

# L'exposition de soi sur Facebook<sup>(\*)</sup>

Sous la direction de  
**Héba Machhour**  
Claire Martinot

**Youstina Maher**  
Université du Caire

## Résumé

L'étude de l'image de soi ne constitue pas un sujet récent. Mais, elle continue à être un sujet intéressant avec le développement des moyens de s'exprimer voire de s'exposer. Les réseaux sociaux présentent une voie privilégiée pour s'exposer disposant des enjeux différents et spécifiques. Cet article a pour objet de présenter une étude du concept d'exposition de soi dans les réseaux sociaux, plus particulièrement sur le site Facebook comme exemple. Pour étudier les stratégies de l'exposition de soi sur Facebook, nous devons examiner l'identité numérique. Celle-ci est constituée de trois niveaux : l'identité déclarative, l'identité agissante et l'identité calculée. Les trois niveaux se combinent formant l'identité numérique de l'utilisateur. Nous allons expliquer la signification de chaque niveau. Notre article portera sur le premier niveau, à savoir, l'identité déclarative. Nous présenterons une étude à la fois linguistique et sémiotique. Un aperçu théorique des notions importantes est présenté avant de passer à l'analyse de trois exemples de profils féminins sur Facebook.

**Mots-clés :** exposition de soi – identité numérique – réseaux sociaux – Facebook

---

(\*) L'exposition de soi sur Facebook, Vol.13, Issue No.1, January 2024, pp.59-85.

## المخلص

ليست دراسة صورة الذات موضوعًا حديثًا، لكنها لا تزال موضوعًا مثيرًا للاهتمام مع تطور وسائل التعبير عن الذات أو بالأحرى عرض الذات. تقدم مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مفضلة لدى الكثير لعرض الذات مستخدمين تقنياتهم الخاصة والمختلفة. يهدف هذا المقال إلى تقديم دراسة لمفهوم عرض الذات في شبكات التواصل الاجتماعي، وبشكل خاص على موقع الفيسبوك كنموذج. وحتى تتمكن من دراسة استراتيجيات عرض الذات على موقع الفيسبوك يجب أن ندرس الهوية الرقمية التي تتكون من ثلاثة مستويات: الهوية التصريحية، والهوية التفاعلية، والهوية المحسوبة. وتتحد المستويات الثلاثة لتشكل الهوية الرقمية للمستخدم. وسنقدم شرحًا لما يعنيه كل مستوى من الثلاث، وسيركز المقال على المستوى الأول وهو الهوية التصريحية. سنتناول الموضوع من منظور لغوي وسيميوطيقي وسنوضح بعض المفاهيم الهامة للدراسة ومن ثم ننتقل إلى تحليل ثلاثة أمثلة من صفحات شخصية لثلاثة من مستخدمي الفيسبوك.

**الكلمات المفتاحية:** عرض الذات – الهوية الرقمية – مواقع التواصل الاجتماعي – الفيسبوك.

## Introduction

Le sujet de cet article porte sur l'exposition de soi sur Facebook. Cela se fait en étudiant le rapport entre la langue et les médias, spécialement le rapport entre la langue et les réseaux sociaux. Il s'agit d'un nouveau support non seulement de la communication entre les individus mais aussi de l'expression. Nous avons choisi de travailler sur les différentes stratégies de l'exposition de soi sur un seul exemple de ces réseaux sociaux : Facebook, qui demeure le site ayant le plus grand nombre d'utilisateurs par rapport aux autres réseaux sociaux tels Tweeter, LinkedIn, MySpace, etc.; et il présente une diversité de catégories des personnes qui l'utilisent. Nous avons choisi d'étudier l'exposition de soi à travers un élément particulier, à savoir, les pages profils. Il s'agit d'un élément riche de codes permettant l'identification de la personne. C'est à

l'aide de ses différents composants tels que les statuts, les centres d'intérêts, les affiches partagées, les commentaires et les photos de profil, que la personne laisse ses traces construisant ainsi son identité numérique. Parmi les éléments cités, il y a ceux qui ont une importance particulière dans la mesure où ils sont, souvent, disponibles à tout le monde même les "non-amis" qui ne font pas partie du contact de l'utilisateur, comme par exemple la photo du profil, la photo de la couverture du profil (profile cover) et les informations personnelles. Donc, c'est l'image que l'on donne de soi à un public plus large qui dépasse la zone des contacts. Afin de délimiter le corpus, les profils choisis sur Facebook sont ceux de femmes francophones appartenant à presque la même tranche d'âge (de 30 à 40 ans). Le choix des profils féminins est dû au fait qu'on a constaté, lors de la construction du corpus, que les femmes sont beaucoup plus actives sur Facebook que les hommes, donc leurs profils seront plus riches d'éléments à étudier. Nous allons montrer les procédés de la construction de l'image de soi sur Facebook à travers les discours figurant dans deux rubriques : Détails sur vous et Introduction. Nous présenterons une étude linguistique des énoncés et une étude sémiotique des émojis qui les accompagnent.

### **L'identité numérique**

Comme nous venons de le signaler, les réseaux sociaux ont constitué, récemment, un champ de travail abordé à partir de différentes perspectives appartenant aux différents domaines de la recherche scientifique. Ils peuvent être l'objet d'un travail mené d'un point de vue psychologique, sociologique, médiatique, linguistique et parfois il est indispensable de combiner plusieurs méthodes dans une même étude, selon l'objectif de la recherche et le corpus choisi. Tout d'abord, nous allons préciser ce que nous entendons par « l'identité » en général ? Comment se constitue-t-elle ? « Ce n'est qu'en percevant l'autre comme différent que peut naître la conscience identitaire. La perception de la différence de l'autre constitue d'abord la preuve de sa propre identité qui devient alors « un être qui n'est pas l'autre » » (CHARAUDEAU, 2009, p. 16) Cette définition présentée par P. Charaudeau convient au contexte

de notre travail. Les réseaux sociaux en général, notamment Facebook, sont basés sur les échanges entre les usagers. Cela signifie la conscience de l'existence de l'Autre et donc le besoin de s'identifier. Cette relation avec autrui contient certainement des ressemblances, par exemple, le partage d'un même niveau social, intellectuel ou d'une même tranche d'âge, etc. Mais c'est surtout la singularité de soi qui est mise en évidence pour montrer en quoi le « je » est différent des autres. Passons au domaine numérique, notamment les réseaux sociaux, D. Chandler définit les pages personnelles de ce genre de site par « des textes multimédias en ligne, sur le thème du « qui suis-je ? » ». (CHANDLER, 1998) Selon T. Erickson, l'utilisation de ce genre de pages personnelles numériques « tend plus à la construction identitaire qu'à la publication de données » (ERICKSON, 1996, p. 15) Olivier Ertzscheid, dans son ouvrage intitulé *Qu'est-ce que l'identité numérique ? Enjeux, outils, méthodologie*, donne une définition de l'identité numérique : « L'identité numérique est constituée de la somme des traces numériques se rapportant à un individu ou à une collectivité » (ERTZSCHEID, 2013). Il distingue trois genres de traces, à savoir, les traces profilaires qui dispose de ce que dit l'utilisateur de soi-même, les traces navigationnelles qui correspondent aux actions et au comportement de l'utilisateur, et le dernier genre de trace est celui de tout affichage présentant les idées ou la pensée de l'utilisateur. Mais, dans notre travail, nous préférons de suivre la classification présentée par Louise Merzeau, selon laquelle l'identité numérique se constitue à trois niveaux : le premier est l'identité déclarative, faite par le choix volontaire et conscient de l'utilisateur. Comme par exemple le choix de la photo du profil, les préférences et les centres d'intérêt, etc. Le deuxième niveau est l'identité agissante, elle désigne les activités de l'individu sur ces sites, telles que les affiches qu'il partage sur sa page, les groupes et les pages qu'il suit, les applications et les questionnaires qu'il utilise, etc. Le troisième niveau de l'identité numérique est l'identité calculée. Cette dernière est un travail fait par le système afin de comptabiliser la présence numérique de l'individu. Par exemple, le nombre d'amis, les mini clips de ses activités sur le site et de

ses connectivités, etc. (MERZEAU, 2009). Bref, l'identité numérique peut être définie par « la collection des traces (écrits, contenus audios ou vidéos, messages sur des forums, identifiants de connexion, etc.) que nous laissons derrière nous, consciemment ou inconsciemment, au fil de nos navigations sur le réseau et le reflet de cet ensemble de traces, tel qu'il apparaît « remixé » par les moteurs de recherche. » (ERTZSCHEID, 2013). L'identité n'est donc ce qu'on est mais plutôt ce qu'on désire être. Par cette définition, nous pouvons dire qu'il ne s'agit pas seulement de construire une identité numérique mais aussi une réputation, cela appelle l'idée « d'exposition de soi », sujet de notre article qui portera essentiellement sur le premier niveau, à savoir, l'identité déclarative, qui constitue l'identité numérique tracée par soi-même. Nous étudierons cette notion par le biais d'un ensemble de données personnelles collectées et qui est constitué des informations déclaratives qui résident dans ce que dit l'utilisateur de lui-même, par exemple les goûts, les centres d'intérêts, les proverbes préférés, les légendes accompagnant une photo de soi, etc.

### **L'exposition de soi**

La présentation de soi est une activité volontaire et un comportement social faisant partie de la nature humaine. Dans son livre *La présentation de soi, Éthos et identité verbale* (2010), Ruth Amossy définit la présentation de soi par le fait que le locuteur cherche à faire une bonne impression. Cette notion trouve ses origines dans deux tendances. La première est la rhétorique d'Aristote qui étudiait la présentation de soi désignée par "l'éthos" comme une pratique de persuasion : l'orateur cherche à gagner son auditoire de son côté en donnant de lui-même une image positive qui lui permet de se rendre crédible. Ainsi, la rhétorique aristotélicienne cherche la vraisemblance en s'intéressant surtout au discours public. La seconde tendance est celle du sociologue Erving Goffman qui, dans le premier tome de son livre *La Mise en scène de la vie quotidienne* intitulé « La Présentation de soi », a repris différemment cette notion de l'éthos sous la dénomination de "la présentation de soi". Pour lui, chacun construit une image de soi dans toute interaction sociale (publique ou privée). Il explique la notion en comparant l'individu à un

acteur de théâtre qui combine tous les moyens disponibles (mode vestimentaire, gestes, mimique, comportement corporel, parole, etc.) pour construire une image de soi favorable. Goffman étudiait non seulement la parole mais aussi le comportement social. Dans le domaine des études des sciences du langage, Ducrot réintroduit la notion de l'éthos, en distinguant entre l'éthos "dit" et l'éthos "montré". Le premier est ce que le locuteur dit de lui-même et le second est ce qu'il cherche à montrer à travers son discours. Avec la théorie de l'analyse du discours, "la construction d'une image de soi ne participe pas seulement d'une entreprise de persuasion délibérée ou d'une interaction en face à face : elle est au cœur de tous les discours qui circulent dans l'espace social." (AMOSSY, 2010, p. 15) Il étudiait la vocalité dans le discours écrit à travers les niveaux de langue, le rythme, le choix des mots et des expressions, etc. Quant à Benveniste, nous trouvons la notion de la présentation de soi dans sa théorie de l'énonciation selon laquelle tout discours est une énonciation ayant un locuteur qui vise à influencer son interlocuteur. Il étudiait la question de la subjectivité et de la construction identitaire à travers l'étude des pronoms personnels *je* et *tu*. Nous pouvons donc affirmer que toute prise de parole comporte une construction de l'image de soi : "L'éthos est indissociable de l'utilisation du langage par un sujet parlant." (AMOSSY, 2010, p. 36)

Nous entendons par l'exposition de soi la présentation massive d'un individu dans les médias, notamment l'Internet, caractérisée par l'affaiblissement des frontières entre la vie privée et la vie publique.

Dans ce qui suit, nous suivons les étapes de l'évolution de la présentation de soi qui aboutissent à ce qu'on appelle l'exposition de soi. Nous nous servons dans cet aperçu de l'article de Yannick Estienne intitulé "Un monde de verre : Facebook ou les paradoxes de la vie privée (sur)exposée" (Estienne, 2016). Il y a longtemps que la présentation de soi se fait au moyen de l'écriture dans ses formes multiples telles l'autobiographie, les mémoires, les confessions, les correspondances et le

journal intime. Ce sont des genres littéraires pratiqués surtout par des catégories précises de la société, à savoir les écrivains et es célébrités dans les divers domaines de la vie. À cette phase de la présentation de soi, les frontières entre le privé et le publique étaient claires et leurs écritures se faisait de manière consciente et pour des buts précis. Mais c'était toujours la vie privée des personnages publics qui intéressait les gens. Ce n'est qu'avec l'invention de la photographie en [1839](#) que les individus ordinaires ont commencé à se présenter et à enregistrer quelques moments de leurs vies privées qu'ils pouvaient partager avec un cercle de relations intimes. Au début du XX<sup>e</sup> siècle, la presse populaire est apparue donnant l'occasion au public ordinaire de devenir le sujet des journaux. Par exemple, après la deuxième guerre mondiale, la presse féminine en France a publié des confidences de leurs lectrices. À la fin du même siècle, la naissance du genre télévisuel "télé-réalité" ou "reality-show" donne la priorité à "montrer" la vie réelle de l'individu ordinaire et à discuter ses souffrances, ses besoins et sa vie intime. Ce mélange entre la vie privée et la vie publique atteint son point culminant avec l'ère du développement technologique des médias numériques, entre autres les réseaux sociaux. L'individu est obsédé par son existence dans ces nouveaux canaux, à la fois, de communication et d'exposition de soi.

L'intérêt de comprendre et d'analyser les comportements humains est devenu un processus indispensable pour plusieurs disciplines telles que les sciences humaines (la sociologie, les sciences politiques) et le marketing.

La question de la construction de l'image de soi continue à fournir la base de différentes études récentes traitant des corpus appartenant à de nouveaux supports tels les réseaux sociaux. En effet, dès que l'utilisateur se connecte sur ces sites, il commence la première étape, à savoir la création de son profil, puis, guidé par des questions proposées par le site, il met ses informations personnelles qui l'identifient. Ensuite, il continue la construction de son identité numérique en publiant une image qui le présente, qu'elle soit sa propre photo, une photo de ses affaires personnelles ou une image symbolique ; et il termine en mettant un statut

qui résume ce qu'il pense être ou ce qui le présente tout simplement. Ainsi, la notion de la présentation de soi est étroitement liée à l'identité en général et à l'identité numérique en particulier dans le cas de notre étude.

Nous optons dans notre travail pour l'approche théorique de Goffman qui prend en considération les éléments verbaux et non verbaux de la mise en scène de soi. Nous parlons de l'exposition de soi sur Facebook plutôt que de la présentation ou de la mise en scène de soi car l'utilisateur fait partie d'un processus continu pour se montrer et parler de soi-même en profitant des divers dispositifs fournis par le site. Il devient obsédé par son image et la construction de son identité numérique sur Facebook. Il ne suffit pas de créer un compte sur Facebook pour y exister; ce qui marque vraiment son existence c'est plutôt d'agir en cherchant à posséder un grand nombre de suiveurs. Dans ce sens, l'exposition de soi est définie comme "une pratique sociale de mise en visibilité de soi sur Internet pour laquelle le public est ratifié mais pas complètement identifié" (BRODIN Oliviane et MAGNIER, 2012, p. 145). Selon Maingueneau "l'éthos se montre dans l'acte d'énonciation, il ne se dit pas dans l'énoncé. Il reste par nature au second plan de l'énonciation : il doit être perçu, mais ne pas faire l'objet du discours." (MAINGUENEAU, 2013, p. 4) Cela signifie que la présentation de soi, travaillée ou spontanée, n'existe pas au niveau des mots prononcés, mais plutôt au niveau de la manière dont le locuteur s'approprie la langue. Ducrot, lui, explique la notion de l'éthos par le fait qu'il "ne s'agit pas des affirmations flatteuses que l'orateur peut faire sur sa propre personne dans le contenu de son discours, affirmations qui risquent au contraire de heurter l'auditeur, mais de l'apparence que lui confèrent le débit, l'intonation, chaleureuse ou sévère, le choix des mots, des arguments..." (DUCROT, 1984, p. 201). Mais, sur la plateforme des réseaux sociaux en général et de Facebook en particulier, nous remarquons une obsession constante de "se montrer" et parfois de "se flatter" de manière directe. L'objectif que cherche l'amateur de Facebook est d'être lu, vu et écouté par le plus grand nombre de suiveurs. Nous allons analyser les différents outils de l'exposition de soi figurant sur les



pages profils de certains usagers de Facebook, et les stratégies de leurs utilisations afin de montrer le mécanisme de "l'éthos numérique".

### **L'identité déclarative**

L'identité déclarative sur Facebook figure dans deux espaces : la rubrique intitulée « détails sur vous » et l'introduction dans lesquels la personne se décrit. Dans la mesure où il s'agit de déclarations optionnelles, le choix de remplir ces deux espaces est significatif en lui-même car il annonce l'intention de la personne de se présenter aux suiveurs. Nous allons étudier ces deux rubriques dans trois profils différents. Nous avons choisi les profils selon les critères suivants : d'abord, les propriétaires sont francophones afin d'étudier le choix de la langue (français et arabe). Ensuite, les profils étudiés appartiennent à des femmes pour délimiter le corpus et présenter une étude comparative logique et arriver à des conclusions claires et précises.

Au sujet de ce genre de corpus, nous affrontons un problème d'ordre éthique, à savoir, la difficulté d'obtenir l'accord des personnes dont on étudie les profils. Nous avons pu résoudre ce problème en demandant aux personnes choisies de signer une autorisation écrite permettant l'usage de leurs comptes.

## Profil 1 : Hala Al Malawany<sup>(1)</sup>

### Détails sur vous



"Hmm...tout simplement, je suis Hala Al Malawany, romancière égyptienne, graphiste, photographe et beaucoup d'autres choses. J'aime l'écriture, la lecture, la photographie et le voyage. Ma vie est ma famille, mon mari, mon travail et les personnes qui me sont proches.

Alors, soyez les bienvenus dans mon compte modeste." <sup>(52)</sup>

Hala choisit de se mettre en scène par le pronom personnel *je*. L'emploi de ce pronom est, dans cette rubrique, normal puisqu'il s'agit de se présenter devant les suiveurs. Dans son œuvre *Problème de linguistique générale*, Benveniste distingue deux *je*, le *je* de l'énonciateur et le *je* de l'énoncé. (BENVENISTE, 1966) C'est ce que nomme Maingueneau l'éthos dit et l'éthos montré (MAINGUENEAU, 2014). Dans la plupart des écrits de cette rubrique, le locuteur est, comme ici, le sujet même de son discours. " C'est alors de la coïncidence ou de la non-coïncidence entre le dit et le dire que l'éthos tire son plus ou moins grand degré d'efficacité." (AMOSSY, 2010, p. 115). Le discours de Hala en langue française est formé de trois énoncés où figurent six fois la marque de l'énonciatrice *je*. Cette redondance référentielle convient au rôle accordé à cette rubrique qui consiste à parler de soi en cherchant à faire bonne

impression auprès des autres. Hala commence son premier énoncé par une adresse directe à son lecteur : *Salut*. En général, cette adresse au public virtuel se fait surtout dans les discours des hommes politiques, des journalistes ou d'une personne célèbre. L'importance de cet élément est qu'il annonce explicitement que l'énonciatrice prend en considération ceux qui suivront sa page et que ses écrits sont clairement adressés à son public. Elle veut/sait être lue. Cela est intéressant dans la mesure où d'autres usagers considèrent leurs comptes comme un journal intime publié où la présence de l'adresse au public est plus implicite et moins reconnue. Cet appel est repris dans le dernier énoncé par *Soyez les bienvenus أهلا بكم*. Dans ce premier énoncé, Hala parle de son identité professionnelle et nationale. Les identités professionnelle et nationale marquent l'appartenance à une communauté ; il s'agit d'une identité collective du sujet parlant. "**L'identité professionnelle**, selon Claude Dubar, est le fait de **se définir individuellement** à partir des caractéristiques de son travail, de ses réalisations professionnelles, de ses compétences professionnelles, de l'appartenance à un groupe professionnel (formation, équipe, entreprise, métier, secteur, filière, statut...)" (FLEURY, 2013). *Romancière*, est le statut professionnel qu'elle s'octroie sans une reconnaissance publique, qu'elle cherche donc. Il annonce aux autres qu'il s'agit d'une personne qui aime écrire et publier et nous sommes en présence d'un compte actif et actualisé constamment. C'est un détail qui justifiera les types d'intervention de l'utilisateur, ses posts et ses affichages auront certainement ce caractère de l'écrivain (romancier) s'adressant à son lecteur (récepteur/visiteur du compte). "Par l'identité professionnelle, l'individu possède un pouvoir dans son domaine, un statut personnel et social par lequel il se permet de et est qualifié pour « faire autorité » dans un cadre précis qu'il a fait sien. Cela confère à l'individu une rationalité qui fait de lui un expert et lui permet « d'exercer un certain travail interdit aux autres »" (BERNARD, 2007) . Hala cite dans son énoncé quatre professions (*romancière, graphiste, photographe et Community Manager Freelance*) dont l'ordre est significatif : en suivant son compte, nous constatons que l'ordre est

chronologique. Le premier énoncé a pour verbe le verbe *être*, cela convient à son contenu portant sur les identités professionnelle et nationale. Le second énoncé, ayant toujours le sujet *je*, a comme noyau le verbe *aimer* de nature affective. Cela nous amène à un niveau différent de la présentation de soi, celui des sentiments. Il est à signaler que l'étude des sentiments dans le discours se fait à plusieurs niveaux, à savoir, les sentiments dits, montrés et étayés (MICHELI, 2014). On parle de sentiment dit lorsque l'énoncé comporte un terme désignant un sentiment : un substantif, un verbe ou un adjectif. Le sentiment est également dit quand le thème du discours est explicitement une description d'un sentiment particulier. Dans l'énoncé que nous étudions, il s'agit d'un sentiment dit clairement avec l'usage du verbe *aimer*. Sur le plan de la structure actantielle, un terme désignant un sentiment a deux actants, à savoir, l'actant sujet celui qui éprouve le sentiment et l'actant objet vers lequel est dirigé le sentiment. Dans ce cas, le sujet est *je* de Hala, l'énonciatrice, et il existe plusieurs objets cités dans l'énoncé : *voyager, écrire, lire et prendre des photos*. La phrase suivante, ne contenant pas un terme explicite de sentiment, indique toujours une identité affective, cette fois-ci au niveau du sentiment "montré". Etant donné que le sentiment "dit" signifie un ancrage dans le lexique, le sentiment "montré" est interprété selon les indices. Ceux-ci sont nombreux : les interjections, l'exclamation, l'énoncé elliptique, etc. Un énoncé elliptique « apparaît comme réduit et cela relativement à un autre énoncé avec lequel il est mis en rapport » (MICHELI, 2014, p. 86). Dans ce cas, l'énoncé, bien qu'il ne comporte pas de termes de sentiment, est interprété par rapport à ce qui le précède. L'énonciatrice continue le même sujet, celui de l'expression de sentiments. Si nous observons l'énoncé : *Ma Famille, mon Mari, Mon travail sont tous pour moi*, nous remarquons, d'abord, au niveau de la typographie, un usage de la majuscule qui va contre la norme. Cet usage marque la distinction, l'accent est mis sur les mots commençant par la majuscule. L'usage répété des adjectifs possessifs correspond au ton émotionnel déjà annoncé avec le verbe *aimer* et à la subjectivité de ses propos. Les deux

premiers possessifs associés à des substantifs qui se rapportent à la famille expriment des émotions personnelles et intimes. Le troisième possessif se rapporte à son travail, son identité professionnelle sur laquelle elle insiste dans sa présentation. Cet usage des possessifs implique le pronom *je* de l'énonciatrice ayant un caractère individuel et singulier.

Pour ce qui est de la langue utilisée, Hala a recours à la langue française pour le premier et sa langue maternelle, le dialecte égyptien, pour le second énoncé. Il s'agit ici d'une alternance interphrastique, c'est-à-dire que le passage d'une langue à l'autre se fait d'un énoncé à un autre. Le locuteur bilingue est, souvent, compétent dans l'une des deux langues et se sent à l'aise en l'utilisant ; cela est dû à une maîtrise déséquilibrée des deux systèmes. En général, le phénomène de l'alternance codique est lié surtout au discours oral où le passage d'une langue à une autre se fait souvent de façon inconsciente de la part du locuteur bilingue. Ce même phénomène devient plus intentionnel et décidé dans le discours écrit puisque le locuteur a la possibilité de revenir sur son énoncé et de choisir une seule langue s'il voulait. Dans le cas des écrits numériques des réseaux sociaux, la complexité réside dans le fait que la nature des interactions de ce genre de sites est proche de la communication orale ; cela a pour raison son caractère intime et familier plutôt que formel. Ainsi, le discours bien qu'il soit écrit, l'aspect quotidien de la communication sur ces sites rend parfois l'alternance codique inconsciente. D'où la mixité et la proximité dans ce discours des statuts oral et écrit. Dans le cas de Hala, puisque le contenu des deux énoncés des deux langues est presque le même, le but de l'usage des deux langues peut être interprété par l'intention du sujet parlant que son discours soit accessible à des personnes arabophones et francophones étant donné qu'elle vit en France. Ces langues constituent également un trait d'identité culturelle que montre le locuteur à son allocataire. Cette interprétation convient parfaitement à la rubrique où figure le discours et qui a pour objectif clair et précis le fait de se présenter aux autres. De même, nous pouvons ajouter à ces fonctions la fonction expressive selon

laquelle le locuteur cherche à montrer sa connaissance de plusieurs langues, et l'intégration des deux publics de récepteurs dans son énonciation.

Dans la même rubrique « détails sur vous » Hala décide de signaler son nom en arabe, c'est une tradition suivie par les figures célèbres en Egypte sur Facebook, d'écrire leur noms dans les deux langues. Ensuite, elle choisit également le pseudonyme : *La tulipe noire*. En tant que « Romancière », nous pouvons interpréter le choix de ce pseudonyme à la lumière de son symbole dans le roman *La Tulipe noire* d'Alexandre Dumas (VOUGNY, 2023). Cette fleur rare symbolise un amour fort qui survit à une souffrance, un espoir qui naît dans une situation de douleur. Ainsi, nous remarquons une insistance sur le caractère émotionnel et subjectif de son compte. Toujours sous la même rubrique, Hala remplit la catégorie de « citations favorites » par une citation en arabe :

"Chaque chose en son temps, le bien en son temps et le mal aussi en son temps et tout arrive en son temps."

Elle n'a pas choisi une citation d'une célébrité comme il est d'usage pour tout le monde mais elle a donné sa propre citation. Ce comportement renvoie à son identité professionnelle où elle se donne l'image d'une écrivaine connue et célèbre qui a ses propres pensées qui peuvent être partagées avec et par son public. L'énoncé est écrit en langue égyptienne et plus précisément la langue familière. Nous relevons quelques termes qui n'existent pas en langue standard : الوحش, بردو, كله, بيجي. Ce choix qui va à l'encontre de l'image d'écrivaine qui, en général, utilise la langue standard, peut être interprété par le fait que l'arabe familier est souvent le plus utilisé sur Facebook puisque c'est la langue de la vie quotidienne et donc elle convient au caractère de ce réseau social. En plus, cet usage peut être vu comme une stratégie de rapprochement du public. Il est vrai que Hala vit en France, mais pour sa présentation, elle a choisi sa langue maternelle, cela montre également la dominance de sa culture égyptienne sur son esprit : elle pense en arabe.

## Introduction

L'introduction dans Facebook est un court discours qui figure sur la page d'accueil de la personne. Il fonctionne comme l'incipit d'un livre.



”Une personne qui aime l’écriture, la lecture, la photographie, le voyage, la visite de tous les pays du monde, les couleurs, les arts et la musique  
Bienvenu dans mon univers.”

L'introduction de Hala est faite en langue arabe standard sauf le terme *إنسانة* qui se rapporte à l'arabe parlé familier. Etant égyptienne vivant en France, ce choix de la langue arabe est intéressant et peut être interprété par son attachement à son identité nationale et culturelle. Le choix de l'arabe standard, dominant l'énoncé, rejoint son identité professionnelle en tant que romancière. Et son mélange avec le terme familier peut être interprété par son usage de Facebook en tant que journal intime. Nous remarquons également l'absence totale de la ponctuation, cela est un des traits de l'oral qui marque l'écriture numérique ; à l'oral, la ponctuation est remplacée par l'intonation. Cette dernière est traduite dans la phrase par le passage à une nouvelle ligne pour le second énoncé. Ce passage comprend le ton d'une fin de la phrase précédente et introduit une nouvelle phrase. L'énoncé commence par : *une personne qui* au lieu du pronom *je* qui, comme nous l'avons vu, domine sa présentation de soi dans la partie précédente. Cette appellation de soi contient dans son sens le pronom *je* de l'énonciatrice. Sachant qu'il s'agit d'une introduction au compte de Hala et qu'elle est faite par elle-même, nous pouvons

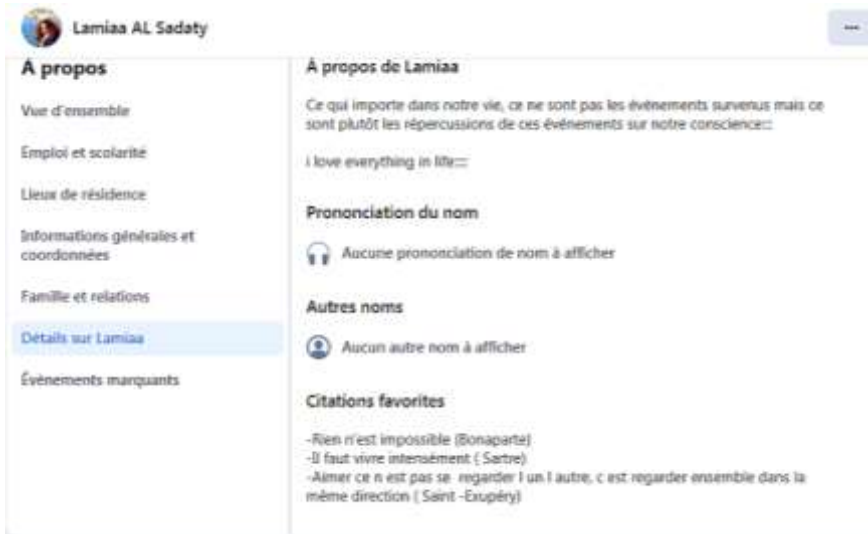
considérer que *une personne* n'est qu'une anaphore nominale du je de l'énonciatrice. L'anaphore est « une expression linguistique dont l'interprétation sémantique et référentielle dépend d'une autre expression, généralement offerte auparavant. » (GOUX, 2021) Ce type d'anaphore est appelé associatif : il fait le lien entre les éléments linguistiques en se basant sur les connaissances du récepteur. La particularité de cette anaphore réside dans le fait qu'elle fonctionne dans un univers communicationnel où l'émetteur et le récepteur partagent les mêmes connaissances ; sinon le message ne sera pas bien reçu. Le second énoncé renforce cette présence du *je* par le possessif *mon*. L'usage de *une personne* est une désignation de soi qui comporte non seulement l'identité individuelle du *je* de l'énonciatrice mais aussi une l'identité collective, celle de l'humanité. En arabe, le terme *انسانة* est dérivé de l'adjectif masculin *انسان*, tout comme le substantif *انسانية* qui signifie "humanité". Donc, cela donne le sens de « une personne ordinaire comme les autres », autrement dit, un être humain. Cette image de soi figure généralement dans le discours des célébrités qui cherchent à partager des traits communs avec leur public pour gagner leur affection et leur reconnaissance. D'ailleurs, ce comportement de l'énonciatrice figure dans les parties déjà analysées précédemment. Dans le second énoncé, apparaît de nouveau l'adresse directe au public : *Bienvenu* montrant l'attention qu'accorde l'énonciatrice son énonciataire.



Profil 2 : Lamiaa Al Sadaty<sup>(3)</sup>



Détails  
sur vous



"J'aime tout dans la vie"

Le discours de Lamiaa dans cette rubrique est composé de deux énoncés, le premier est le plus long et est écrit en français ; le deuxième est court et est écrit en anglais. Le première énoncé a pour sujet *nous*, tandis que le deuxième est introduit par le *je* de l'énonciatrice. Lamiaa est journaliste à

Al Ahram Abdo, ce trait peut justifier le choix du *nous* dans le premier énoncé. Contrairement au profil précédent, l'identité professionnelle de l'énonciatrice ne figure pas dans ce discours. Pourtant, nous pouvons la constater sur le mur de son profil par l'affichage constant de ses articles. En tant que journaliste, Lamiaa écrit en général pour un public de lecteurs. Ce dernier est toujours présent dans ses écrits, que ce soit implicitement ou explicitement. Ainsi, nous pouvons interpréter le choix du pronom *nous* par le fait qu'elle présente à ses suiveurs un propos qui peut être jugé comme collectif, un énoncé sage qui ressemble à un maxime dans la mesure où il n'exprime pas un point de vue personnel mais plutôt une vérité ou un jugement collectif. Le *nous* dans ce cas est alors un "nous inclusif large" (Labbé., 1998) qui désigne le *je* de Lamiaa, le *vous* du lecteur du message et le *ils* d'autres personnes qui partagent la même vérité collective. Cet énoncé qui peut être compris à part sans prendre en considération le contexte où il est prononcé est appelé "un énoncé surasserté" (LACAZE, 2015) : c'est un processus d'écriture propre au journalisme qui consiste à choisir un fragment du discours du locuteur qui peut être isolé et qui sert ainsi comme un chapeau à l'article. Maingueneau définit ce fragment sélectionné par « une phrase unique généralisante, une sorte de sentence surassertée » (MAINGUENEAU, De la surassertion à l'aphorisation, 2006) Ainsi, le choix d'un tel discours pour remplir la rubrique censée de donner des "détails sur" Lamiaa, fait de cet énoncé une sorte de titre ou plutôt de résumé de la présentation de soi qui est développée dans le reste du compte. Dans cet énoncé, au niveau du sens et de la syntaxe, nous pouvons entendre deux voix « On est amené à y voir la manifestation et une sorte de cristallisation grammaticale, d'une tendance assez générale qui donne pour fonction à certaines expressions de marquer un point de vue dont on signale en même temps que ce n'est pas celui du locuteur » (DUCROT, 1984). Une de ces expressions est la conjonction *mais*. La première voix dans cet énoncé est d'une tierce personne qui prétend que *ce qui importe dans notre vie ce sont les événements que nous subissons*; ce point de vue qu'a refusé Lamiaa par l'usage de la négation *ce ne sont pas les événements* et

la conjonction *mais* qui "corrige" le segment précédent et introduit son propos dans le segment qui suit (sa voix). Ensuite, le deuxième énoncé écrit en anglais, par sa brièveté, donne l'impression que Lamiaa fait une conclusion de sa présentation de soi. Dans cet énoncé, la locutrice choisit de s'introduire par le pronom personnel *je* annonçant un autre niveau de présentation de soi qui n'est plus collective comme le premier énoncé mais personnelle. S'ajoute à ce choix subjectif du pronom, l'usage d'un verbe affectif exprimant explicitement le sentiment : *aimer* (*love* en anglais) ayant pour actant sujet le pronom personnel *je* de Lamiaa ; et son actant objet est *tout* (*everything* en anglais). Le lien entre les deux énoncés se fait par la répétition du terme *vie* et *life*. Nous pouvons également, sur le plan sémantique, trouver un autre lien entre les deux énoncés par le terme *tout* (*everything* en anglais) qui a la valeur d'une anaphore associative qui renvoie à l'énoncé précédent parlant des *événements* et des *répercussions*. Ainsi, l'ordre des énoncés montre que Lamiaa fait la présentation de soi partant du général au particulier, du collectif au personnel. C'est une stratégie proche aux théories philosophiques.

Quant au choix des langues, pour le premier énoncé, le français est la langue qu'elle utilise dans son travail puisqu'elle écrit dans un journal francophone. Pour le deuxième énoncé, elle a choisi l'anglais et non l'arabe sa langue maternelle. Ce choix peut être interprété par le fait qu'elle vise à atteindre un public plus large puisque l'anglais est une langue internationale comprise par tout le monde. Alors, dans cet énoncé, malgré l'absence explicite de l'adresse à son allocutaire, au niveau grammatical et lexical, le choix de la langue anglaise montre sa présence dans l'intention de la locutrice.

Toujours dans la même rubrique de "détails sur vous", nous passons à l'analyse des citations favorites citées par Lamiaa. Il s'agit de trois citations appartenant à trois célébrités françaises : Bonaparte, Sartre et Antoine de Sainte Exupéry. Les citations sont en français et appartiennent à la culture française. Sachant que Lamiaa a étudié la littérature française à la faculté des lettres à l'Université du Caire et a

obtenu son doctorat en sciences de langages de l'Université d'Aix Marseille, cela peut être justifié par l'influence de ses études et son travail sur sa pensée. Nous avons vu dans le profil précédent que la propriétaire a choisi de donner sa propre citation présentant ainsi explicitement son point de vue personnel; dans le cas de Lamiaa, les citations choisies sont détachées des discours des célébrités devenant, au niveau sémantique, une sorte d'aphorisme (LACAZE, 2015). Les locuteurs de ces énoncés sont les célébrités, Lamiaa est l'énonciatrice. Pour expliquer cette distinction entre locuteur et énonciateur, nous nous servons de l'explication présentée par Ducrot : « Par définition, j'entends par locuteur un être qui, dans le sens même de l'énoncé, est présenté comme son responsable. » (DUCROT, 1984, p. 193) Les énoncés étudiés figurent dans la rubrique "citations favorites", ce qui prépare déjà le suiveur à lire des citations célèbres qui appartiennent à d'autres et que la propriétaire du compte les juge "favorites" pour elle. S'ajoute à ce trait le fait que Lamiaa cite à la fin de chaque citation son locuteur. Cela montre que les discours sont pris en charge par leurs locuteurs principaux. Mais le choix de ces citations est en lui-même un trait subjectif et une prise en charge de l'énonciatrice affirmant son accord, voire son adoption de ces idées. Les citations appartiennent à différents domaines : politique (Bonaparte), philosophique (Sartre) et littéraire (Sainte Exupéry). Cette variété fait référence à l'identité culturelle de Lamiaa qui est à la fois une identité collective et personnelle : collective dans la mesure où elle est partagée avec la/les communauté/s ayant le même bagage culturel ; et personnelle puisqu'elle nous informe sur la culture de Lamiaa et son idéologie au niveau sémantique des énoncés cités.

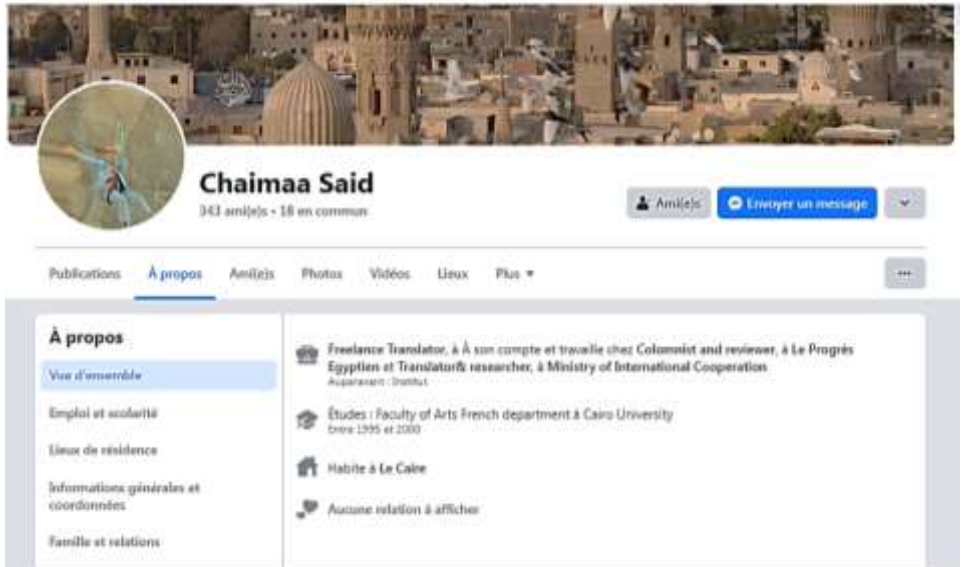
## Introduction



Dans l'introduction, Lamiaa se

contente de mettre les informations de base : la profession, les études, l'adresse et la situation matrimoniale. C'est une introduction traditionnelle et objective.

## Profil 3 : Chaimaa Said<sup>(4)</sup>



Détails sur vous

Avant de commencer l'analyse de son discours sous la rubrique *A propos de*, nous remarquons qu'au niveau de l'écriture de son nom, Chaimaa choisit la lettre *C* plutôt que *S* répandue en Egypte pour les noms comprenant le son /s/. Ce choix montre déjà sa culture francophone puisque la transcription du son /s/ en français est *ch* ; alors qu'en anglais est *sh*. Chaimaa a choisi la langue française pour se présenter à son public sur Facebook. Ce choix est justifié dès le premier énoncé *Je suis une Égyptienne francophone qui adore la langue française*. Comme le montre sa présentation et sachant qu'elle est traductrice indépendante et a travaillé dans plusieurs entreprises, nous pouvons interpréter son choix pour la langue française comme un signe de l'identité professionnelle et culturelle. D'ailleurs, à la fin de la présentation, elle met le lien de son blog personnel toujours en français. Le discours est composé de cinq énoncés ayant tous comme sujet le pronom personnel *je*. Cela assure une subjectivité claire et nette. Nous pouvons remarquer quelques traits de grammaire qui montrent sa maîtrise de la langue française comme l'usage des pronoms relatifs, du pronom personnel COI *en* et l'accord du participe passé *apprise*. Le contenu de sa présentation parle essentiellement de sa relation avec la langue française et son parcours d'études en bref. A la fin de son discours, par l'impératif *Allez*, Chaimaa interpelle et implique ses suiveurs dans sa présentation de soi. Cette adresse directe au public nous l'avons vue dans le premier profil analysé, celui de Hala. Comme nous l'avons déjà interprété, cet acte illocutoire est utilisé surtout dans les discours des célébrités. Ainsi, nous pouvons dire que les deux profils cherchent à être suivis par un grand nombre de public ; ils se veulent des profils publics plutôt que personnels. A part la redondance du pronom *je* et l'impératif, l'usage de quelques termes affectifs comme *adore* et *amour* assure la subjectivité du discours. Chaimaa termine sa présentation de soi par le lien de son blog qu'elle invite ses suiveurs à consulter ; elle se présente ainsi comme blogueuse, cela justifie l'implication du public dans son discours. « On trouve chez chaque blogueur une même envie de disposer d'un espace qui lui appartient, qui lui permet de s'exprimer et d'échanger librement avec

d'autres internautes. » (DESAVOYE, DUCAMP, Mazenod, & MOISANT, 2005, p. 21) Ce lien hypertexte du blog s'ouvre sur un autre monde et outil d'exposition de soi. Nous pouvons donc considérer ceci une insistance de présentation de soi au suiveur.

### Introduction



#### Chaimaa Said

قد تبحر بنا سفينة الحياة إلى شواطئ لا نرغب فيها، فقدر  
لنا الخير أينما ترسو بنا



"Le navire de la vie peut nous conduire vers des rivages que nous ne désirons pas, Seigneur donne nous du bien partout où le navire nous accoste. "

Après une présentation de soi faite toute en langue française montrant l'amour de Chaimaa pour cette langue, dans son introduction, elle choisit la langue arabe classique. Le choix de l'arabe dans notre corpus en général est justifié par le fait qu'il s'agit de la langue maternelle des locuteurs. Mais le choix du niveau de l'arabe ainsi que le CS (code switching) diffèrent d'un profil à l'autre selon l'intention de chaque locuteur. Chaimaa est traductrice indépendante et donc elle a recours dans son travail à l'usage des deux langues : le français et l'arabe, notamment classique. Pour une introduction concise et brève, Chaimaa choisit d'écrire un énoncé en arabe classique comportant des figures de style ayant l'air d'une parole de sagesse. Nous pouvons diviser l'énoncé en deux parties : la première est une phrase déclarative présentant une information ou un point de vue ; la deuxième est une courte prière. Le premier énoncé rappelle le proverbe arabe *وتأتي الرياح بما لا تشتهي السفن* qui signifie en français *les vents ne soufflent pas au gré des voiliers*. Ce

rapprochement donne à l'énoncé l'air d'un avis partagé, d'un aphorisme. L'usage de l'analogie *le navire de la vie* est un usage littéraire qui renvoie à ses études au DLLF. Le pronom personnel utilisé est *nous* qui sert à unifier l'interlocuteur et son interlocutoire partageant ainsi le même point de vue. La seconde moitié de l'énoncé est une prière. Malgré l'absence du mot sacré *Dieu*, le verbe à l'impératif *قدر* dérivé du mot destin en arabe nous fait comprendre qu'il s'agit d'une adresse à Dieu lui priant de changer les mauvaises circonstances de vie pour notre bien. La valeur de l'impératif dans ce contexte est donc une supplication. A la fin de l'énoncé, Chaimaa ajoute deux émojis : le premier un voilier et le second un navire (yacht) à moteur. Le voilier est, au niveau historique, le moyen de transport maritime le plus ancien ; tandis que le yacht à moteur est beaucoup plus récent et plus cher. Le voilier était utilisé surtout pour des raisons commerciales mais le yacht est souvent un signe de luxe et de plaisance. Que son choix soit conscient ou inconscient, les deux émojis ajoutent un sens au discours linguistique : l'opinion présentée est une vérité valable pour tous les temps.

## Conclusion

Il est évident que le travail sur les discours de l'internet est très complexe. Sa complexité réside, d'abord, dans sa richesse. En effet, il constitue un corpus hétérogène, présentant une diversité de données au sein desquelles le choix est difficile. Le second élément de sa richesse réside en ce que c'est un champ d'étude pluridisciplinaire, ce qui pose au chercheur le problème du choix de la méthodologie. Avec Facebook, et avec les outils numériques plus généralement, une étude linguistique et sémiotique est indispensable. L'étude de l'éthos, ou comme nous l'avons nommé dans cet article l'exposition de soi, n'est pas un sujet récent ; mais aujourd'hui les outils numériques rendent ce sujet de plus en plus un axe de recherche extrêmement intéressant et riche. Le choix de remplir ces rubriques, le choix également de la langue et l'alternance codique, l'ajout des émojis au discours et le code des couleurs ainsi que d'autres éléments



numériques se combinent pour former l'identité numérique. Et c'est selon la manière dont l'utilisateur les manipule qu'il arrive à s'exposer sur les réseaux sociaux, notamment le Facebook. L'étude des réseaux sociaux constitue un champ diversifié et riche dont le défi est le choix du corpus et de la méthodologie. Cela est dû au fait qu'il existe différentes attitudes des utilisateurs de Facebook, ceux qui ont une présence claire et fréquente et ceux qui sont cachés et qui figurent peu sur le site ; les différentes tranches d'âges également influencent le comportement des usagers. De même, Les réseaux sociaux disposent de différentes formes et outils de l'exposition de soi, linguistiques et sémiotiques propres à ce genre de communication numérique. L'étude de ce genre de corpus nous permettra d'observer dans quelle mesure ces présentations numériques contribuent à changer la vision que l'on a de soi et de l'autre.

**Notes :**

1. Capture d'écran prise le 26/10/2023
2. Pour les passages écrits en arabe dans cet article, nous en avons fait la traduction en français.
3. Capture d'écran prise le 28/10/2023
4. Capture d'écran prise le 28/10/2023

## Bibliography

- AMOSSY, R. (2010). *La présentation de soi; Ethos et identité verbal*. PUF.
- BENVENISTE, E. (1966). *Problème de linguistique générale*. Paris: Gallimard.
- BERNARD, J. B. (2007). *Le rôle de l'identité professionnelle*. Récupéré sur <http://theses.univ-lyon2.fr/>: [http://theses.univ-lyon2.fr/documents/getpart.php?id=lyon2.2007.bernard\\_jb&part=126715](http://theses.univ-lyon2.fr/documents/getpart.php?id=lyon2.2007.bernard_jb&part=126715)
- BRODIN Oliviane et MAGNIER, L. (2012). Le développement d'un index d'exposition de soi dans les médias sociaux : phase exploratoire d'identification des indicateurs constitutifs. *Management & Avenir N° 58*.
- CHANDLER, D. (1998). *Personal Home Pages and the Construction of Identities on the Web*. Récupéré sur <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html>
- CHARAUDEAU, P. (2009). Identité sociale et identité discursive: Un jeu de miroir fondateur de l'activité langagière. Dans *Identité sociale et identité discursive du sujet parlant*. Paris: L'Harmattan.
- DESAVOYE, B., DUCAMP, C., Mazenod, X. d., & MOISANT, X. (2005). *Les blogs: nouveau média pour tous*. M21 Editions.
- DUCROT, O. (1984). *Le Dire et le dit*. Paris: Minuit.
- ERICKSON, T. (1996). The World-Wide Web as Social Hypertext. *Communications of the ACM* , 15-17. Récupéré sur : <https://www.researchgate.net/publication/220425847>
- ERTZSCHEID, O. (2013). *Qu'est-ce que l'identité numérique ? Enjeux, outils, méthodologies.p.11*. Marseille: OpenEdition Press.
- Estienne, Y. (2016, juin mis en ligne le 20). « Un monde de verre : Facebook ou les paradoxes de la vie privée (sur)exposée » ,. *OPENEDITION*, pp. 65-84. doi:<https://doi.org/10.4000/terminal.1320>
- FLEURY, M.-P. (2013, 7 9). *A quoi sert l'identité professionnelle, si vous n'avez pas d'employabilité !* Récupéré sur <https://canden.fr/>: <https://canden.fr/blog/2013/07/09/a-quoi-sert-1%E2%80%99identite-professionnelle-si-vous-n%E2%80%99etes-pas-employable/>

- GOUX, M. (2021, 1 24). *Les différents types d'anaphore en grammaire de texte*. Récupéré sur Questions de la langue: <https://questionsdelangue.wordpress.com/2021/01/24/les-differents-types-danaphore-en-grammaire-de-texte/>
- Labbé., D. (1998, 5 4). *Le "nous" du général de Gaulle* halshs-00675362. Récupéré sur HAL archive ouverte: <https://shs.hal.science/halshs-00675362/document>
- LACAZE, G. (2015, 5 21). *L'énonciation aphorissante dans l'article de presse : une syntaxe sous contrôle(s)*. Récupéré sur Journals OpenEdition: <https://journals.openedition.org/erea/4200>
- MAINGUENEAU, D. (2006). De la surassertion à l'aphorisation. Dans S. Marnette, *Dans la jungle des discours Genres de discours et Discours Rapporté* (pp. 359-368). Espagne: Cadiz: Universidad de Cádiz.
- \_\_\_\_\_. (2013). *L'ethos: un articulateur*. Récupéré sur <https://journals.openedition.org/contextes/5772>
- \_\_\_\_\_. (2014). « Retour critique sur l'éthos ». *Langage et société*, n° 149, p. 31-48. doi:DOI : 10.3917/ls.149.0031
- MERZEAU, L. (2009). Présence numérique : Les médiations de l'identité. (GRESEC, Éd.) *CAIRN.Info*, p. 79 à 91. doi:10.3917/enic.009.0079
- MICHELI, R. (2014). *Les émotions dans le discours, Modèles d'analyse, perspectives empiriques*. Belge: Boek Supérieur.
- VOUGNY, N. (2023, 10 28). *La tulipe noire*. Récupéré sur [dumaspere: https://www.dumaspere.com/pages/dictionnaire/tulipe\\_noire.html](https://www.dumaspere.com/pages/dictionnaire/tulipe_noire.html)

