



*Communication électronique, de la conversion langagière à la reconversion numérique*  
*Electronic communication, from language conversion to digital reconversion*

NEZZARI Hasna

Université Moustapha Benboulaïd Batna-2  
(Algérie)

[h.nezari@univ-batna2.dz](mailto:h.nezari@univ-batna2.dz)

Résumé:	informations sur l'article
<p><i>Les pratiques langagières réalisées sur le web, en particulier sur les réseaux sociaux et précisément dans un espace techno-discursif algérien, connaissent une effervescence impressionnante. En effet, une accélération imposante est constatée dans les interactions en ligne. Toutes ces transformations sont le fruit de l'association de la machine et de l'outil informatique aux compétences langagières des internautes. Ces pratiques ont favorisé la possibilité d'aller très vite dans la communication en ligne, ainsi que dans la qualité du message produit qui est de plus en plus proche au message fait dans la communication ordinaire.</i></p>	<p>Reçu 21 février 2023</p> <p>Acceptation 23 Mars 2023</p>
	<p><b>Mots clés:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Communication électronique</li> <li>✓ Écrits numériques,</li> <li>✓ Réseau social Facebook</li> </ul>
Abstract :	Article info
<p><i>Language practices carried out on the web, in particular on social networks and precisely in an Algerian techno-discursive space, are experiencing an impressive effervescence. Indeed, an imposing acceleration is observed in online interactions. All these transformations are the result of the association of machines and IT tools with the language skills of Internet users. These practices have favored the possibility of going very quickly in online communication, as well as in the quality of the message produced, which is increasingly close to the message made in ordinary communication.</i></p>	<p>Received 21 February 2023</p> <p>Accepted 23 March 2023</p>
	<p><b>Keywords:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Electronic communication</li> <li>✓ social networks</li> <li>✓ digital writing.</li> </ul>

## 1. Introduction

La communauté Algérienne a découvert l'internet dans les années 90 pour en faire plus tard et comme toutes les autres populations dans le monde entier un espace de partage de divertissement et de communication, où chaque interlocuteur joue avec ses propres capacités langagières en direct ou en différé.

Le concept psychologique des utilisateurs du web et qui est en principe une faculté intrinsèque de chacun d'entre nous a subi une évolution remarquable.

En effet l'intensification de l'utilisation des communications en ligne a favorisé l'émergence des comportements langagiers qui étaient jusqu'à lors étranges aux écrits traditionnels, et qui ont connu un glissement que ce soit sur le plan syntaxique que morphologique. Ainsi sur l'aspect comportemental des internautes chose qui n'était pas affirmée dans les communications ordinaires écrites.

La situation de plurilinguisme qui caractérise la société Algérienne, favorise les multiplications des pratiques langagières dans le milieu virtuel où dans les communications réalisées par internet, ces pratiques langagières via internet enrichies favorablement les discussions médiées par ordinateur, les interlocuteurs entre eux ne se privent pas dans les communications et font appel à leurs connaissances en langues ou en dialectes, ainsi que les caractéristiques du discours numérique que nous citerons plus loin dans notre article.

Dans cette recherche nous nous intéresserons aux pratiques langagières des internautes algérien et le reflet

psychologique dans les interactions en ligne dans un environnement discursif où les nouvelles technologies offrent la possibilité aux interlocuteurs grâce aux appareils tel (smartphones, tablettes, ordinateurs) de communiquer dans une langue informelle d'un point de vue linguistique. « *C'est d'abord la nature même du langage et de ses manifestations qui est interrogée : en ligne, ce ne sont pas vraiment les scripteurs et locuteurs qui écrivent et qui parlent mais, pour aller vite, les machines et leurs programmeurs qui permettent que des productions langagières fruits de l'intentionnalité de sujets soient performées et acquièrent une existence* (Herrenschmidt 2007). *Dominique Cotte parle à ce propos de « co-énonciation technologique » (Cotte 2004 : 111).*

Dans sa préface Marie-Anne PAVEAU estime que la révolution langagière sur internet ou la transformation et la mutation des langues effectuées lors des conversations tenues via internet, n'est qu'en réalité qu'une reconversion sociale c'est à dire les nouvelles communications écrites ne sont en réalité qu'un résultat imminent d'un changement social évident, elle ajoute aussi « *que cette révolution langagière vient pour remplacer la situation pré numérique qui existait déjà* » (2017 :13).

Notre recherche se veut une réflexion sur les pratiques langagières des utilisateurs du réseau social Facebook.

En fait, pour gérer une interaction en ligne l'énonciateur choisi d'écrire dans un style plus au moins ouvert, réceptif dans le seul but est d'attirer l'attention de son interlocuteur. Il est important de signaler

que la communication en ligne joue un rôle très important dans l'apparition de ce nouveau style d'écriture d'abord chez les jeunes utilisateurs du web, puis le phénomène s'est développé pour toucher l'ensemble des utilisateurs du web social. Les raisons qui sous-tendent le choix de cette recherche sont multiples à savoir :

- \* D'abord, le thème est motivant.
- \* Ensuite, le rôle primordial que joue ce style d'écriture par l'union parfois de deux ou plusieurs langues dans le même message a enrichi le champ linguistique Algérien.
- \* Enfin, les utilisateurs des réseaux sociaux en Algérie trouvent des difficultés en langues étrangères, c'est pourquoi ils ont recours à un style d'écriture bien précis, pour cacher les lacunes et les fautes d'orthographe dans les productions écrites en ligne.

Compte tenu de ces raisons nous posons les questions suivantes :

- \* Les interactions réalisées en ligne véhiculent- elles les pensées et les envies cachées des internautes ?
- \* Le processus comportemental de l'être humain est -il présent dans les productions écrites sur le web ?

Afin d'apporter des éléments de réponse à nos questions deux hypothèses s'imposent :

\*Les communications électroniques aideraient-elles les internautes à exprimer leurs sentiments et leurs idées, à travers un discours médié par ordinateur.

\*Au vu des communications électroniques, nous tenons que les comportements langagiers des internautes sont plus révélateurs en ligne qu'en

présentiel. L'énonciateur a l'opportunité de consolider son message avec des éléments extralinguistiques. Nous supposons alors que langage virtuel serait plus révélateur que celui en réalité.

Notre objectif optimal est de montrer que les nouvelles techniques d'écritures ou la communication médiée par ordinateur favorise :

- \* les échanges dans une même langue par l'ensemble des énonciateurs.
- \*la maîtrise de l'outil informatique pour une meilleure utilisation du système d'écriture.

Notre contribution vise à mettre l'accent sur les comportements langagiers des utilisateurs des réseaux sociaux autour de thèmes authentiques reflétant la société algérienne, comme le féminisme, la liberté d'expression, la jeunesse, ou encore le corona virus.

Les résultats de notre analyse mettront en avant les productions en ligne. Pour cela nous avons divisé notre travail en deux parties : la première partie sera réservée à distinction entre la communication ordinaire et la communication en ligne, la seconde quant à elle, sera destinée à l'analyse de notre corpus et de quelques caractéristiques du discours numérique présents dans les publications des facebookeurs algériens.

### **1.La communication**

Dans la langue courante le mot « *communication* » désigne les réalités physiques aussi différentes que des voies de communication ou des outils de communication tels le téléphone, la radio, le satellite ...etc, et des processus sociaux aussi dissemblables que la publicité, les interventions scientifiques dans un

colloque, ou dans une conversation entre amis. Donc la communication est partout et elle touche tout le monde c'est un fait social qui atteint l'économie, la politique, la société d'une manière générale. Selon K.C. Orrecchioni : « *Communiquer, ce serait avant toute chose faire savoir, mettre l'interlocuteur en possession de connaissance dont il ne disposait pas auparavant* ». (K.C. Orrecchioni 1999 :14)

Toute communication met en œuvre les critères suivants :

**\*l'espace** La communication entre individus se fait systématiquement dans le même espace exemple d'une conversation d'amis qui se tient autour d'une table de diner ou lors d'un repas, comme elle peut se tenir dans deux espaces différents ; exemple d'une conversation téléphonique ou même dans plusieurs endroits ou espaces comme dans le cas de d'une conversation qui se fait sur internet exemple ; des réseaux sociaux où les groupes de discussions, où les gens entrent en communication virtuelle depuis plusieurs espaces et cela dans le monde entier.

Cette communication peut être directe comme lors d'un appel téléphonique ou différé comme les messages qu'on laisse dans une boîte de messagerie.

**\*le temps** Pour ce critère, il s'agit de la communication *synchrone* dans laquelle l'instantanéité des messages écrits en temps réel représente son caractère premier peu importe l'espace, du moment que la communication se tient dans le même temps, c'est-à-dire la transmission du message est directe entre locuteur et interlocuteur, donc la

communication *synchrone* est directe entre deux interlocuteurs ou plus qui participent d'une manière effective à l'échange d'informations durant la même session de communication en revanche l'absence de synchrone entre les membres d'une communication quelconque la classe dans la « *asynchrone* » c'est-à-dire le message est fait ou construit d'une manière différée, Elle repose sur le principe du dépôt des messages et des commentaires dans les groupes de discussion et c'est un point inévitable pour les utilisateurs d'internet .

**\*La technique** Dans une communication ordinaire nous pouvons facilement s'en passer d'un support technique et ce, dans le premier cas où la situation de communication est directe. Plusieurs facteurs entrent en jeu comme la gestuelle, la voix, l'expression corporelle etc. Dans le second cas nous parlerons de la communication indirecte ou plusieurs supports entre en jeu tel la téléphonie les médias et bien d'autres facteurs.

## 2. La communication verbale

La communication verbale est le fait d'établir une relation à travers des mots entre les interlocuteurs d'une même langue, elle peut être orale ou écrite, dans les deux cas l'outil utilisé est le même : c'est le mot ou le message ou l'énoncé utilisé par l'émetteur vers le récepteur selon C.K. Orrecchioni « *Toute interaction verbale se présente comme une organisation à la fois linéaire et hiérarchique d'unités, telles que les séquences ou les échanges dont la structure peut varier d'une société à l'autre.* » (1998 :44).

### 3. La communication non verbale

Cette catégorie de communication est liée directement au langage corporel, le corps humain communique d'une manière involontaire par certains gestes ou positions qui sont difficiles à contrôler. Ce genre de communication englobe en plus du ton de la voix et de son débit, le rythme et l'intonation il y a aussi la proxémique, selon C.K. Orecchioni « *On sait que la bonne distance à adopter, dans une situation donnée, vis-à-vis de son partenaire d'interaction et que ces variations peuvent être d'une ampleur considérable* » (1998 :18). L'axe de proxémique ou de bonne distance est évidemment graduel et il est lié à l'évolution de l'individu dans une société donnée.

### 4. La communication orale et écrite

Dans la communication orale les interlocuteurs sont en principe présents tous les deux lors de l'acte de communication ce qui veut dire qu'elle se déroule dans le même temps et dans un contexte situationnel unique, et que le message passe d'une manière immédiate. Dans ce genre de communication le para-verbal est omniprésent comme nous l'avons cité plus haut.

Le débit, ou la vitesse d'élocution varie d'une société à une autre, elle varie aussi d'un individu à un autre.

L'intensité vocale, dont l'intensité moyenne, ou la variation d'intensité on parle plus ou moins fort, selon la société et selon les langues. Les intonations ou la hauteur de la voix, les interjections sont aussi importantes pour la compréhension du message par l'interlocuteur et ça diffère

d'une société à une autre. Dans la communication écrite, la grammaire et l'orthographe doivent correspondre à l'usage correct de la langue, ainsi qu'au vocabulaire, syntaxe et ponctuation. Les normes du bon usage sont plus au moins respectées qu'à la communication orale.

### 5. Communication et sémiologie

Dans la communication en première approximation c'est faire passer l'information ou les pensées cachées dans l'esprit de l'émetteur à son interlocuteur qui est le récepteur. Ce dernier reçoit les informations données par son communicateur, sans elles il est impossible de savoir ce qui se passe dans l'esprit d'autrui.

La communication si elle n'est pas prononcée, elle comporte des marques révélant ce qui, est en principe dissimulé, nous parlerons de :

#### 5.1. L'indice

Dans une communication nous pouvons appeler *indice* « *ce qui informe sur un état psychologique qui, par nature, n'étant ni visible ni accessible à aucun de nos autres sens, demeure où il s'extériorise, où il se manifeste par ses conséquences perceptibles* » (C. Baylon 1999 :11). De l'indice nous pouvons aller au signe :

#### 5.2. Signes, symptômes

Qui sont à peu près équivalents, quand on parle d'un médecin qui cherche à identifier l'état d'un patient ou d'un malade, il cherche à trouver l'indice ou le symptôme.

#### 5.3. Le signal

Par rapport à ce dernier, l'indice ne donne d'informations que selon l'interprétation du cerveau humain, le signal quant à lui est produit pour être

signal, il fournit l'information par nature et non par interprétations occasionnelles d'individus.

#### 5.4. Le symbole

Pour Saussure le symbole est un signal qui n'est pas choisi arbitrairement, pour d'autre spécialistes il est au contraire un signe arbitraire.

#### 6. La communication en ligne

Si l'homme est de nature un être de communication, aujourd'hui et grâce au développement technologique, il dispose pour faire passer son message des moyens de communication très sophistiqués. Ces derniers favorisent la production des messages en ligne, on remarque facilement que les utilisateurs d'internet écrivent beaucoup, en particulier sur les réseaux sociaux, le genre de discours écrit sur internet reflète une catégorie d'hommes qui n'ont pas le temps, pas le temps d'écrire dans une langue soutenue mais plutôt de produire des messages dans un langage appelé cyber langage. Cette nouvelle forme de diffusion demeure désormais la plus pratiquée, les échanges entre destinataires ou ceux qui reçoivent des messages se font grâce à des dispositifs qui transforment les échanges en transmettant la voix dans des messages écrits. Cette communication sur internet est moins coûteuse, c'est un avantage, par exemple ; pour une communication orale qui se tient au téléphone surtout pour les échanges à longue distance, mais elle a aussi des inconvénients.

La communication par écrit sur internet va moins vite, elle demande en générale plus d'effort à l'écrit, elle n'épargne pas les pièges liés à l'orthographe qui sont particulièrement nombreux en français,

sauf que cette méthode est préconisée lorsqu'il s'agit de communication établie entre personnes de langues différentes. Ici l'écrit prend l'avantage, car le récepteur peut prendre tout son temps pour traduire le message qui lui est adressé. Toutefois entre les deux genres écrit/oral sur internet l'écart se réduit, le style utilisé sanctionne les formalités, avec une ponctuation effacée, un vocabulaire relâché, l'écrit numérique de nos jours remplace le confort du face à face de l'oral, grâce à une langue écrite plus facile et plus accessible par tous les interlocuteurs.

De nos jours toutes les technologies de la communication convergent, s'assemblent, fournissent l'image, le son, le lien ou la localisation, et l'utilisateur est au cœur de tout : il peut partager, communiquer et même créer son propre site.

#### 6.1. Les médias sociaux

Beaucoup de questionnements sont regroupés autour des médias sociaux. D'abord, il faut discerner la vraie association entre le terme médias et sociaux et l'écart avec l'autre désignation qui est réseaux et sociaux selon J. Bourdon, V. Schäfer : « Cette appellation est au contraire, prenant acte de la facilité avec laquelle il s'est diffusé, y compris dans les discours académiques, on peut postuler qu'il répond à un besoin de distinguer un phénomène particulier en le nommant d'une manière nouvelle » (2012 : p 5 -14) . Car dénoncer l'évidence du phénomène médias sociaux ne signifie pas démontrer que rien n'a changé dans l'Internet des années 2000 mais interroger les évolutions effectives des dispositifs de communication impliquant une participation importante de l'utilisateur.

## 6.2. Les emails ou la messagerie électronique

Selon J. Anis une messagerie électronique est : « un service permettant à des usagers de communiquer entre eux à travers un réseau de télécommunication informatisé » (1998 : 115). La messagerie électronique, ou courrier électronique, ou encore e-mail, que les Québécois ont proposé courriel et la version électronique du courrier classique en papier. Le courrier est bref dans sa transmission, il peut être stocké dans la boîte électronique jusqu'au moment où le destinataire décide de le lire. Il est visité selon son importance. L'utilisateur doit être abonné à internet, il est impératif de posséder une adresse et un mot de passe. Le style d'écriture dans les messages électroniques a plus d'avantages que le style d'écritures des lettres classiques, il existe une tolérance pour l'absence du protocole de la perfection orthographique. Aussi on peut s'adresser à une personne plus âgée que soit qu'on connaît pas forcément et qui peut recevoir le message sans passer par les banalités d'usage de la messagerie classique, son grand avantage est sa disponibilité permanente.

## 6.3. La messagerie instantanée ou « tchat »

Elle fait partie des premiers services d'internet, dans la messagerie instantanée et contrairement à la messagerie électronique, qui exige la présence des interlocuteurs lors de la conversation, elle est instantanée et plusieurs interlocuteurs peuvent entrer en contact instantanément, elle permet alors une communication synchrone. Elle est immédiate et surtout gratuite, ce qui a fait son succès auprès des

internauts, pour plus de simplicité. Nous pouvons dire que le tchat est un moyen de converser en temps réel par internet avec un ou plusieurs utilisateurs situés aux quatre coins du monde. Chacun tape des messages qui apparaîtront quelques secondes plus tard sur l'écran de tous les participants de tchat. Il s'agit donc d'une discussion écrite pratiquée par clavier et écran permettant des échanges immédiats et interactifs.

## 6.4. Les blogs

Il fut un temps nous parlions de journal intime, et qui d'entre nous n'as pas eu un journal intime où on gardait nos souvenirs les plus joyeux ou même les plus tristes. Depuis déjà dix ans, le journal intime historique a cédé la place aux blogs qui sont de véritables espaces personnels de publication en ligne, le blog est aussi un espace fertile pour exploiter ses visions et ses idées en ligne.

Les blogs ont participé selon A. Leroy à l'avènement du web 2.0, et ce, pour trois raisons majeures : Ils ont permis aux individus de s'exprimer sur le web sans avoir des connaissances techniques particulières, n'importe quel utilisateur peut « créer un blog » (A. Leroy : 43), les commentaires sont publiés par défaut et sans devoir être inscrit au blog, ils sont organisés la majorité des temps en plateforme. Les blogs sont alors un espace privilégié du web social qui favorise à entretenir des discussions autour de thématiques diverses.

## 7. Caractéristiques des médias sociaux

Les médias sociaux sont une plateforme en ligne où les internautes peuvent créer, échanger ou partager une information, ils se caractérisent d'une certaine évolution et

une mutation rapide. Les caractéristiques qui marquent le paysage des médias sociaux sont multiples, nous citerons quatre caractéristiques que nous trouvons accessibles :

**7.1. Technologique** « l'arrivée à maturité des langages web a permis de transformer les pages figées en applications dynamiques et exploitable directement en ligne » C'est à dire l'évolution et la vitesse de la connexion a favorisé la circulation de différents formats de textes et aussi de vidéos et d'images.

**-sociale**, le web est devenu un endroit social étant donné que la technologie ne soit plus un obstacle, qu'elle est ouverte à tout le monde, l'apparence sociale qui caractérise le web se présente dans son espace dédié aux rencontres entre usagers voir même aux contributions de ces derniers dans la création de sites internet

**- Éditoriale**, l'aspect éditorial du web est venu pour contrarier le protocole de l'entretenu par les médias déjà existant et les entreprises, il a profondément remis en question la façon de communiquer entre les individus.

**-Collaborative**, c'est la relation qu'entreprennent les utilisateurs du web entre eux, dans la création et le partage d'une information, ou dans production des contenus, chaque individu apporte sa propre contribution au projet.

## 7.2. Au sein des médias sociaux : les réseaux sociaux

C'est donc essentiellement à partir de la création des réseaux socio-numériques, et de l'essor de Facebook en particulier, que l'appellation « médias sociaux » s'est largement diffusée. Les termes « réseaux

sociaux » et « amis » constituant le socle terminologique.

A l'inverse des premiers sites Web marchands, le contenu de ces plateformes est essentiellement produit par les internautes eux-mêmes, alimentant leurs profils ou celui de leurs amis. La participation est au service de la plateforme elle-même, dont la valeur (commerciale et financière) est assise sur l'organisation de cette participation puis son exploitation « *Un réseau social est une communauté constituée d'individus ou d'organisations reliés de manière directe ou indirecte entre eux, en fonction de centres d'intérêt* ». ( C.V, Pérez, 2009 :251-260)

## 8.Le réseau social Facebook

C'est un réseau Internet dit social qui permet d'échanger des informations et de communiquer avec des amis, des partenaires voir même des inconnus. Il a été créé en 2004 par Mark Zuckerberg. Au fil des années, Facebook a autorisé une plus large contenance de caractères linguistique et extralinguistique, cette grande variété de caractères rends le réseau Facebook un des plus grands réseaux de partage entre internautes au monde, il permet une liberté de contenu quasi totale mais dans l'absolu, l'idéal est de composer un statut de 90 à 200 caractères afin que le contenu entier puisse être lu dans le fil de nouvelles mais aussi afin de permettre un meilleur confort de lecture à ceux, de plus en plus nombreux, qui consultent Facebook via un smartphone.

Sur la page Facebook, le ton utilisé sera informel voire même amical. Facebook est un support qui favorise l'image. Des photographies attireront davantage l'intérêt



qu'un texte, il ne faut donc jamais hésiter à publier des contenus accompagnés de photos.

### 8.1. Techniques et systèmes d'écriture du web

#### - Émoticônes

Où smileys sont des figurations qui symbolisent une émotion pour présenter l'état d'âme des interlocuteurs. Cette manière d'expression est non verbale qui dessine les interventions d'internautes dans une communication virtuelle « les émoticônes ou émojis sont souvent des pictogrammes, des images de visages, des véhicules...ou des icônes représentant des émotions, des sentiments ou des activités » (le consortium Unicode, 2018)

Il peut sembler que les émojis et les émoticônes sont la même chose. Ils ne le sont cependant pas : L'émoticône c'est le petit visage qui tente de représenter l'humeur, alors que l'emoji est toutes ses choses de notre quotidien, pour les émoticônes il faut connaître le code pour montrer que vous êtes heureux par exemple : ) 😊 tant dis que l'emoji possède son clavier particulier.

#### -L'alternance codique

L'alternance codique de l'anglais (code switching) est un collage, de passage d'une langue à une autre, que l'on appelle mélange de langue, ce phénomène selon Gumperz est « dans une conversation l'alternance codique peut se définir comme juxtaposition à l'intérieur d'un même échange verbal de passage où le discours appartient à deux systèmes ou sous-systèmes grammaticaux différents »(J.J.Gumperz 1989 :57) le code mixing ou le mélange des langue est très

fréquent dans les écritures via internet , les interlocuteurs en

tendances à employer de Systèmes grammaticaux différents en fonction de leur maîtrise de deux ou plusieurs langues ou par rapport à l'interlocuteur.

#### -L'anglicisme

L'anglicisme est un emprunt fait à la langue anglaise par une autre langue, il est selon le site officiel québécois de langue française « un anglicisme est un emprunt linguistique à L'anglais, on parle d'emprunt linguistique lorsque les utilisateurs d'une langue adoptent un mot ou un trait linguistique d'une autre langue » en plus des mots et des phrases la cyber langue française d'après A.Dejond « regorge d'anglicismes sous forme de mots entiers mais aussi d'abréviations ou sigles repris dans le cyber lexique commun » (2006 :43) exemple : LOL , laughing out loud ou en français, rire à gorge déployée ou encore FTF , face to face, en français c'est face à face.

### 9.La relation texte et image dans les écrits numériques

Toutes les conversions numériques où le texte est lié à une photo dans les activités quotidiennes, elles sont casées dans le techno graphisme, qui est l'iconisation du texte dans la communication en ligne. Le techno graphisme est défini selon Paveau comme : « l'utilisation de l'image qui dépasse la simple illustration pour devenir une véritable porteuse de sens »(2017).

Le technographisme qui est un composite image-texte natif du web, en est l'une des meilleures preuves »

Il est la composition de texte et d'image fixe ou animée, présent dans les

productions discursives natives du web, il forme alors une partie très importante de sa culture. Pour Paveau (2017), il s'agit « *par exemple d'images macro, d'images incrustées de textes, devenues courantes dans la communication politique, de pancartes numériques de tickers, signatures d'internautes sur les forums* ».

### 9.1. Interactions et pratiques sociales

Notre analyse part du choix des thèmes publiés sur le réseau social Facebook, des captures d'écrans de compilations de textes et d'images, ainsi que des photos publiées dans les profils et les pages privées ou publiques et sur des sites web diverses. Ces publications qui sont des images, photos, ou dessins sont associées à des textes qui ont la particularité d'être produit dans un style spécifique au discours natif du web social.

Nous démontrons la relation entre l'image et le texte accompagnateur, sous des traits et aspects distinctifs, associés aux différents caractères de l'écrit numérique cités auparavant, cette analyse démontrera la différence entre ce type d'écriture et l'écriture classique.

#### Image n°1



Facebook, groupe : Algérie Aujourd'hui.  
09/11/20

- La publication appartient à un groupe public qui est **Algérie Aujourd'hui**, un groupe très actif sur Facebook, il contient 35,9k membres et il s'intéresse aux sujets d'actualités et surtout l'actualité de l'Algérie. Image publiée le 9/11/2020. Cette première image contient des drapeaux algériens et un texte écrit aux couleurs de l'emblème national, la photo d'une rue algérienne est incrustée de texte en couleurs vert, blanc, rouge dans un mélange de langues entre le français l'anglais et le portugais, le texte attaché, et pour la désignation de la publication l'utilisateur a opté pour la langue arabe

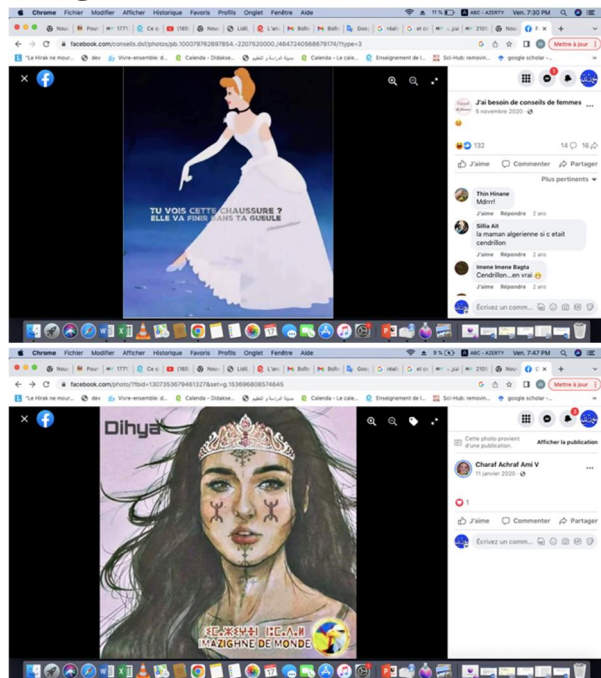
#### Image n° 2



Facebook, groupe : Algérie 360 publiée  
05/07/2020.

À l'occasion de la fête de l'indépendance, le groupe Algérie 360<sup>01</sup> partage sur son profil une photo ancienne qui date des années 60, la photo partagée en deux parties, d'une femme portant le voile traditionnel algérien (Haïk) et une deuxième partie du peuple lors des manifestations de l'indépendance, l'image est additionnée, cette fois à une écriture qui fait partie de la photo elle-même, il s'agit d'un graffiti sur le mur, et toujours les couleurs du drapeau blanc, vert, rouge.

**Image n° 03 &04**

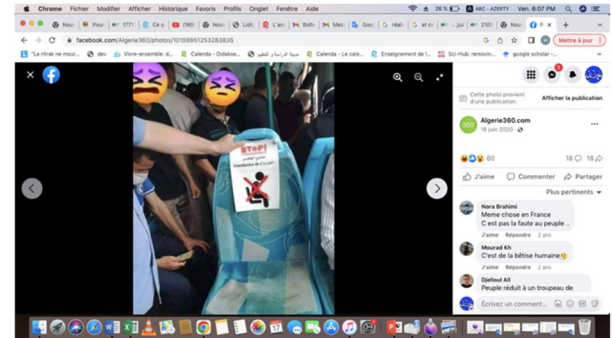


facebook, groupe : Besoin de conseils de femmes, 05/11/2020

-Dans les deux images (03) et (04) il ne s'agit pas de photos prises mais deux dessins. Un dessin animé connu sous le nom de Cendrillon, et le deuxième dessin est réalisé par un amateur de l'association du dessin au texte. La deuxième photo publiée dans le groupe *Besoin de conseils de femmes*, et la troisième dans le groupe *Intellectuels algériens à vous la parole*. Les deux images portent un texte, le premier

« tu vois cette chaussure ? Elle va finir dans ta gueule » écrit dans un registre de langue familier et relâché. Le second le portrait d'une femme amazigh accompagné d'un texte rappelant le plurilinguisme de la société algérienne ; le texte est un mélange de français et d'amazigh.

**Image n° 5**



*Algérie 360°* site web d'actualité, 18/6/2020

- L'image numéro cinq ne porte pas de texte c'est une photo publiée en plein pandémie du corona virus un siège vide avec une pancarte qui signifie interdiction de s'asseoir, par contre les émoticônes sont présents ici pour masquer les visages des passagers et pour expliquer l'écœurement du propriétaire de la publication face à cette situation.

**Image n°6**



Facebook publiée par *j'ai besoin de conseils de femmes* le 20/3/2020

- Dans la dernière publication de ce corpus, il s'agit bien d'une écriture numérique par excellence, on trouve l'emploi de la langue arabe latinisée qui est une forme caractéristique de l'écrit numérique qui vient pour faciliter la compréhension du message parce qu'une simple maîtrise de l'alphabet français favorise la lecture du message, les différents caractères des polices, le choix des couleurs explique que le message est pour un public précis, il y a aussi les deux chiffres (3) et (7) et qui sont deux sons en langue arabe et qui n'existent pas en langue française. Ce phénomène est le rébus typographique.

### **Conclusion**

L'objectif principal de cette contribution est de mettre en exergue l'hétérogénéité du discours numérique. Cette hétérogénéité est constatée dans les différentes productions écrites en ligne. L'énonciateur en ajoutant au texte ordinaire les différentes caractéristiques du discours

numérique, acquiert tout d'abord, la compréhension et l'interprétation simple et rapide de son message, ensuite, et grâce à la combinaison des deux styles d'écritures différents l'un de l'autre, on constate que les échanges sur Facebook sont plus fréquents que sur les autres moyens d'interactions classique. C'est pourquoi les internautes ne s'empêchent pas d'écrire dans le nouveau style par ce qu'ils le trouvent plus expressif et plus relâché contrairement aux autres styles d'écritures. Les questions que nous nous sommes posées sur la diversité des discours numériques, en particulier le rapport aux normes de l'écrit standard nous ont permis de confirmer qu'il existe réellement des pratiques langagières remarquables dans les productions électroniques où les internautes adoptent pour la majorité d'entre eux la nouvelle forme langagière et singulière afin d'assurer une communication écrite libre, rapide et efficace. Les énonciateurs optent pour cette forme d'écriture malgré leur certitude que ce style d'écriture ne respecte pas les codes du français normatif.

**Liste Bibliographique:**

- 1-ANIS, A. (1998). Textes et ordinateur, l'écriture réinventée. Paris : De Boeck.
- 2-BAYLON, C. & Mignot, X. (2000). La communication. Paris : Nathan.
- 3-COLANTONIO, F. & Leroy, A. (2011). Communication professionnelle en ligne, comprendre et exploiter les médias et réseaux sociaux. Belgique : Edi pro.
- 4-KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1999). L'énonciation. Paris : Armand-Colin.
- 5-MAINGUENEAU, D. (2012). Analyser les textes de communication. Paris : Armand-Colin.
- 6-MARCOCCIA M. (2016). Analyser la communication numérique écrite. Paris : Armand-Colin.
- 7-PAVEAU, M-A. (2017). L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques. Paris : Hermann.
- 8-SARFATI, G-E. (1997). Éléments d'analyse du discours. Paris : Nathan.

9-SOULAGES J-C. (2015). L'analyse de discours : sa place dans les sciences du langage et de la communication.

Hommage à Patrick Charaudeau. Renne : pur-Ed

DUBOIS, J. (1999). Dictionnaire de la linguistique et des sciences du langage. Paris : Larousse.

**Sites internet**

PAVEAU, M-A, « Introduction. écrire, parler, communiquer en ligne: nos vies socio langagières connectées » Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2019/2 N° 167 | pages 9 à 28, <https://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2019-2-page-9.htm>. Consulté le 20/01/2020