



L'ethos technodiscursif dans la communication institutionnelle et politique : entre le collectif et l'individuel

Claudia Cagninelli

Università degli Studi di Milano, Italie

claudia.cagninelli@unimi.it

<https://orcid.org/0000-0002-4711-8175>

Reçu le 31-05-2024 / Évalué le 19-06-2024 / Accepté le 09-09-2024

Résumé

Les environnements numériques du web 2.0 contribuent au dynamisme du débat public contemporain. Les institutions et les représentants politiques eux-mêmes s'en servent pour élargir l'audience de leurs discours et valoriser leurs actions. Ces dispositifs présentent toutefois des spécificités distinctives d'ordre technologique et discursif qui ont des répercussions sur les traits énonciatifs et sur la structuration (pluri) technosémiotique des productions. À partir de *posts* du compte X du ministère français de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire, notre contribution analyse les caractéristiques énonciatives, pragmatiques et technodiscursives de ces discours numériques ainsi que leurs effets sur la construction de l'ethos d'un tel locuteur institutionnel. Nous nous intéressons en particulier au rôle des ressources d'augmentation énonciative et des contenus pluritechnosémiotiques. Les interrelations entre la dimension collective de l'ethos de l'institution et la dimension individuelle des images (techno) discursives de ses représentants sont également mises en évidence.

Mots-clés : discours institutionnel, réseaux socionumériques, ethos technodiscursif

L'ethos tecnodiscorsivo nella comunicazione istituzionale e politica : all'intersezione tra le dimensioni collettiva e individuale

Riassunto

Gli ambienti digitali del Web 2.0 contribuiscono al dinamismo del dibattito pubblico contemporaneo. Le stesse istituzioni e i rappresentanti politici li utilizzano per ampliare la diffusione dei loro discorsi così come per promuovere le proprie attività. Tuttavia, questi dispositivi hanno caratteristiche tecnologiche e discorsive distintive che si ripercuotono sugli aspetti enunciativi e sulla strutturazione (pluri)tecnosemiotica delle produzioni. Attraverso lo studio di post dell'account X del ministero francese dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare, questo contributo analizza le caratteristiche enunciative, pragmatiche e tecnodiscorsive di questi discorsi digitali, così come i loro effetti sulla costruzione dell'ethos del locutore istituzionale che ne è all'origine. Rivolgeremo particolare attenzione al ruolo delle risorse di « espansione »

enunciativa e del contenuto pluritecnosemiotico. Saranno inoltre evidenziate le interrelazioni tra la dimensione collettiva dell'ethos dell'istituzione e quella individuale delle immagini (tecno) discorsive dei suoi rappresentanti.

Parole chiave : discorso istituzionale, social media, ethos tecnodiscorsivo

Techno-discursive Ethos in Political and Institutional Communication: Intersections between Collective and Individual Dimensions

Abstract

The digital environments of the Web 2.0 contribute to the dynamism of the contemporary public debate. The same institutions and political representatives use them to widen the audience for their discourses and to promote their actions. However, these devices have distinctive technological and discursive features that have repercussions on the enunciative characteristics and on the (pluri)technosemiotic structuring of productions. In this study, we analyze posts from the X-account of the French Ministry of Agriculture and Food Sovereignty to identify their enunciative, pragmatic, and techno-discursive characteristics with the objective of examining their effects on the construction of the techno-discursive ethos of the institutional enunciator in question. We direct particular attention to the role of the resources producing an enunciative augmentation, as well as to the plurisemiotic content. The interrelations between the collective dimension of the ethos of the institution and the individual dimension of the (techno) discursive images of its representatives are also highlighted.

Keywords : institutional discourse, social media, techno-discursive ethos

1. Réseaux socionumériques et communication institutionnelle et politique

L'avènement du web social a transformé les pratiques et les dispositifs communicationnels qui caractérisent les sociétés démocratiques contemporaines. Ces modifications ont touché tant les formes et les moyens de communication des instances d'énonciation traditionnelles, telles que les institutions et les médias, que ceux des locuteurs ordinaires. Les espaces de discussion du web 2.0, notamment les réseaux socionumériques (RSN), participent désormais à la diffusion de l'information (Mercier, Pignard-Cheynel, 2018) et alimentent le débat public. Ils jouent par conséquent un rôle important dans l'arsenal communicationnel des institutions et des représentants politiques, comme l'a largement montré la littérature sur le sujet (parmi d'autres, Longhi, 2013 ; Mercier, 2015 ; Frame *et al.*, 2016 ; Lacaze, 2020).

La communication des institutions et de leurs représentants via les RSN relève ainsi d'une conception élargie des discours institutionnels, s'étendant également à ceux qui sont produits hors des contextes officiels par des locuteurs institutionnels d'après l'approche proposée par Oger et Ollivier-Yaniv (2003). En ce qui concerne le cas spécifique des productions des représentants politiques, sur la base de l'étude de Mercier (2015) et des considérations de Charaudeau (2014), on pourrait envisager les RSN et notamment X, l'ancien Twitter, comme de nouveaux « lieux de fabrication du discours politique » (Charaudeau, 2014 : 30). Ces dispositifs permettent – au moins potentiellement – une interaction plus directe entre les deux instances principales du « dispositif identitaire du politique » avancé par Charaudeau (2014 : 42) : l'« instance politique » et l'« instance citoyenne ». En effet, la structure et les fonctionnalités des RSN ont modifié les rapports discursifs et interactionnels en faveur d'une horizontalité apparente (Oger, 2021 ; Vicari, 2021) qui a des répercussions sur « les processus de légitimation des discours institutionnels, tout comme de ceux émanant d'autres dispositifs communicationnels » (Vicari, 2021 : § 30). Oger (2021 : 140) affirme ainsi que dans les « dispositifs de communication numérique, l'autorité a moins disparu que changé de visage ».

La prise de parole sur les RSN concourt d'ailleurs à un processus de *personal branding* (Mercier, 2013 ; Couleau *et al.*, 2016) qui vise la valorisation et l'autopromotion de la part de toute catégorie de locuteurs, des institutions aux usagers ordinaires, en passant par les acteurs médiatiques et économiques. Dans ces espaces, on assiste à une « industrialisation de la fabrication de l'éthos » du locuteur qui entraîne également la question de sa légitimation, comme le mettent en relief Couleau *et al.* (2016 : § 17-18). Les discours des RSN sont ainsi soumis à plusieurs formes et processus de validation qui comportent de nouveaux paramètres et fonctionnalités (Vicari, 2023) et auxquels contribue aussi ce qu'Oger (2021 : 142) définit en termes d'« autorité « dispositive » » à la suite du déplacement de « l'autorité des instances d'énonciation vers les fonctions éditoriales, des textes aux architextes qui en organisent l'écriture ».

Les nouvelles contraintes technologiques, discursives et pragmatiques impliquées par les RSN ne peuvent qu'influer sur les formes d'énonciation

qui se développent dans le cadre des « technodiscours » (Paveau, 2017) du web 2.0. En tant que « phénomène qui est coextensif à tout emploi de la langue » (Maingueneau, 2014 : 46) et qui « *se montre* dans l’acte d’énonciation » (Maingueneau, 2016 : § 3 ; italique de l’auteur), l’ethos discursif se voit renouvelé par les spécificités technodiscursives du web 2.0. La matrice intrinsèquement énonciative de ce « phénomène sociodiscursif unifié » aux « dimensions plurielles – du souci d’efficacité à la construction d’identité » (Amossy, 2010 : 15) entre en effet en relation avec les affordances et les fonctionnalités technodiscursives propres aux dispositifs numériques. Étant donné que, comme le soutient Paveau (2017), une nouvelle perspective est nécessaire pour appréhender les technodiscours dans leur complexité pluritechnosémiotique, notre contribution se propose de mettre à l’épreuve la notion d’*ethos discursif* (Amossy, 2010, 2021 ; Maingueneau, 2014, 2016, 2022) dans le cadre de la communication institutionnelle et politique sur X à la lumière des spécificités (et des contraintes) technodiscursives qui façonnent les productions natives de cet environnement numérique, participant ainsi à la co-construction d’un « ethos technodiscursif » (Longhi, 2013).

2. Ethos discursif et spécificités technodiscursives

La notion d’ethos¹ adoptée ici se fonde sur les travaux de Maingueneau (2014, 2016, 2022) en analyse du discours et d’Amossy (2010, 2021) dans le cadre d’une approche discursive de l’argumentation. Elle concerne l’image discursive que le locuteur – envisagé en l’occurrence comme l’instance de prise en charge énonciative – construit de manière plus ou moins consciente et programmée dans son discours en relation avec l’allocutaire visé. Cette construction discursive de l’image de soi peut se réaliser de manière *dite* et/ou *montrée*, si l’on suit la distinction entre ethos *dit* et ethos *montré* proposée par Maingueneau (2014, 2016, 2022). Elle peut en

¹ Comme le souligne la littérature sur le sujet (entre autres, Charaudeau, 2014 ; Maingueneau, 2022), l’origine grecque du mot *ethos* entraîne plusieurs réalisations graphiques en français. Nous suivons les usages adoptés par Maingueneau (2022) qui utilise la forme *ethos* sans accent pour le singulier et le pluriel. Nous emploierons en outre *éthotique* en tant que forme adjectivale se référant à *ethos*.

outre relever d'une instance d'énonciation individuelle – on parle alors d'éthos *individuel* (Amossy, 2010) – ou bien collective, d'après la notion d'éthos *collectif* introduite par Orkibi en 2008 et prolongée par Amossy et Orkibi (2021a).

Puisque l'éthos constitue un phénomène intrinsèque à l'énonciation elle-même (Maingueneau, 2014, 2016, 2022), plusieurs facteurs discursifs et extradiscursifs influent sur ses manifestations. Toute construction verbale étant déterminée par son ancrage sociodiscursif, « l'appréhension de l'éthos se fait nécessairement dans les limites d'un cadre générique » (Maingueneau, 2022 : 13). Dans la présente étude, l'éthos de l'instance d'énonciation sera analysé eu égard à une pratique sociodiscursive d'ordre institutionnel et politique qui relève d'un « technogène » (Paveau, 2017) de discours spécifique, le *tweet*, renommé *post* à la suite du changement de nom qui a affecté la plateforme en juillet 2023². Les *posts* sur X, l'ancien *Twitter*, partagent les traits distinctifs des technodiscours identifiés par Paveau dans son ouvrage de référence pour l'analyse du discours numérique de 2017. On rappelle en particulier les traits de la *délinéarisation*, de l'*augmentation énonciative* et de la *relationalité* des technodiscours qui procèdent de leur nature hypertextuelle, ainsi que la plurisémiotité qui peut les caractériser (Paveau, 2017). Étant donné que, comme le souligne Maingueneau (2022), le cadre générique a des répercussions sur l'*ethos*, les spécificités technodiscursives de la plateforme sont donc censées influencer ses manifestations dans ce contexte, d'où notre choix d'envisager la construction de l'image du locuteur en termes d'éthos *technodiscursif*, à l'instar de Longhi (2013).

2.1. Pratiques et spécificités de X et construction de l'éthos technodiscursif

Comme chaque environnement numérique a également des spécificités propres, il est utile de signaler trois aspects particulièrement distinctifs de X qui peuvent caractériser la construction de l'éthos. En premier lieu, la contrainte rédactionnelle impose une limite du nombre de caractères pour la création d'un *post*. En deuxième lieu, les technodiscours sur X peuvent inclure des « formes technolangagières » (Paveau, 2017), telles que les

² D'autres fonctionnalités de la plateforme ont également été rebaptisées (cf. 2.1).

mots-dièse (*hashtags*) et les mentions, qui sont susceptibles de remplir une pluralité de fonctions pragma-discursives. Ces « technomots », ainsi que les désigne Paveau, provoquent en outre une « augmentation énonciative » (Paveau, 2017) tout comme d'éventuels contenus pluritechnosémiotiques intégrés à la partie verbo-textuelle des *posts*. En troisième lieu, les différents types de *posts* de la plateforme incarnent des pratiques technodiscursives diverses. Nous précisons ainsi la nature pragma-énonciative des trois pratiques qui feront l'objet de notre analyse :

- les pratiques initiatives simples ou composées ; il s'agit de technodiscours qui débutent une discussion pouvant se développer dans le cadre respectivement d'un seul post (ce que l'on pourrait considérer comme le post « original ») ou de plusieurs *posts* matériellement enchainés les uns aux autres (les threads – introduits par la plateforme fin 2017) ;
- les pratiques citationnelles « simples » correspondant aux *reposts* (les anciens *retweets*), qui consistent en la rediffusion telle quelle d'un contenu antérieur – cette fonction a été lancée en 2009 ;
- les pratiques citationnelles que nous considérons comme « augmentées » qui se réalisent sous la forme des *reposts* avec citation (que l'on appelait *retweets avec citation* ou *avec commentaire*) par le biais de la fonction *quote post* – en français *citation* – (qui était également proposée sous une dénomination différente à partir de 2015). Cette fonction permet de rediffuser un contenu antérieur en ajoutant un message. Il s'agit donc d'une pratique citationnelle à valeur réactive par rapport au contenu cité. En l'occurrence, dans un même post au moins deux actes d'énonciation sont co-présents, correspondant respectivement au post cité et au commentaire³.

2.2. Objectifs de l'analyse et corpus

Notre étude, qui se veut exploratoire, porte sur les *posts* publiés par le compte institutionnel du ministère français de l'Agriculture et de la

³ Pour plus de détails sur les caractéristiques énonciatives et pragmatiques de ce type de *posts*, on renvoie à Cagninelli (2024).

Souveraineté alimentaire au cours de deux mois : février et mars 2024. La fenêtre temporelle prise en considération s'inscrit dans une période de contestation de la part des agriculteurs, qui s'est déroulée dans plusieurs pays européens, dont la France. Elle suit en particulier une phase intense de manifestations qui se sont multipliées notamment en janvier 2024, avec quelques soubresauts épisodiques les mois suivants. Le Gouvernement et le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire ont été ainsi particulièrement interpellés par cette situation. Étant donné sa brièveté, l'empan temporel considéré ne permet pas de rendre compte d'éventuelles constantes ou variations dans la construction de l'éthos du Ministère qui se dégage de sa communication institutionnelle sur X. Cependant, il est intéressant d'étudier son image technodiscursive au cours d'une période où ses discours et ses activités ont fait l'objet d'une attention particulière de l'opinion publique en raison d'événements qui marquent l'actualité et le concernent de façon spécifique.

Dans le cadre de cette étude, nous nous attachons à mettre en évidence les stratégies énonciatives et technodiscursives – notamment le rôle de l'augmentation énonciative et de la plurisémiotité – ainsi que les formes de prise en charge qui caractérisent la communication sur X du compte institutionnel de ce ministère. Notre objectif est d'analyser comment ces éléments participent à la construction de l'éthos dans ce contexte particulier. L'image technodiscursive de ce locuteur collectif sera analysée dans les relations qu'elle établit, par des pratiques citationnelles, avec les *posts* de deux instances individuelles : les *posts* du compte officiel du ministre Marc Fesneau, et ceux de la ministre déléguée Agnès Pannier-Runacher. Notre analyse explorera donc les stratégies énonciatives et les pratiques technodiscursives mises en œuvre par différentes instances d'énonciation qui émanent de la même institution, qu'elle soit individuelle et incarnée, comme ce sera le cas du Ministre et de la Ministre déléguée, ou collective et désincarnée, comme pour le Ministère. Compte tenu du type et du genre de discours dont relèvent les *posts* sélectionnés, l'analyse de l'éthos technodiscursif prendra également en compte le statut institutionnel des locuteurs – relevant de leurs *ethos prélabes* (Amossy, 2010) ou *prédiscursifs* (Maingueneau, 2022).

3. Communication institutionnelle sur X et ethos technodiscursif : l'exemple du compte du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire

À partir des *posts* de la communication institutionnelle du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire sur X produits au cours de février et mars 2024, on peut remarquer deux pratiques principales : des pratiques initiatives simples (3.1) et des pratiques citationnelles sous la forme de *reposts* (3.2). On constate également que la plupart de ces *posts* sont augmentés par des contenus pluritechnosémiotiques tels que des images, des vidéos et des liens URL. Ces technodiscours présentent donc une dimension pluritechnosémiotique marquée qui peut contribuer de manière significative à la construction d'un ethos technodiscursif. Nous abordons séparément les deux pratiques afin d'examiner la façon dont chacune participe à la construction de l'image technodiscursive de l'instance d'énonciation. Nous montrerons leurs caractéristiques énonciatives et pragmatiques principales ainsi que le rôle des contenus pluritechnosémiotiques et des autres formes technolangagières intégrées, à travers l'analyse d'une sélection d'exemples tenus pour représentatifs de l'ethos technodiscursif ressortissant de la communication du Ministère sur X pendant la période envisagée. À défaut de pouvoir reproduire dans leur intégralité les *posts* sélectionnés⁴, nous nous limiterons ici à en citer les extraits les plus saillants.

3.1. Pratiques initiatives

3.1.1. Promotion d'un discours officiel et partage de lien

Dans la mesure où les RSN ne représentent que l'un des moyens communicationnels à la disposition des instances institutionnelles, il n'est pas surprenant qu'ils soient utilisés pour signaler des discours ou des contenus variés, produits par l'institution elle-même dans d'autres contextes. L'une des pratiques initiatives simples repérées fréquemment dans les technodiscours observés consiste en effet en l'acte de partager via

⁴ En raison de la ligne éditoriale de la revue, les *posts* retenus ici à titre d'exemple n'ont pas pu être reproduits. Il est toutefois possible d'y accéder en cliquant sur les liens respectifs indiqués dans la note associée à chaque exemple ou série d'exemples.

X un contenu qui émane du Ministère, en intégrant le lien URL correspondant. Le partage d'un lien peut en outre comporter la présence d'un contenu (techo) iconique, déterminant la nature pluritechnosémiotique du post ainsi structuré. C'est le cas par exemple de l'affichage d'un lien matérialisé par une image – sur laquelle peut figurer un titre partiel ou complet – qui permet, en le cliquant, d'accéder au contenu web associé.

Le message verbal caractérisant ce type de *posts* présente des éléments énonciatifs et pragmatiques assez récurrents qui lui confèrent une dimension promotionnelle. Il remplit une fonction d'accroche, en explicitant le sujet sur lequel porte le contenu associé au lien et en mettant en relief des éléments potentiellement saillants afin d'attirer l'attention de l'internaute. La nature promotionnelle du post va en outre de pair avec une énonciation allocutive marquée, qui engage explicitement l'allocutaire par rapport auquel le locuteur institutionnel construit son image discursive. Ce dernier s'adresse en effet au public de la plateforme, en l'encourageant à consulter le contenu partagé via le lien URL notamment par l'emploi de verbes à l'impératif à la deuxième personne du pluriel. Ces impératifs introduisent généralement le sujet thématique du contenu ainsi partagé, qui peut porter par exemple sur des mesures entreprises ou sur des résultats obtenus par le Ministère ou le Gouvernement (ex. 1)⁵, sur des informations ou des démarches qui peuvent concerner les citoyens (ex. 2)⁶, ainsi que sur des initiatives et/ou des événements en matière d'agriculture, d'alimentation et plus en général d'environnement (ex. 3)⁷.

Dans le premier cas (ex. 1), le post du Ministère met en évidence des résultats obtenus par l'instance institutionnelle, tout en valorisant aussi les bénéficiaires. Les résultats sont mis en relief par une construction passive à valeur thématique, qui explicite également l'instance responsable de cette entreprise, ici désignée par l'emploi de la mention de son compte (*Retrouvez les mesures en faveur des agriculteurs [emoji « tracteur »] 67 engagements ont été pris par le @gouvernementfr*)⁸. Des données chiffrées,

⁵ Exemple 1 : https://x.com/Agri_Gouv/status/1773655090047418772

⁶ Exemple 2 : https://x.com/Agri_Gouv/status/1768577885449654440

⁷ Exemple 3 : https://x.com/Agri_Gouv/status/1770782408314404918

⁸ Les transcriptions des exemples cités respectent l'orthographe du post correspondant, dont le lien est fourni en note.

qui sont présentées plus en détail sur le site du Ministère, sont anticipées dans le *post* afin de fournir une preuve certifiant les résultats déclarés. Elles sont affichées sous forme de liste et précédées d'émojis du type « main avec index pointant à droite⁹ » pour indiquer les différents états d'avancement des mesures engagées, ce qui contribue par ailleurs à une sorte de personnification de l'instance d'énonciation.

En ce qui concerne la dimension éthotique du technodiscours, on remarque que le locuteur se montre au service des citoyens et notamment des catégories sociales les plus concernées par son action, à savoir les agriculteurs. Non seulement il les informe des actions entreprises mais il les invite aussi à vérifier les détails via le contenu partagé. Le locuteur s'attache ainsi à construire une relation de transparence avec l'allocutaire afin de renforcer sa crédibilité auprès des citoyens et de consolider en conséquence sa légitimité et son autorité. Cet exemple remplit en effet les trois conditions identifiées par Charaudeau (2014 : 91) pour la construction d'un « ethos de crédibilité », à savoir la condition de *sincérité* ou *transparence*, celle de *performance* liée à la réalisation des projets et des promesses, ainsi que la condition d'*efficacité* relevant des effets des actions entreprises. Il faut enfin souligner le recours à la mention du compte du Gouvernement qui alimente un ethos collectif institutionnel d'ordre gouvernemental. En l'occurrence, le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire valorise des mesures réalisées au bénéfice des agriculteurs, en les inscrivant dans le cadre d'une action collective gouvernementale. De surcroît, cette mise en relation se réalise de manière matérielle par la mention, qui relie technologiquement les deux comptes institutionnels.

Dans l'exemple 2, la dimension interlocutive est encore plus marquée par la présence d'énoncés interrogatifs qui relèvent d'un « dialogisme interlocutif anticipatif » (Bres *et al.*, 2019). Il s'agit en effet de questions (*Comment faire sa déclaration ? Comment être aidé ? Quels sont les délais ?*) que les citoyens pourraient se poser face à la télédéclaration relative à la politique agricole commune (PAC), et qui sont ensuite reprises et développées dans la page du site du Ministère dont l'URL est indiquée. Des mots-dièse mettent en évidence des informations clés : le mot-dièse en

⁹ Pour les formes de description-désignation des émojis, nous avons consulté *Emojipedia* (<https://emojipedia.org/>).

début du message (*#Telepac*) thématise le contenu partagé, alors que celui en position finale explicite la catégorisation discursive du contenu associé sur le site institutionnel (*#FAQ*). Dans cet exemple, l'incitation à l'action est adressée au public à la fois par le verbal et l'iconique, dans la mesure où l'énoncé exhortatif à l'impératif (*Retrouvez toutes les réponses à vos questions sur la télédéclaration dans notre #FAQ*) est suivi d'un emoji qui pointe vers l'aperçu iconique du lien intégré au post. Cet emoji semble ainsi compléter le message verbal, en guidant l'internaute vers l'endroit où il faut cliquer pour *retrouver* ce qui est annoncé dans le *post*.

Le troisième exemple sélectionné montre la fonction de vulgarisation que cette pratique technodiscursive peut également remplir. Dans ce cas aussi, un *hashtag* en ouverture du message (*#JIF2024*) identifie l'événement thématique – la Journée internationale des forêts – sur lequel le site du Ministère propose un approfondissement. Un autre mot-dièse est également placé en position finale et il a plutôt une fonction de positionnement (*#FranceNationVerte*), puisqu'il condense et explicite la position de la France en matière d'environnement et d'écologie. En l'occurrence, la partie verbale du technodiscours anticipe quelques-unes des questions qui seront abordées et approfondies dans le dossier dont le *post* partage le lien, en sollicitant la curiosité du public.

Comme dans l'exemple 2, l'orientation interlocutive du post s'accompagne en outre d'une trace de la nature collective de l'instance d'énonciation, marquée par le recours à l'adjectif possessif de la première personne du pluriel dans l'exhortation finale (*Découvrez notre dossier dédié à la forêt française*). Il s'agit pourtant d'un possessif à valeur « exclusive » (au sens de Benveniste, 1966)¹⁰ car il n'englobe pas l'allocutaire. Dans ce cas aussi, le compte du Ministère se montre au service des citoyens en leur offrant des approfondissements thématiques. Il s'attache ainsi à construire une relation interlocutive entre l'instance collective, qui se manifeste par le possessif, et l'interlocuteur, sollicité par un impératif engageant.

¹⁰ La distinction entre valeur inclusive et exclusive des déictiques que nous employons au fil du texte est empruntée à Benveniste (1966).

3.1.2. Relais de communiqués officiels

La deuxième pratique initiative simple retenue s'apparente au cas précédent en raison de la présence d'un contenu technodiscursif qui renvoie au site du Ministère, bien qu'il corresponde en l'occurrence à un genre de discours institutionnel spécifique : le communiqué (cf. ex. 4¹¹). Des différences significatives apparaissent néanmoins au niveau énonciatif et pragmatique, avec également des répercussions sur l'ethos technodiscursif.

Des éléments récurrents et constants rendent la structure textuelle et énonciative de ce type de post assez stable. La catégorisation discursive du contenu partagé via le lien en termes de *communiqué* ouvre généralement l'énoncé, suivi d'un émoji du « haut-parleur ». Ce syntagme ouvrant est ensuite séparé par une barre verticale de l'énoncé principal qui ne fait que reproduire l'intitulé du communiqué (ex. 4 : *Aide aux producteurs de betteraves en cas de perte de rendement lié à la jaunisse en 2023 – ouverture du guichet de @FranceAgriMerFR*), dont le début s'affiche sur l'image positionnée au-dessous. La partie verbale du post coïncide donc avec le titre du contenu partagé, sans apporter de modifications ou informations supplémentaires. Les seules variations que l'on peut repérer concernent le fait de remplacer éventuellement une partie de l'intitulé par des mots-dièse ou des mentions, comme c'est le cas pour la mention de l'exemple 4.

Par ailleurs, dans ces *posts*, l'incitation à l'action ne se réalise qu'au niveau iconique par le biais d'un émoji représentant une flèche qui pointe vers l'aperçu du lien affiché en-dessous. Le réseau socionumérique est ainsi exploité comme un moyen pour diffuser un discours institutionnel officiel dans un nouveau contexte afin de lui donner une circulation plus large. C'est l'action de partage elle-même via le réseau qui prend une valeur promotionnelle, alors que le message verbal présente une énonciation impersonnelle plutôt standardisée et moins susceptible de variation. Seul le recours à des technomots montre une adaptation du style institutionnel à l'environnement numérique de production. C'est donc un ethos d'autorité et un ethos « décorporé » (Maingueneau, 2022) qui ressort de ces *posts*,

¹¹ Exemple 4 : https://x.com/Agri_Gouv/status/1769784413217316893

une autorité qui s'attache pourtant à relayer de manière plus accessible ses communications aux destinataires potentiellement concernés. Bien que le technodiscours n'ait pas de marques typographiques citationnelles, la coïncidence énonciative entre le locuteur du *post* et celui du contenu partagé se dégage de son organisation technodiscursive. Le relais des communiqués du Ministère pourrait ainsi s'apparenter à une « auto-citation transmédiatale » (Lacaze, 2020) voire à un « discours inter-net » (Sandré, 2021) (cf. aussi 3.2.1).

3.1.3. Discours de vulgarisation

Une dernière pratique à valeur initiative qui nous semble distinctive de la construction de l'ethos technodiscursif de l'instance institutionnelle étudiée ici correspond à des *posts* de vulgarisation constituant une forme de publication périodique. Chaque jeudi, le compte du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire tend à partager via le réseau une infographie qui présente de manière claire et accessible un sujet de sa compétence, comme le montre l'exemple 5¹². La dimension de vulgarisation du contenu s'accompagne d'une dimension interlocutive marquée, qui sollicite l'attention et la curiosité de l'internaute. Cela se réalise par une énonciation allocutive qui entraîne souvent des formes interrogatives à la deuxième personne du pluriel, ayant une valeur à la fois individualisante et collective. Comme on peut le voir dans l'exemple 5, l'interrogation *Savez-vous qu'il existe 17 écoles d'enseignement supérieur agricole ?* peut être interprétée comme s'adressant en même temps à l'internaute en train de consulter le post, mais aussi de manière plus générale à l'ensemble des citoyens qui pourraient être concernés par cette question. Il s'agit d'une forme d'accroche de l'attention du public, avant de l'inviter à consulter l'infographie sur le sujet par le recours à l'impératif à la deuxième personne du pluriel. Placée en clôture du message verbal, cette exhortation renvoie au contenu posé par l'interrogation en encourageant les internautes à en apprendre plus (dans l'exemple 5 : *Découvrez les #ChiffresClés des formations et métiers du vivant dans votre rendez-vous du #JeudiInfographie*). On remarque donc que les stratégies de légitimation et

¹² Exemple 5 : https://x.com/Agri_Gouv/status/1768215495646347669

de valorisation de l'instance institutionnelle s'appuient aussi sur l'inscription énonciative de l'allocutaire.

Au niveau technolangagier, le sujet thématique de l'infographie est normalement exprimé sous forme de mots-dièse en combinaison avec – au moins – un autre mot-dièse qui identifie la périodicité de ce type de *post* (*#JeudiInfographie*). Toutes les publications ainsi indexées peuvent être aisément retrouvées, matérialisant un réseau interdiscursif de vulgarisation offert par l'institution. Un dernier élément mérite enfin d'être signalé pour son rôle dans la construction d'une relation d'interlocution et de proximité entre l'instance institutionnelle et l'allocutaire. Ce discours est en effet présenté aux internautes comme un *rendez-vous*, ou plutôt comme *votre rendez-vous*. Le (techno) discours se montre donc comme ayant été spécifiquement conçu pour l'allocutaire visé et implique une sorte de fidélisation du lecteur à cette publication périodique. D'autres mots-dièse et des émojis peuvent éventuellement contribuer à leur tour à rendre le message plus expressif. Ces caractéristiques pragma-énonciatives et technodiscursives participent ainsi à la monstration d'un ethos articulant compétence, accessibilité et proximité communicationnelles. Une attitude pédagogique de la part du Ministère caractérise finalement ce type de *posts* qui visent à élargir les connaissances des lecteurs autour de sujets spécifiques liés à son domaine de compétence.

3.2. Pratiques citationnelles Ministère-Ministre(s)

La deuxième pratique étudiée correspond à la fonctionnalité du *repost* « simple », c'est-à-dire la rediffusion d'un contenu antérieur de la part du compte du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire sans l'ajout d'aucun commentaire. Deux formes de *reposts* méritent d'être présentées ici eu égard aux implications éthotiques qu'elles entraînent. Les *reposts* de *posts* publiés par ses représentants principaux (3.2.1) – le ministre Marc Fesneau, et la ministre déléguée Agnès Pannier-Runacher – et le cas d'un emboîtement de citations entre les *posts* du Ministère et celui du Ministre (3.2.2).

3.2.1. Rediffusion de *posts* des représentants du Ministère

La rediffusion de technodiscours des représentants du Ministère via la pratique citationnelle du *repost* représente l'une des pratiques les plus fréquentes au cours de la période envisagée. Tout en ne produisant aucun contenu nouveau, cet acte technodiscursif a des effets significatifs à la fois sur l'éthos institutionnel du Ministère et sur celui de ses ministres. Deux types de technodiscours repostés ont été ainsi analysés à la lumière de leurs enjeux éthotiques : des *comptes rendus de dires* et des *comptes rendus d'activités*.

Nous envisageons comme des *comptes rendus de dires* les *posts* dont la partie verbo-textuelle constitue un extrait du discours présent dans le contenu audiovisuel ou iconique qui y est intégré (cf. exemples 6-9)¹³. De fait, le texte du *post* se rapproche d'un discours rapporté sans en avoir néanmoins les marques typographiques spécifiques. C'est la juxtaposition entre l'énoncé et le contenu audiovisuel ou iconique qui amène à établir un lien intertextuel entre les deux. Étant donné que l'énonciateur du *post* et celui de l'énoncé cité coïncident, on pourrait rattacher ce type de *post* à la catégorie de l'« auto-citation transmédiée » établie par Lacaze (2020) dans l'analyse des pratiques citationnelles présidentielles sur Instagram. Dans le cas analysé ici, l'autocitation ne se réalise pas toutefois d'un RSN à un autre, mais d'un discours numérique à un autre ; par conséquent, il s'agirait plutôt d'une autocitation « inter-net » pour reprendre le qualificatif proposé par Sandré (2021) dans l'analyse du dialogisme des « discours inter-net ». Ces *posts* d'autocitation rendent généralement compte de moments et de passages discursifs considérés comme saillants au sein des interventions médiatiques des deux ministres. Ils participent ainsi du phénomène dialogique lié aux « discours de soi » – comme les appelle Sandré – qui implique une re-médiatisation de discours déjà existants en format numérique de la part de leur source énonciative (Sandré, 2021 : 163). Le compte du Ministère rediffuse donc des autocitations de ses ministres

¹³ Exemple 6 : <https://x.com/AgnesRunacher/status/1773810899897262588> ; exemple 7 : <https://x.com/AgnesRunacher/status/1773799839181992148> ; exemple 8 : <https://x.com/AgnesRunacher/status/1773794874401153252> ; exemple 9 : <https://x.com/MFesneau/status/1769624202326221079>.

lors d'interventions médiatisées de nature numérique, ce qui peut être interprété comme une forme de validation de ces comptes rendus de dire.

D'un point de vue énonciatif, ces autocitations semblent résulter de ce que Maingueneau (2021 : 174-175) considère comme un « *détachement aphorisant*¹⁴ ». Maingueneau envisage en effet l'« aphorisation » comme un régime d'énonciation qui consiste à extraire un ou plusieurs énoncés du texte d'un locuteur déterminé en le(s) rendant autonome(s) au niveau aussi bien typographique que sémantique. Comme l'explique l'auteur, ce procédé discursif est réalisé généralement par les médias à partir des discours de personnalités publiques dans le but de mettre en relief les énoncés ainsi détachés avec des effets de condensation, de personnalisation et de dramatisation. Dans cet environnement numérique, c'est pourtant l'instance de locution elle-même qui sélectionne les passages discursifs à rendre saillants par détachement, orientant ainsi l'attention du public. En outre, l'interprétation du détachement ne procède pas d'une mise en forme particulière de l'énoncé, comme c'est le cas pour le discours journalistique, mais elle s'appuie plutôt sur la configuration pluritechnosémiotique du *post*. Celui-ci se compose en effet d'un contenu multimodal englobant – la vidéo ou l'image – et d'un contenu verbal détaché à valeur saillante et/ou résumante. En l'occurrence, les énoncés détachés dépassent souvent l'ordre de la phrase et ils se caractérisent par des degrés variables de « représentation du discours autre » (Authier-Revuz, 2020), de la citation *verbatim* (ex. 6), à la juxtaposition de phrases non successives reprises *verbatim* (ex. 7), au discours rapporté résumant (ex. 8).

Les caractéristiques de ce type de technodiscours nous amènent à les classer dans le genre discursif *sui generis* du « *tweet* politique » théorisé par Longhi, qui se distingue par sa « condensation sémantique par décontextualisation partielle ou techno-contextualisation » (Longhi, 2013 : 27). Dans les comptes rendus de dire, des mots-dièse identifiant souvent le média concerné offrent de fait une forme de techno-contextualisation (Longhi, 2013), à laquelle s'ajoute un moyen d'attestation du dire sous la forme d'une vidéo ou d'un contenu iconique ou techno-iconique, dans le

¹⁴ Italique de l'auteur.

cas des aperçus des liens. Ces éléments apportent une sorte de preuve de la fidélité du dire rapporté, renforçant *de facto* la crédibilité du locuteur.

S'il n'est pas possible de restituer ici la pluralité des procédés énonciatifs mobilisés dans ces *posts*, il faut toutefois souligner la primauté des formes de prise en charge énonciative pour la construction de l'éthos du locuteur, qui se pose à l'articulation entre l'individuel, à savoir le représentant politique, et le collectif, c'est-à-dire l'instance institutionnelle qu'il représente et au nom de laquelle il est censé prendre la parole et agir. Afin d'illustrer la force éthotique de ce type de technodiscours, nous analysons quelques exemples de posts des deux ministres qui ont été repostés depuis le compte du Ministère et qui comportent des caractéristiques énonciatives distinctives.

La première série d'exemples (6-8) concerne des *posts* d'autocitations de la ministre déléguée Pannier-Runacher relatives à une même intervention dans le cadre de l'émission *Europe 1 Soir week-end* le 29 mars 2024, qui ont été rediffusés par le Ministère à travers la fonctionnalité du repost « simple ». La mise en avant de la subjectivité de la locutrice est marquée dans les trois cas. Dans l'exemple 6, la prise en charge à la première personne du singulier est renforcée par le pronom tonique correspondant, associé à une métaphore guerrière faisant l'objet d'une construction disloquée à valeur focalisante (*Moi mon combat c'est l'assiette des Français et le revenu des agriculteurs !*). Il s'agit en l'occurrence d'une « aphorisation » par laquelle l'instance de locution « *présente*, rend présente la force d'une énonciation qui engage sa responsabilité de locuteur, une prise de position exemplaire à la face du monde » (Maingueneau, 2021 : 174 ; italique de l'auteur).

Dans l'exemple 7, l'énonciation impersonnelle initiale pose le sujet de discussion, en impliquant aussi la réfutation d'un contre-discours (*La fraise de Plougastel n'a pas le même goût que la fraise espagnole*). Ce qui est présenté comme un fait est mis en relation avec une réaction émotionnelle de la locutrice qui rappelle les mesures existantes pour certifier la provenance géographique des produits (*Je me réjouis qu'en France on ait des indications géographiques protégées, du goût et de la qualité*). La provenance française des produits devient ainsi une garantie de qualité par une relation de transitivité. L'éthos individuel de la locutrice en tant que

défenseur des intérêts des Français et des agriculteurs (ex. 6) conflue, dans l'exemple 7, dans un ethos collectif qui s'exprime par le pronom *on*, construisant une image discursive de la nation française comme garante de qualité, qui fait également appel à la reconnaissance de cette valeur de la part du public.

Le rôle de la relation interlocutive entre la locutrice et les allocutaires visés (les agriculteurs) ainsi que la convergence de son ethos individuel dans un ethos collectif d'ordre d'abord ministériel et ensuite national distinguent également l'exemple 8. L'énonciation personnelle au *je* de la Ministre montre sa proximité avec les agriculteurs, une proximité qui se réalise aussi *sur le terrain*, manifestant un ethos de vertu au service des citoyens. Son activité individuelle en tant que ministre déléguée s'inscrit ensuite dans la collaboration qu'elle entretient avec le ministre Fesneau, cité ici par la mention, qui établit un lien matériel entre les deux comptes. Il en ressort une image unifiée et collaborative du Ministère, avant la présentation de l'implication des deux ministres dans le combat mené au niveau national (*C'est pourquoi avec @MFesneau, la France se bat pour intégrer plus de céréales dans les mesures de sauvegarde*). La dimension individuelle de l'ethos conflue ainsi progressivement dans une dimension collective de nature d'abord ministérielle et ensuite nationale.

Cette interdépendance entre l'individuel et le collectif résulte également de l'autocitation dans le post du ministre Fesneau qui a été rediffusé par le compte du Ministère (ex. 9). L'autocitation est ici marquée par les guillemets et participe à une configuration éthotique qui met en relation le collectif et le singulier. Elle s'ouvre par un *nous* qui, sans inclure l'allocutaire, identifie l'instance institutionnelle en opposition à un possible contre-discours. Ce dernier nierait ce que le Ministre, se faisant porte-parole de l'action collective institutionnelle, énonce comme une évidence (« *Personne ne peut dire que les efforts que nous avons effectués depuis fin janvier ne sont pas historiques [...]* »). Le recours au *nous* exclusif rend compte des engagements tenus par l'instance institutionnelle qui se montre comme un collectif, dont fait partie aussi le Ministre. La valorisation du groupe a ainsi des répercussions positives sur l'image de son porte-parole. L'énonciation passe ensuite au *je* pour introduire un retour personnel de l'expérience en lien avec une réaction émotionnelle, avant de revenir au *nous* exclusif

renvoyant au Gouvernement qui est enfin incarné par le Premier ministre cité via la mention de son compte (« [...] *J'entends les impatiences mais nous sommes rendez-vous de tous les engagements de @GabrielAttal* »). La cohésion du groupe montrée par l'énonciation à la première personne du pluriel se matérialise également par la relation technologique introduite par la mention entre les deux comptes.

Un deuxième type de technodiscours reposté par le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire concerne les activités et les événements auxquels ses ministres ont participé et dont ils donnent communication via leurs comptes *X* (cf. exemples 10-12)¹⁵. Ces technodiscours relèvent d'une forme de narration-attestation à visée valorisante que nous envisageons en termes de *comptes rendus d'activités*. Alors que la partie verbo-textuelle du post contextualise l'événement rapporté, les contenus iconiques en constituent un témoignage restituant la capture de moments ou d'actions qui servent pour illustrer et certifier le message verbal. La relation entre les deux composants du post pourrait en effet être analysée selon une relation d'hyponymie-hyperonymie : le sémantisme du message verbal est plus général et englobe la sémiose des contenus iconiques, qui en illustrent des aspects ponctuels.

La contextualisation géographique, les acteurs engagés ainsi que le but et/ou l'objet de la mission représentent des informations récurrentes dans ces *posts*. Quelques caractéristiques énonciatives représentatives concourent en outre à la construction de l'*ethos*. Comme le montrent les exemples 10, 11 et 12, l'énonciation personnelle à la première personne du singulier et/ou du pluriel marque ces technodiscours, et peut s'accompagner aussi de l'expression de l'émotion (ex. 11 – *Très heureux d'annoncer avec @AgnesRunacher, @sretailleau et @BrunoBonnelloff, le développement de solutions concrètes pour les agriculteurs*). Lors d'actions collectives, les différents acteurs engagés sont identifiés par l'emploi de la mention qui favorise la monstration technologique d'un réseau de collaboration contribuant à l'émergence d'un ethos collectif. L'emploi du *nous* et des déterminants associés se charge notamment d'une valeur

¹⁵ Exemple 10 : <https://x.com/MFesneau/status/1765467958480924864> ; exemple 11 : <https://x.com/MFesneau/status/1763856981763223995> ; exemple 12 : <https://x.com/AgnesRunacher/status/1763912457506918744>

exclusive pour construire l'image de l'institution et notamment du groupe gouvernemental (ex. 10 – *Les députés @CSitzensthul et @arenasrodrigo_m'ont présenté aujourd'hui leur rapport [...] C'est un combat que nous menons et je salue ce travail [...]*), mais aussi d'une valeur inclusive visant à englober l'allocutaire (ex. 12 – *notre #agriculture*). Des constructions pragmatiquement marquées renforcent l'expressivité de ces technodiscours (ex. 12 – *C'est pourquoi nous relevons tous les seuils d'exonération fiscale sur les transmissions*) qui s'attachent à satisfaire les conditions de performance et d'efficacité identifiées par Charaudeau (2014) pour la construction d'un ethos de crédibilité des représentants institutionnels. Ceux-ci se présentent comme les acteurs d'un groupe et reçoivent la légitimation et la validation de la part de l'institution par l'acte du *repost*. Les contenus plurisémiotiques audiovisuels contribuent enfin à contextualiser – et aussi attester selon les cas – les énoncés qui les précèdent.

3.2.2. Citations croisées Ministère-Ministre

La dernière pratique citationnelle retenue n'est pas très fréquente au cours de la période envisagée mais elle est intéressante pour ses effets éthotiques. Elle procède d'un emboîtement citationnel entre les *posts* du Ministère et celui du ministre Fesneau. En l'occurrence, la fonctionnalité du *repost* « simple » est utilisée par le Ministère pour rediffuser un post du Ministre qui cite et commente – par le biais de la fonctionnalité de la citation via le *repost* – un post du Ministère. Il s'ensuit que trois actes d'énonciation sont enchâssés au sein du technodiscours final, qui découle des citations croisées entre le discours du Ministère et celui du Ministre, comme le montre le tableau ci-dessous. Il illustre, à partir de l'exemple 13¹⁶, les trois niveaux d'enchâssement énonciatif et technodiscursif du *post* final – selon l'affichage qui renverse l'ordre chronologique des actions effectuées –, les pratiques technodiscursives correspondantes, ainsi que les fonctions pragmatiques principales.

¹⁶ Exemple 13 : <https://x.com/MFesneau/status/1773712516419309775>

Niveaux d'enchâssement	Pratiques technodiscursives	Fonctions pragmatiques
3. <i>Repost</i> « simple » du Ministère	Pratique citationnelle « simple »	Validation institutionnelle
2. <i>Repost</i> avec citation du Ministre	Pratique citationnelle « augmentée » à valeur réactive	Présentation des actions entreprises et valorisation des acteurs engagés
1. <i>Post</i> du Ministère	Pratique initiative initiale	Diffusion transmédiatique d'un discours institutionnel (le communiqué)

Tableau 1 : Enchâssement énonciatif et technodiscursif résultant de pratiques citationnelles croisées

Dans l'exemple retenu (13), le post initial du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire diffuse via le réseau le lien d'un communiqué officiel (cf. 3.1.2). Celui-ci est ensuite cité et commenté par le ministre Fesneau, qui valorise la mise en place d'un nouveau service de la part du Ministère (la réalisation de la plateforme France PAT, ce qui constitue l'objet du communiqué), montrant que l'engagement a été respecté, qu'il a été rayé de la liste, comme semble le suggérer l'emploi de l'emoji du « bouton coché » sur fond vert. Il attire l'attention sur l'action concrète menée par le Ministère, remplissant ainsi les conditions de performance et d'efficacité, qui participent d'un ethos de crédibilité selon Charaudeau (2014). La partie verbo-textuelle de son message se caractérise en outre par une énonciation à la troisième personne du singulier qui inclut pourtant des adjectifs à la première personne du pluriel ayant une valeur inclusive de l'allocutaire visé (*en faveur d'une territorialisation de notre alimentation ; ces initiatives territoriales qui soutiennent notre agriculture et nos agriculteurs*). Une dimension identitaire est impliquée dans ces syntagmes introduits par le possessif pluriel, qui font appel à l'appartenance nationale valorisant le rôle de l'agriculture dans l'économie et plus généralement dans l'identité nationale française.

L'emploi des mentions pour identifier les agents qui ont permis d'obtenir ce résultat favorise en outre la mise en relief et la matérialisation du groupe, à travers un lien technologique qui aboutit à une délinéarisation de la lecture vers ces comptes-là. La valorisation de l'action du Ministre s'appuie en l'occurrence sur la mise en avant du travail collectif auquel il a pris part en collaboration avec les autres acteurs mentionnés et reliés ainsi technologiquement (*Ce projet numérique, financé par @Agri-Gouv et*

@ademe, a pu voir le jour grâce au formidable travail de collaboration effectué par @ChambagriFrance et @Terresenvilles_).

Le *repost* final de la part du Ministère peut enfin être interprété comme une forme de validation-légitimation du dire du Ministre et de l'activité dont il rend compte dans son message. C'est une sorte de certification de la part de l'instance institutionnelle que le Ministre représente, au service de laquelle il agit et à laquelle il doit rendre compte de son travail. Il en résulte une convergence entre l'énonciation technodiscursive du Ministère et celle du Ministre, mettant en évidence l'unité et la communion d'intention et d'action entre l'institution et son représentant.

Conclusion

Le recours à *X* comme moyen de (re) diffusion de discours émanant de l'institution et de ses représentants tient d'un processus de valorisation et de légitimation des discours et des activités institutionnelles auprès du public de la plateforme. Les internautes sont invités à reconnaître le bien-fondé des activités menées par le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire et par ses représentants, ainsi que les bénéfices qu'elles sont censées apporter aux citoyens. L'attention est attirée sur les engagements tenus, sur les effets produits et sur les résultats atteints dans le cadre d'un ethos de crédibilité fondé sur la transparence, la pertinence et l'efficacité (Charaudeau, 2014). Dans les pratiques initiatives du compte du Ministère, l'image d'autorité et de crédibilité de l'instance institutionnelle se matérialise par une énonciation impersonnelle relevant du discours officiel des communiqués rediffusés sur la plateforme (3.1.2). Elle s'accompagne toutefois d'un ethos technodiscursif de proximité et d'accompagnement des internautes qui procède d'un discours à orientation allocutive et interactionnelle, exploitant aussi les ressources technolangagières et iconiques de la plateforme. La proximité de l'institution se construit en outre par la diffusion plus ample et ciblée de discours institutionnels susceptibles de concerner les citoyens et de les guider dans des démarches administratives (3.1.1), ainsi que par un discours de vulgarisation qui, ayant été conçu dans le cadre d'une forme de

communication périodique adressée aux internautes, se veut clair et immédiat (3.1.3).

Les pratiques citationnelles relatives aux *posts* des représentants du Ministère participent en revanche à un processus de construction d'un *ethos* technodiscursif qui met en relation le collectif et l'individuel. D'une part, par la pratique citationnelle, l'instance collective institutionnelle confirme la légitimité des dires et des activités de ses représentants, consolidant ainsi leur autorité. De l'autre, cette pratique engendre un phénomène de corporéification de l'instance institutionnelle, qui se manifeste par les dires de ses représentants. Ces interrelations technodiscursives entre l'institution et ses représentants modèlent un *ethos* technodiscursif à l'articulation entre l'impersonnel et le personnel, le collectif et l'individuel, un *ethos* qui montre en même temps son autorité et sa proximité, et donne la preuve de sa crédibilité par des éléments d'attestation pluritechnosémiotique. On peut remarquer là une manifestation de la continuité soutenue par Oger (2021 : 59 ; italique de l'auteure) entre « un *ethos* associé aux marques de la subjectivité – et qui traduirait une autorité personnelle – et un *ethos* impersonnel qui serait le fait de l'autorité [...] institutionnelle ».

Quant au rôle des spécificités technodiscursives, plusieurs considérations ressortent de notre analyse. Si l'image du groupe est normalement projetée par des ressources verbales et/ou iconiques (Amossy, 2021), dans l'environnement numérique les ressources technolangagières concourent à leur tour à la construction d'un *ethos* collectif, en concrétisant le groupe par la mise en lien matérielle de ses membres. L'*ethos* individuel conflue dans un *ethos* collectif grâce aux fonctionnalités qui assurent une augmentation énonciative, à l'instar de la mention et du *repost*. Par conséquent, l'existence du groupe ne procède plus seulement de la convergence dialogique d'une pluralité de voix lors d'une énonciation collective au *nous*, mais aussi de l'emploi d'éléments technolangagiers qui favorisent la matérialisation d'un réseau de collaborations et de partenaires participant à la monstration d'un *ethos* technodiscursif collectif d'ordre relationnel. Cela contribue à l'existence d'une entité plurielle mais unifiée dans ses actions et ses objectifs par l'activation et la matérialisation technologique d'un réseau interdiscursif qui

nourrit un ethos technodiscursif collectif. Ce sont donc des fonctions *constitutives, identitaires, de promotion et de persuasion* (Amossy, Orkibi, 2021b) qui sont remplies par cette construction éthotique collective.

La plurisémioticit  des *posts* qui se traduit par la présence de contenus iconiques comporte des répercussions argumentatives liées à leur fonction d'attestation (comptes rendus d'activités) ou d'explication (discours de vulgarisation), offrant une preuve qui certifie ce qui est affirmé et corroborant ainsi la crédibilité du locuteur. Quant aux contenus audiovisuels, outre une fonction d'attestation, ils visent à contextualiser la partie verbo-textuelle. Selon les cas, le verbal et l'iconique (ou l'audiovisuel)  tablissent donc différents liens de cohésion, l'un remplissant une fonction englobante de contextualisation et l'autre une fonction d'attestation à valeur (hypo) spécifique.

Les propriétés et les contraintes de l'environnement numérique influent finalement de manière particulière et spécifique sur l'ethos de l'institution en contexte numérique. Comme le montre le cas du locuteur institutionnel analysé, les fonctionnalités, les pratiques et les ressources propres à l'environnement numérique prennent part à un processus distinctif de construction d'un ethos technodiscursif caractérisé par une interdépendance entre ses dimensions collective et singulière, qui s'entrecroisent non seulement au niveau énonciatif, mais aussi grâce aux pratiques d'augmentation, d'emboitement énonciatif et de délinéarisation.

Bibliographie

- Amossy, R. 2010. *La présentation de soi : ethos et identité verbale*. Paris : Presses universitaires de France.
- Amossy, R. 2021. Qu'est-ce que l'*ethos* collectif ? In : Amossy, R., Orkibi, E. ( ds.), *Ethos collectif et identités sociales*. Paris : Classiques Garnier, p. 21-51
- Amossy, R., Orkibi, E. (dir.) 2021a. *Ethos collectif et identités sociales*. Paris : Classiques Garnier.
- Amossy, R., Orkibi, E. 2021b. Introduction. In : *Ethos collectif et identités sociales*. Paris : Classiques Garnier, p. 7-17.
- Authier-Revuz, J. 2020. *La représentation du discours autre*. Berlin/Boston : De Gruyter.
- Benveniste,  . 1966. *Problèmes de linguistique générale*. 1. Paris : Gallimard.

- Bres, J., Nowakowska, A., Sarale, J.-M. 2019. *Petite grammaire alphabétique du dialogisme*. Paris : Classiques Garnier.
- Cagninelli, C. 2024. « Effets rhétoriques de l'augmentation énonciative des discours numérique. Le cas des « retweets avec citation » ». *Lingue e Linguaggi*, n° 62, p. 205-226.
- Charaudeau, P. 2014. *Le discours politique : Les masques du pouvoir*. Limoges : Éditions Lambert-Lucas.
- Couleau, C., Deseilligny, O., Hellégouarc'h P. 2016. « Présentation ». *Itinéraires*, n° 2015-3. [En ligne] : <http://journals.openedition.org/itineraires/3175> [consulté le 30 mai 2024].
- Frame, A., Mercier, A., Brachotte, G., Thimm, C. (éds) 2016. *Tweets from the Campaign Trail : Researching Candidates' Use of Twitter during the European Parliamentary Elections*. Berlin : Peter Lang Verlag.
- Lacaze, G. 2020. « Les matérialités discursives et les pratiques citationnelles du discours rapporté numérique sur Instagram ». *SHS Web of Conferences*, n° 78, p. 1-14.
- Longhi, J. 2013. « Essai de caractérisation du tweet politique ». *L'information grammaticale*, n° 136, p. 25-32.
- Maingueneau, D. 2014. « Retour critique sur l'éthos ». *Langage et société*, n° 149 (3), p. 31-48.
- Maingueneau, D. 2016. « L'éthos discursif et le défi du Web ». *Itinéraires*, n° 2015-3. [En ligne] : <http://journals.openedition.org/itineraires/3000> [consulté le 30 mai 2024].
- Maingueneau, D. 2021. *Analyser les textes de communication* (4e éd). Malakoff : Armand Colin.
- Maingueneau, D. 2022. *L'éthos en analyse du discours*. Louvain-La-Neuve : Academia.
- Mercier, A. 2013. « Twitter l'actualité : usages et réseautage chez les journalistes français ». *Recherches en Communication*, n° 39. [En ligne] : <https://doi.org/10.14428/rec.v39i39.49643> [consulté le 30 mai 2024].
- Mercier, A. 2015. « Twitter, espace politique, espace polémique. L'exemple des tweet-campagnes municipales en France (janvier-mars 2014) ». *Les cahiers du numérique*, n° 11 (4), p. 145-168.
- Mercier, A., Pignard-Cheynel, N. (éds) 2018. *#Info : commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook*. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Oger, C. 2021. *Faire référence : La construction de l'autorité dans le discours des institutions*. Paris : Éditions EHESS.
- Oger, C., Ollivier-Yaniv, C. 2003. « Analyse du discours institutionnel et sociologie compréhensive : Vers une anthropologie des discours institutionnels ». *Mots. Les langages du politique*, n° 71, p. 125-145.
- Orkibi, E. 2008. « Ethos collectif et Rhétorique de polarisation : le discours des étudiants en France pendant la guerre d'Algérie ». *Argumentation et analyse du discours*, n° 1. [En ligne] : <http://journals.openedition.org/aad/438> [consulté le 30 mai 2024].

Paveau, M.-A. 2017. *L'analyse du discours numérique : dictionnaire des formes et des pratiques*. Paris : Hermann.

Sandré, M. 2021. « Communication présidentielle sur Facebook : analyse du dialogisme discursif et technologique ». *Le discours et la langue*, n° 12.2, p. 159-187.

Vicari, S. 2021. « Introduction : Autorité et Web 2.0 ». *Argumentation et Analyse du Discours*, n° 26. [En ligne] : <http://journals.openedition.org/aad/4936> [consulté le 30 mai 2024].

Vicari, S. 2023. « Discours d'influenceurs, discours d'autorité ? Le cas de deux médecins influenceurs sur Twitter ». *Argumentation et analyse du discours*, n° 30. [En ligne] : <http://journals.openedition.org/aad/7505> [consulté le 30 mai 2024].



© *Synergies Italie*, n° 21, Année 2025.

Revue du GERFLINT

ARK : <https://catalogue.bnf.fr/ark:/12148/cb42702496d>

Bibliothèque nationale de France

- février 2025 -

Éléments sous droits d'auteur. Modalités de lecture et de citation, politique d'archivage et mentions légales consultables sur le site de l'éditeur et de la revue :

www.gerflint.fr

<https://gerflint.fr/synergies-italie>

