deuxième type est l'aide entre les enseignants et les utilisateurs (pourrait être un parent pour enseigner son fils ou un homme besoin des informations sur un sujet donc, il pose sa question aux enseignants pour avoir des réponses...). Donc, l'entraide est l'aide mutuelle entre les enseignants c'est-à-dire, chaque enseignant partage ses documents, ses informations, ses idées avec les autres enseignants, et cela nous conduit au travail d'équipe et la collaboration chez les enseignants pour améliorer la qualité de l'enseignement qui nous donnons un résultat efficace au service de l'apprentissage. Le commentaire 11 démontre l'ethos d'aide et les conséquences du travail en équipe.

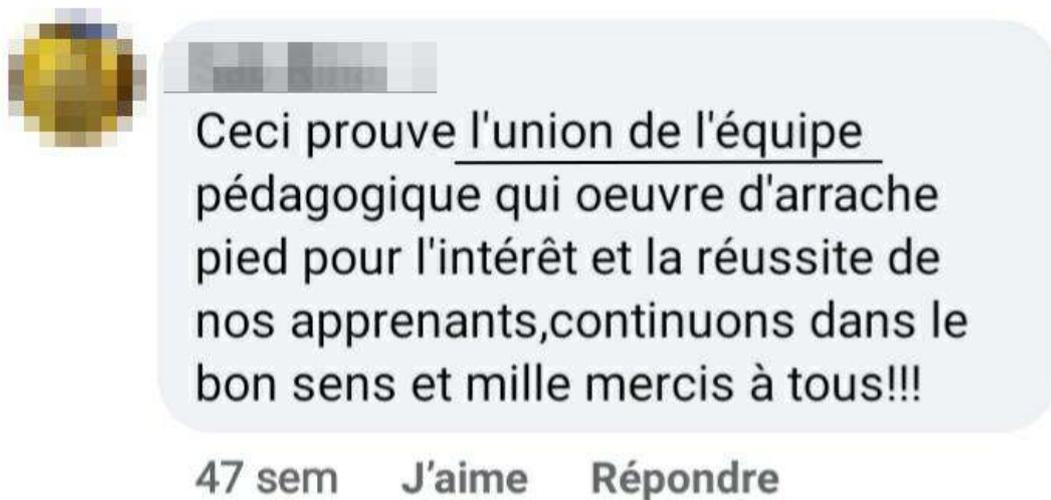


Figure 13 : commentaire 11

En revenant au commentaire dix, l'internaute fait un rappelle sur ce groupe 1AM 2A 3AM 4AM français (2G) qu'est le meilleur groupe parmi les autres groupes des enseignants de français grâce à leur aide et à la disponibilité pour répondre aux questions des internautes ainsi, il demande à Dieu de les protéger en plus, les commentateurs de 10, 11, 12 et 13 passent un remerciement à tous les membres de ce groupe.

Nous passons au commentaire 12, l'internaute est très reconnaissant à cause de l'aide présenté par les enseignants et prie à Dieu de les récompenser « jazakom Allah kol khir ». En addition, il emploie quatre émojis de paume contre paume doigts vers le haut dans son discours qu'ils apparaissent en dernier d'énoncé qu'ils signifient la prière de l'utilisateur aux enseignants. Nous trouvons aussi dans le commentaire 13 la manifestation de l'ethos d'aide chez les enseignants, cet utilisateur est très satisfait parce qu'il est un membre parmi les membres de ce groupe ainsi, le commentateur considère que l'enseignant comme un guide qui montre le bon chemin dans l'enseignement. Il y a deux personnes réagir par un cœur avec ce commentaire qui exprime que ils sont d'accord avec lui.



Figure 14 : commentaire 12



Figure 15 : commentaire 13

La figure 15 présente une publication postée par un enseignant qui pose une question sur un sujet d'examen, l'enseignant demande l'aide aux autres enseignants dans une publication autour le contenu du sujet d'examen. Cette publication manifeste l'aide mutuel entre les enseignants qui s'appelle l'entraide alors que, toujours les enseignants tentent d'apparaître comme des enseignants adjoints.



Figure 16 : commentaire 14

Ces quelques commentaires relatifs à cette publication (commentaire 15 et 16). Ce sont des réponses des enseignants sur la question de l'enseignant.



Figure 17 : commentaire 15



Figure 18 : commentaire 16

En effet, tous les commentaires manifestent l'éthos d'aide chez les enseignants de français. Dans ce technodiscours, nous trouvons que l'utilisateur rencontre un problème sur un sujet puis, il pose sa question afin de trouver des réponses chez les enseignants qui orientent, conseillent et aident tous les usagers qui ont besoin d'aide.

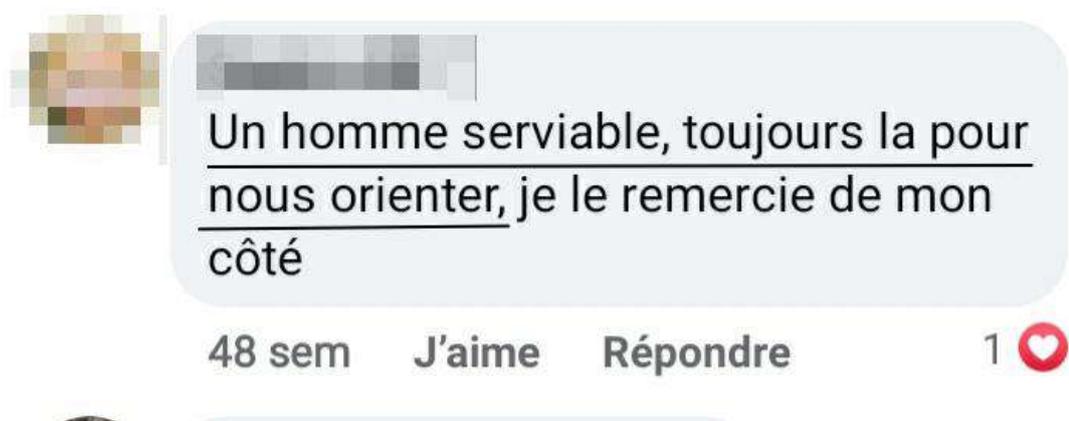


Figure 19 : commentaire 17



Figure 20 : commentaire 18

Toujours la tonalité des commentaires est dans le même ton précédent, les internautes trouvent que les enseignants aident les internautes.

Les énoncés des commentateurs sont des références à la gratitude et le remerciement vers les enseignants qui ont toujours disponibles pour aider, orienter et faciliter la tâche aux internautes.

Tous ces technodiscours confirment que les enseignants de français sont des individus aidant parce qu'ils partagent afin d'aider et orienter pour manifester comme des êtres généreux.

Nous pouvons amalgamer les deux derniers de type d'ethos ou les deux caractères de l'ethos des enseignants de français parce que, quand nous trouvons les enseignants partagent leur documents avec les autres, cela montre qu'ils sont généreux.

Enfin, les enseignants partagent un contenu sur Facebook pour aider, orienter les utilisateurs car ils sont généreux.

### 3.3 L'ethos de connaissance et compétence

Quand nous entendons ou disons le mot « enseignant », toujours nous nous concentrons sur les caractéristiques qu'il possède. Parmi ces caractéristiques : la connaissance et la compétence parce que les enseignants doivent être fins connaisseurs et compétents dans leur spécialité en d'autres termes, il faut bien maîtriser le domaine qu'il enseigne.

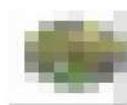
Les enseignants doivent connaître les propriétés de leur spécialité pour devenir des enseignants compétents, il faut acquérir des connaissances du domaine qu'il enseigne comme notre pays « l'Algérie » est un pays francophone alors que nos enseignants de français doivent maîtriser la langue française pour enseigner les apprenants et devenir des enseignants compétents. En effet, la connaissance qui rend les enseignants compétents.

Dans ce groupe, nous trouvons que les enseignants préparent les cours, les agendas, les fichiers pédagogiques, des examens et tous ce qui a une relation avec l'enseignement pour les distribuer aux enseignants débutants ou pour les autres membres qui font partis de ce groupe.

Ce groupe, nous permettent d'avoir l'ethos de connaissance et de compétence, nous pouvons prendre quelques commentaires figurant l'ethos de connaissance et l'ethos de compétence sous forme des captures d'écrans.

Pour les commentaires ci-dessous que sont relatifs aux plusieurs publications où les internautes déclarent que les enseignants de ce groupe sont des êtres connaisseurs et compétents grâce au partage des documents afin d'aider les internautes en conséquence, ils sont capable de juger leurs travaux présentés car, ils ont acquis la connaissance de leur domaine, ils connaissent d'exploiter le savoir-faire et démontre ses idées devant les internautes sans souci.

Dans le 19<sup>ème</sup> technodiscours, l'internaute voit que cet enseignant qui partage la publication est un enseignant compétent à travers sa générosité et pour lui, l'enseignant considère comme « une source d'inspiration » parce que, l'enseignant est un conseiller en plus, grâce à la qualité de ses informations qu'enrichir l'enseignement, il est un bon modèle à suivre. Un internaute accorde ses paroles sur l'enseignant et il réagit par un cœur rouge qui signifie qu'il aime les paroles que destinent à l'enseignant.



Son travail en dit long sur ses  
compétences et sa générosité, merci  
beaucoup, une source d'inspiration.

48 sem J'aime Répondre



Figure 21 : commentaire 19

En passe au 20ème commentaire qui aussi résume le point de vue de l'internaute sur la publication qui reflète l'ethos de l'enseignante « Dahab Mehdaoui ». Dans le commentaire, l'internaute présente un hommage méritant à l'enseignante à travers des expressions chaleureux «Hommage très mérité », « une valeureuse Dame », « une véritable encyclopédie », « très interactive », « sympathie, pertinence et professionnalisme » grâce aux grandes nombres des documents dont ils servent et enrichir le domaine du enseignement de la langue française par ses références. Il la semblable comme encyclopédie « une véritable encyclopédie » à cause de la qualité de ses informations, une experte dans leur domaine et elle comprend le tout et considéré comme une référence dans le domaine de l'enseignement du français parce qu'elle aide, diriger, orienter et répondre aux utilisateurs selon ses besoins de façon sympa, pertinent et professionnel. Ainsi, il y a quatre personnes réagissent avec ce commentaire.

L'internaute emploie le pronom « nous » parce que le « nous » désigner le « je » et « vous » car le « je » représente l'internaute et le « vous » indique les internautes donc, le commentateur représente les internautes par l'utilisation du pronom « nous » qu'agit la construction de l'ethos collectif dans le discours.

A la fin du discours nous trouvons que l'internaute transmet une salutation à l'enseignant accompagne avec un souhaite qui manifeste l'amabilité et la gentillesse de l'internaute.

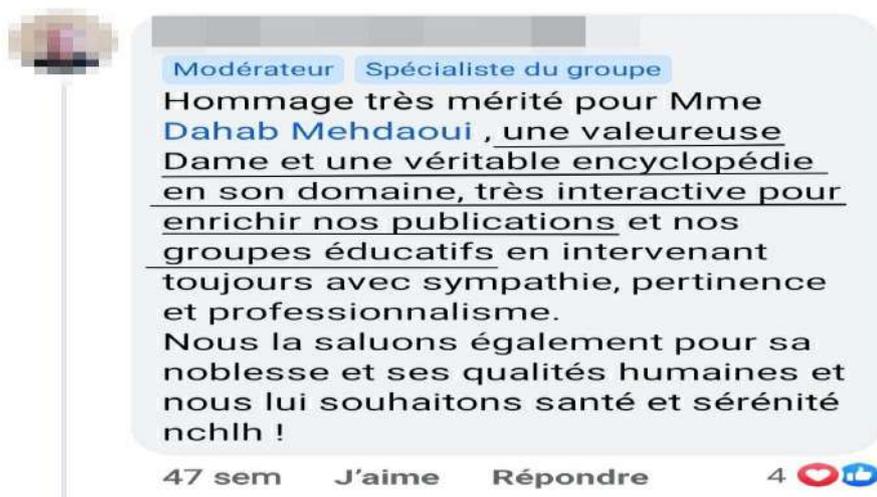


Figure 22 : commentaire 20

Nous pouvons le voir dans les trois commentaires 21, 22 et 23, les internautes remarquent que les enseignants sont connaisseurs et compétents parce que les enseignants acquièrent. L'internaute dans le commentaire 21 utilise l'expression « chapeau bas » pour exprimer un profond respect vers l'enseignant à cause de la quantité et la qualité des informations partagées dans le groupe, il le considère comme un guide pour les autres enseignants.

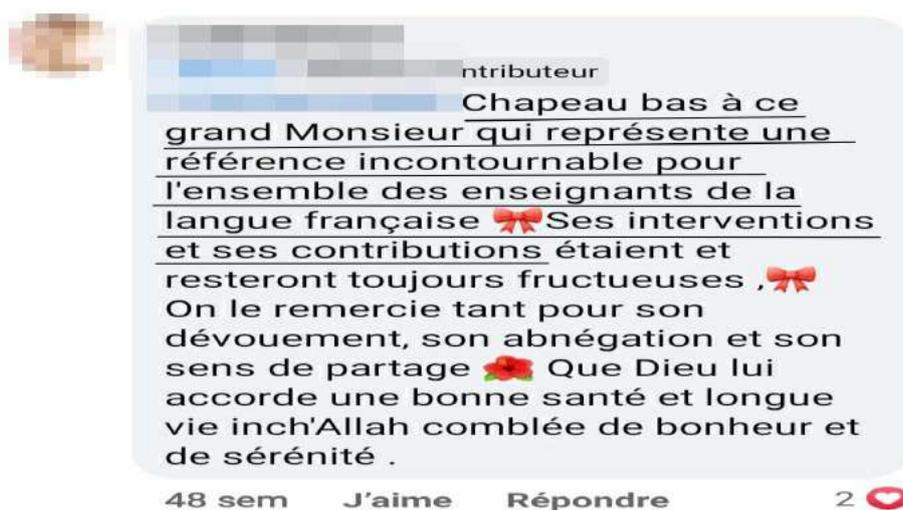


Figure 23 : commentaire 21



Figure 24 : commentaire 22

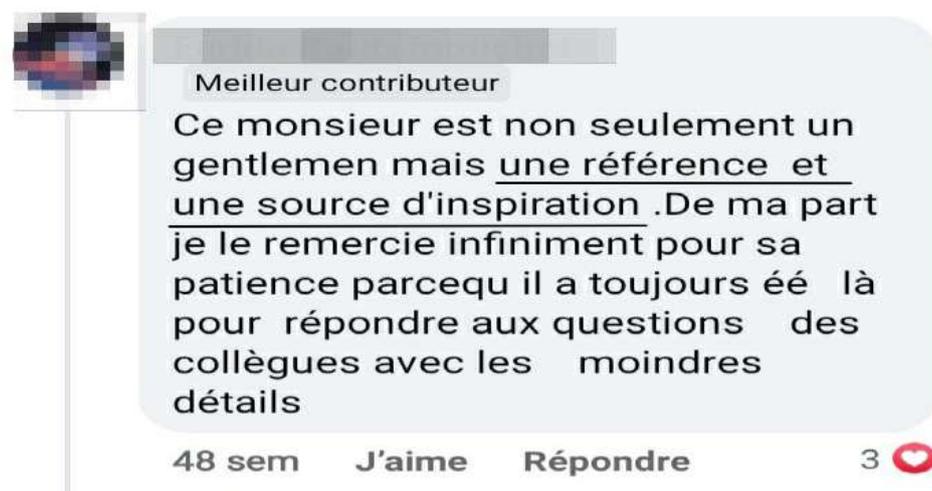


Figure 25 : commentaire 2

### 3.4 L'ethos de crédibilité

Un sujet d'enseignement a besoin de manifester et apparaitre comme un être crédible pour présenter leur personnalité. La crédibilité chez Charaudeau est « *le résultat d'une construction, construction opérée par le sujet parlant de son identité discursive de telle sorte que les autres soient conduits à le juger digne de crédit* » (Charaudeau, 2005, p. 91)

Dans le discours de l'enseignement, l'enseignant se donne une image d'un être crédible par le dire vrai, comme un être sérieux, la confiance en soi, l'entraide entre les internautes, le partage des contenus, la responsabilité, la connaissance, la générosité, et la compétence...etc. Pour construire un ethos de crédibilité, il faut impliquer ces valeurs que sont associées à la qualité personnelle et professionnelle des enseignants. Alors que, la crédibilité est l'image positive de l'enseignant qu'elle construit par le sujet.

A partir des commentaires des internautes de ce groupe, nous remarquons que les enseignants partagent des documents et des fichiers crédibles qu'ont adoptés comme des références par les internautes ainsi, le grand nombre des abonnés est un indice qui démontre la qualité des publications et la dignité du contenu partagés.

Les enseignants toujours essaient de construire une image d'un enseignant digne, honnête, sérieux, fidèle, sincère et noble à travers de contenu crédible, vrai, fiable et correcte. Nous nous présentons quelque commentaire démontrent l'ethos de crédibilité des enseignants de français :



Figure 26 : commentaire 25

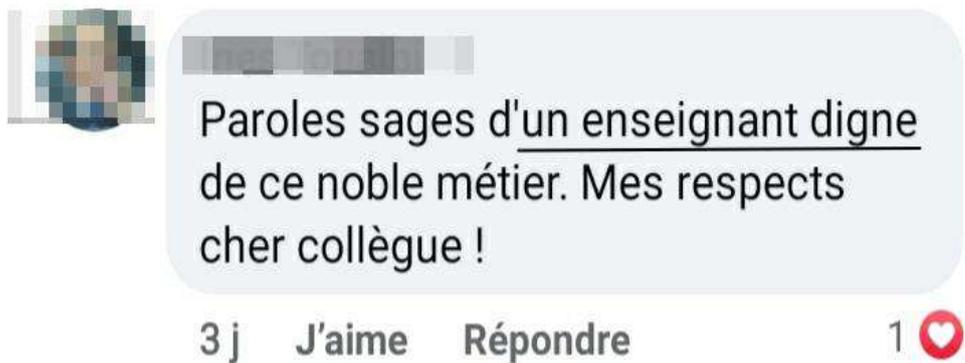


Figure 27 : commentaire 26



Figure 28 : commentaire 27

Dans le commentaire 27, l'internaute déclare que cet enseignant est crédible avec un autocollant d'un homme salué par son chapeau sous forme bas que signifie le respect de l'internaute vers l'enseignant.



Figure 29 : commentaire 28



Figure 30 : commentaire 29

Le commentateur de 29 emprunte le mot « maquillage » parce que le maquillage est utilisé pour couvrir les défauts et la vérité mais notre enseignant ici nous donne la vérité à cause de sa crédibilité mais ici l'internaute intègre le mot « maquillage » et dit « c'est loin de tout maquillage » pour démontrer que cet enseignant est crédible.

Les enseignants doivent donner des informations justes et correctes parce que l'enseignement est un domaine sensible qui a besoin d'être crédible.

L'éthos numérique collectif des enseignants de français se construit par la crédibilité, l'entraide, le partage, la connaissance et la compétence.



## **Conclusion**

Notre travail s'appuie sur le discours numérique. En d'autre terme, sur l'analyse du discours numérique qu'est un domaine apparu récemment avec le développement des méthodes et des moyens de communication qu'a connu l'humanité.

L'objectif de notre recherche est concentré sur la manifestation et la construction de l'ethos collectif des enseignants de français à travers les commentaires Facebook dans un contexte numérique. Pour mener notre recherche, nous avons structuré notre travail en deux chapitres : Le premier chapitre qui s'intitule « la communication et discours numérique » basé essentiellement sur les éléments théoriques. Il est consacré au développement des concepts théoriques pour recueillir les informations, les traitements des documents, consulter les ouvrages et les mémoires et exploiter les sites internet où nous y trouvons tous les notions qui sont lié à notre thème abordé. Quant au deuxième chapitre, est intitulé « l'étude du corpus, la description et analyse le discours numérique » est réservé à la description et d'analyser notre corpus constitué de 38 technodiscours publié sur le groupe Facebook « 1AM 2AM 3AM 4AM français (2G) » c'est un groupe réservé aux enseignants de français.

Dans ce travail, nous avons pris les commentaires des enseignants pour vérifier la manifestation et la construction de l'ethos numérique collectif des enseignants de français. L'ethos collectif est l'image d'une communauté dévoilé et démontré par les internautes à leurs auditeurs à travers leur discours. Donc, les enseignants construisent une image collective selon des critères sur lesquels veulent apparaître aux internautes parce que les enseignants sont soucieux de l'image que l'on pourrait se faire d'eux dans un monde virtuel. Alors ils soignent leur image afin d'être persuasif.

Avant d'entamer ce travail, nous avons fixé les objectifs de notre recherche qui vise à étudier l'ethos numérique collectif des enseignants. En effet, nous avons cherché à connaître : Comment se manifeste l'Ethos numérique collectif des enseignants de français à travers les commentaires postés sur ce groupe Facebook 1AM 2AM 3AM 4AM français (2G) ?

- Quelle stratégie et quelle rhétorique entrent en jeu dans la construction d'un discours numérique ?

Pour affirmer ou infirmer nos hypothèses et comprendre comment se manifeste et se construit l'ethos numérique collectif des enseignants de français, nous avons adopté la méthode de l'analyse du discours numérique qui a fait un appel à l'approche écologique et post-dualiste du discours numérique natif. Donc, l'approche de l'analyse du discours numérique a contribué à analyser les données collectées en ligne grâce à l'observation participante en trois niveaux : le contenu, la forme et la tonalité afin de comprendre la signification des commentaires pour obtenir un résultat valable sur la construction de l'ethos numérique collectif des enseignants.

Après l'analyse de notre corpus, nous confirmons nos hypothèses de départ. Donc, nous pouvons déclarer les résultats que nous avons obtenus à partir de la démarche que suivie :

- L'ethos est l'impression de l'orateur qui fait sur ses auditoires à travers le discours donc, l'ethos est un instrument essentiel et important pour réussir la persuasion.
- Le discours numérique des enseignants de français se caractérise par l'hétérogénéité énonciative c'est-à-dire, les commentaires se composent par des éléments linguistiques et des autres extralinguistiques comme les émoticônes, les photos et les avatars...
- Les enseignants tentent toujours de construire leur propre image pour manifester dans une image idéaliste traduisant ce que l'on désire être.
- Après l'analyse de notre corpus, nous avons repéré que les enseignants de français suivaient des stratégies pour construire leurs ethoses comme le partage de ses documents avec la communauté de Facebook afin d'aider leurs amis dans le domaine ou des gens qui ont besoin d'aide. Dans ce groupe, les enseignants partagent ses fichiers avec les autres pour devenir des êtres généreux celle-ci a dévoilé l'existence de deux critères chez les enseignants de français : le premier est l'ethos de la générosité et le deuxième est l'ethos d'aide.

- A partir de l'analyse des commentaires, les commentateurs ont démontré que les enseignants de français sont comme des êtres connaisseurs, compétents et crédibles. C'est qui nous a permis de leur faire confiance.

En guise de conclusion, cette étude qui a révélé l'ethos numérique collectif des enseignants à travers les commentaires que sont exprimés par les internautes sur le groupe Facebook « 1AM 2AM 3AM 4AM français (2G) ». Nous espérons que à partir de ce travail avoir amené un plus à l'analyse du discours numérique.

A la fin de ce travail, nous pouvons signaler qu'il y a des autres réflexions sur ce sujet abordé au des autres sujets proches. Avec le développement des moyens de communication dont il soulève une question sur l'utilisation des avatars par les enseignants et faire une comparaison entre l'avatar réels et l'avatar virtuel sur Facebook.

**Liste des références bibliographiques :****OUVRAGES :**

BENVENISTE, E. (2005). *Problèmes de linguistique générale*. France: Ed. Tel Gallimard.

Charaudeau, P. (2005). *le discours politique*. Paris: vuibert.

Christina Baylon et Xavier MIGNOT. (2003). *La communication : les outils et les formes de la communication : une présentation méthodique et illustrée*. France: Ed. Nathan université.

Guillaume. (1991). *Etudes de grammaire logique comparée. le passés de l'indicatif français, allemands et russes*. Paris: Librairie Fischbacher.

Maingueneau, D. (1996). *initiation aux méthodes de L'ANAYSE DU DISCOURS Problèmes et perspectives*. Paris: CLASSIQUE HACHETTE.

R.Amosy. (2021). *L'ARGUMENTATION DANS LE DISCOURS*. Malakoff: 4e édition ARMAND COLIN.

SAUSSURE, F. d. (2003). *Cours de linguistique générale*. Alger: Ed. Enag (3ème édition).

**DICTIONNAIRES :**

Amosy. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*.

CHARAUDEAU P & MAINGUENEAU D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Seuil, Paris.

*Le Grand Robert de la langue française*. version numérisé.

MARTHIEU-ROSAY, J. (1985). *Dictionnaire étymologique*. Belgique: Ed. Marabout.

Paveau. (2017). *L'ANALYSE DU DISCOURS NUMERIQUE, Dictionnaire des formes et des pratiques*. Paris: Hermann.

**ARTICLES et REVUES**

Barton et Stygall. (2002). *Discourse studies in composition*. Hampton Press , 1.

Bourdache, A. (2023). Des noms et des discours sur le web social. Éléments d'analyse technodiscursive. *Hypotheses* .

Halté. (2016). Enjeux pragmatiques et sémiotiques de l'étude des émoticônes. *Réseaux*, 197-198, 227-252. , 242.

Maingueneau.D. (2012). Que cherchent les analystes de discours. *Argumentation Analyse du discours* , 5.

Paveau. (2019). Introduction Ecrire, parler, communiquer en ligne: nos vies sociolinguistiques connectées. *LANGAGE ET SOCIETE* , 13.

Rosati, V. (2012). Des enjeux éthiques généraux à l'ère du numérique. *éthique publique* , 12.

Rosier, L, L'éthos sur Facebook : de l'interaction à l'autofiction.

Dans Angermuller, Johannes & Philippe, Gilles (Dir(s).),

Analyse du discours et dispositifs d'énonciation: Autour des

travaux de Dominique Maingueneau. Limoges, Lambert-Lucas, 2015, 293-303.

# Annexes

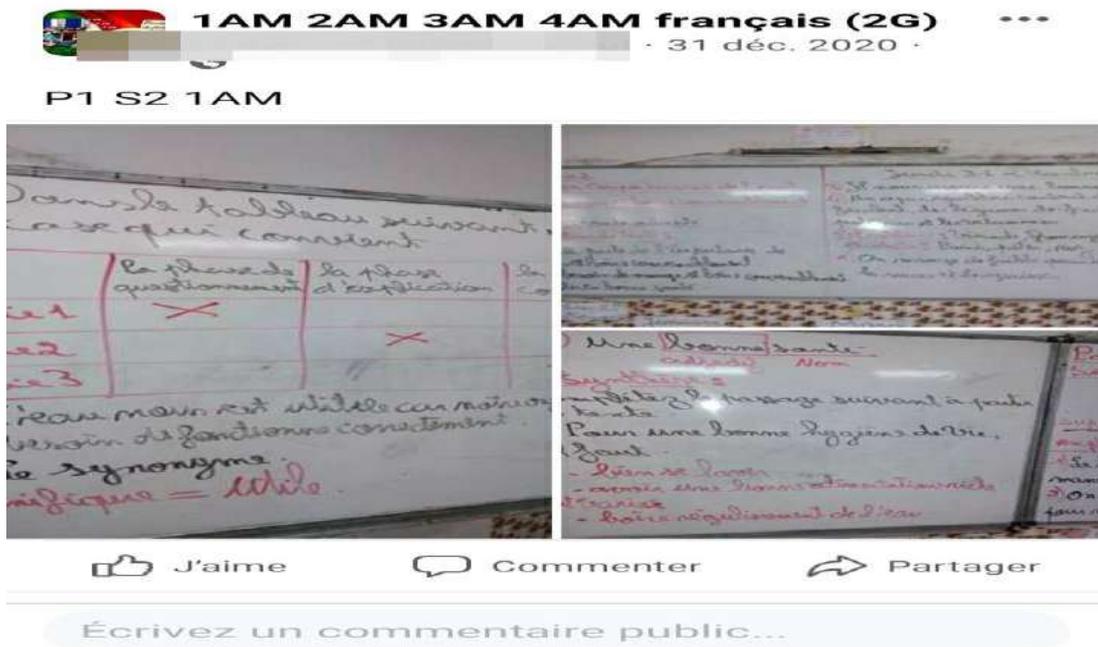




Capture d'écran de profil du groupe Facebook

Le lien du groupe :

<https://www.facebook.com/groups/377219359287338/?ref=share&mibextid=NSMW>  
BT



Le lien :

<https://m.facebook.com/groups/377219359287338/permalink/1381255088883755/?mibextid=Nif5>



<https://www.facebook.com/groups/377219359287338/permalink/1772964979712762/?mibextid=Nif5oz>

## Résumé

Notre travail de recherche met l'accent sur l'ethos collectif dans le discours numérique, précisément sur les réseaux sociaux numériques. Nous avons essayé de connaître comment se manifeste et se construit l'ethos numérique collectif des enseignants de français à travers les interventions des internautes dans les commentaires du groupe Facebook « 1AM 2AM 3AM 4AM français (2G) ». Nous avons adopté l'approche écologique et postdualiste en tant que des observateurs participants afin d'analyser les commentaires. Ce travail est divisé en deux chapitres : le premier est théorique qu'est consacré sur le développement des concepts théoriques et le deuxième est pratique qu'est réservé à décrire et analyser le corpus qui constitue de 38 commentaires et une publication. A la fin de ce travail, nous pouvons affirmer que les enseignants de français tenteraient d'apparaître comme un enseignant crédible, connaisseur et compétent par le partage, la générosité et l'aide.

**Mots clés :** Ethos collectif, discours numérique, les enseignants de français, la manifestation et la construction, Facebook, ethos numérique.

### ملخص :

يتطرق عملنا إلى دراسة الباتوس الجماعي في الخطاب الرقمي، تحديداً على الشبكات الاجتماعية الرقمية. من أجل معرفة كيفية ظهور وبناء الباتوس الرقمي الجماعي لمعلمي اللغة الفرنسية من خلال تعليقات مستخدمي الإنترنت عبر مجموعة الفيسبوك "1AM 2AM 3AM 4AM français (2G)". لهذا، اعتمدنا المنهج الأيكولوجي و البوستدوياليست كمرقبين مشاركين لتحليل التعليقات. ينقسم هذا العمل إلى فصلين: الأول نظري لتعريف المفاهيم النظرية والثاني عملي مخصص لوصف وتحليل 38 تعليقاً و منشوراً. في نهاية هذا العمل، نؤكد أن المدرسين للغة الفرنسية يحاولون الظهور في صورة معلم ذو مصداقية ومعرفة وكفاءة حتى يتمكنوا من بناء روحهم الرقمية الجماعية بواسطة مشاركة أعمالهم وكرمهم والمساعدة التي يقدمونها.

**الكلمات المفتاحية :** الباتوس الجماعي، الخطاب الرقمي، أساتذة اللغة الفرنسية، بناء و ظهور، الفيسبوك، الخطاب الرقمي

### Abstract.

Our research work focuses on collective ethos in digital discourse, specifically on digital social networks. We have tried to find out how the collective digital ethos of French teachers are manifested and constructed through the interventions of Internet users in the comments of Facebook group "1AM 2AM 3AM 4AM français (2G)". For this, we adopted the ecological and postdualist approaches as participant observers in order to analyze the comments. This work is divided into two chapters: the first is theoretical which is devoted to the development of theoretical concepts and the second is practical which is reserved to describe and analyze the corpus which constitutes 38 comments and a publication. At the end of this work, we can say that French teachers would try to appear as credible, knowledgeable and competent teachers through sharing, generosity and help.

**Key words:** collective ethos, digital discourse, French teachers, manifestation and construction, digital ethos