

LA STRATÉGIE DE LA FASCINATION DU DISCOURS D'INTERNET

MICHEL S. RYJKOV

miry2007@yandex.ru

LJUBOV O. MIRONOVA

ljbvmirnva@rambler.ru

Université d'Etat de Bounine d'Elets, la Fédération de Russie

Resum. L'estratègia de la fascinació del discurs a Internet. Una de les principals característiques del discurs d'Internet és una presència limitada del locutor en l'esfera virtual. Això es deu al fet que els elements d'expressió, de l'evidència i de l'atractiu desenvolupin un paper important en el ciberespai. Per superar aquesta insuficiència els participants del discurs d'Internet recorren a l'estratègia de la fascinació que influeix sobre l'esfera de la percepció emocional i el processament d'informació per part del destinatari. L'estratègia de la fascinació es realitza en un ciberespai recorrent a les tàctiques següents: la tàctica de l'èmfasi, del silenci, de l'exemple, de la metàfora i de la sil·lepsi. Cada una d'aquestes tàctiques té uns marcadors lingüístics propis.

Paraules clau: discurs d'Internet, context extralingüístic, estratègia de la fascinació, sil·lepsi.

Abstract. The strategy of fascination in Internet-discourse. Diffusion of a language personality's communicative presence in virtual reality can be determined as one of the basic characteristics of Internet-discourse. That's the reason why certain elements of expressiveness, imagery, attractiveness and visualization play an important role in cyberspace. To overcome this insufficiency participants in e-discourse stick to the speech strategy of fascination which is to influence the sphere of emotional perception and processing of information on an addressee's level. The speech strategy under consideration is actualized in cyberspace by means of the tactics as follows: emphasal, silencial and those of metaphorisation, exemplification and syllepsis; each of them having their own typical language markers.

Key words: Internet-discourse, extralinguistic context, strategy of fascination, syllepsis.

1. Introduction

Les spécialistes ne considèrent pas Internet (qui est devenu il n'y a pas longtemps l'objet de l'analyse linguistique) comme un dépôt d'information, une grande bibliothèque électronique. Au moment actuel, le potentiel communicatif apparaît au premier plan dans les recherches linguistiques.

Le discours d'Internet est un espace communicatif ayant beaucoup de genres et se présentant par la totalité des textes, qui à cause de l'ambivalence de la sphère communicative, ont une forme spéciale par rapport à la grammaire, à la stylistique et au lexique. Le discours d'Internet subit aussi l'influence des facteurs extralinguistiques, sociaux, culturels, pragmatiques, psychologiques et autres (Ryzhkov 2007, РЫЖКОВ 2007). Cette définition est pareille à l'autre donnée par N. Ozkan et J. Caelen qui écrivent que le discours est un ensemble cohérent d'actions et d'objets liés sémantiquement et pragmatiquement (Ozkan et Caelen, 2006).

Selon notre analyse, de tels constituants de l'espace virtuel comme le but et les stratégies de la parole forment la base stratégique du discours d'Internet et exigent une grande attention.

Avant de classer les stratégies de la parole, il faut différencier deux types de buts: global et intermédiaires.

En prenant en considération ce qui précède, nous examinons *la stratégie de la parole* comme un complexe de modèles du comportement du communicant au cours de la réalisation de son projet de la parole (le but général) au moyen de l'accomplissement des buts intermédiaires (РЫЖКОВ 2008).

2. La stratégie de la fascination

Une des caractéristiques principales du discours d'Internet est une diffusion déterminée de la présence du locuteur dans la sphère virtuelle. C'est pourquoi les éléments de l'expression, de l'évidence et de l'attrait jouent un rôle important dans un cyberspace. Pour surmonter une telle insuffisance les participants du discours d'Internet recourent à *la stratégie de la fascination*. Elle influe sur la sphère de la perception émotionnelle et le travail de l'information de la part du destinataire. On entend par la fascination un composant de transaction qui n'augmente pas les connaissances étendues du destinataire des messages. La fascination constitue aussi un fatras émotionnel de ses processus de perception fondant le contexte extralinguistique de la situation communicative (РЫЖКОВ 2008).

Chaque stratégie de la parole, comme réalisation créatrice du plan de discours, admet les procédés différents de sa réalisation – l'assortiment des tactiques de la parole. Si la stratégie de la parole est l'ensemble des actions de la parole, alors la tactique de la parole est une ou quelques actions qui sont appelées à faciliter la réalisation de cette stratégie. Donc, la stratégie de la parole et la tactique se trouvent en corrélation comme une variante et un invariant (Ryzhkov 2008).

3. Les tactiques de la stratégie de la fascination

La stratégie de la fascination se réalise dans un cyberspace ayant recours aux tactiques suivantes : la tactique de l'emphase, du silence, de l'exemple, de la métaphore et de la syllepse (РЫЖКОВ 2008).

Donc, on s'attarde succinctement dans chaque tactique de la parole.

3.1 LA TACTIQUE DE L'EMPHASE

La tactique de l'emphase admet un renforcement de l'expressivité du contexte de la parole au moyen des répétitions anaphoriques, de l'inversion, de la question rhétorique, de certains aspects du parallélisme, de la périphrase et d'autres.

Donc, nous allons agrémenter avec quelques extraits du procès-verbal sur le tchat, où les communicants recourent à l'aide de la tactique de l'emphase.

(1) miel rosat : *oh* lea (Lea) tu ne peux pas imaginer... *oh* c'est terrible... *oh* ...

Lea : qu'est ce qui s' est passé (qu'est-ce qui s'est passé)???

miel rosat : je ne peux pas dire... *oh* j' étouffeeeeee....

Lea : laur (Laure) dis !

miel rosat : c' (c'est) horrible !!! *oh* je ne peux pas me souvenir ! *ohhhhh*...

Lea : eh bien ?

miel rosat : lea (Lea) *oh* il m'a planté là *ohhhhh*, imagine il m'a planté... je jure que je ne tomberai plus *jamaïs* amoureuse ! je te promets ! *JAMAISSSSS* !!! pour rien au monde !!!!!!!!

Un des deux partenaires communicatifs qui est représenté dans ce dialogue sous le pseudonyme de *miel rosat* est une jeune fille qui était amoureuse d'un homme. Elle l'aimait. Et il l'a quittée brusquement. Elle éprouve le stress, elle a le cœur gros, elle respire avec effort et elle partage son malheur avec son amie. Le communicant utilise souvent l'interjection *oh* pour montrer qu'elle a de la peine à parler, qu'elle est très chagrinée et désenchantée. Cette interjection donne une expressivité émotionnelle à son discours. Elle jure aussi qu'elle ne tombera plus jamais amoureuse. Et c'est pourquoi elle emploie aussi l'adverbe *jamaïs* en donnant à ses phrases une signification déterminée.

Les marqueurs linguistiques sont :

1. L'utilisation fréquente des interjections ;
2. L'allongement des mots pour le compte de la répétition des lettres finales ;
3. L'utilisation des pronoms négatifs comme *jamaïs*, *plus jamais*, *rien* ;
4. L'utilisation des propositions exclamatives.

(2) CORbeau : oui c' ca (c'est ça) je peux tout faire !!!

Nicolas* : OH vraiment ?

CORbeau : ouiiiiiii tt (tout) le monde me dit que j'sui (je suis) très doué!!!
 Nicolas* : incroyable !!!!! t' es (tu es) vraiment modeste !!!
 CORbeau : :)))))))
 Nicolas* : *peux-tu* tout faire ?
 CORbeau : ouiiii sans aucune (aucun) doute !!!
 Nicolas* : alors... *peux-tu* cuisinier (cuisiner)? *peux-tu* coudre ? *peux-tu* faire du crochet ? *peux-tu* faire des réparations de voitures ? *peux-tu* dessiner ???... je peux nommer encore bcp (beaucoup) d'occupations... donc t'affirme (tu affirmes) que tu peux faire tout ça???
 CORbeau : oui !!! TOUT ça!!!!
 Nicolas* : oh! je suis étonné de ton mensonge imprudent!!! nous nous sommes connus bcp (beaucoup) de temps !!! tu ne peux pas faire même une omelette!!!
 ohhh!

Un partenaire communicatif affirme à son ami qu'il peut tout faire. Le destinataire est très étonné car les interlocuteurs sont familiers depuis longtemps et tout le monde sait que *CORbeau* ne peut pas faire même une omelette. L'expéditeur pose des questions à son partenaire en utilisant l'inversion avec le verbe *pouvoir* pour se convaincre que le destinataire ne plaisante pas et pour attirer son attention. Quand il a su que son ami parlait sérieusement, il utilise quelques fois l'interjection *oh* pour exprimer son indignation et son étonnement.

Les marqueurs linguistiques sont:

1. L'utilisation de l'inversion;
2. L'allongement des mots pour le compte de la répétition des lettres finales;
3. L'utilisation des propositions exclamatives;
4. L'absence de structuration des répliques en propositions.

3.2 LA TACTIQUE DU SILENCE

La tactique du silence a lieu dans le discours des partenaires communicatifs sur l'internet grâce aux procédés du silence d'estimation, expectant, terminal, sélectif. Les communicants emploient cette tactique pour :

- vérifier et puis apprécier la réaction possible de l'interlocuteur à la pause prolongée qui n'est aucunement conditionnée ;
 - mettre fin à la discussion ;
 - exprimer l'accord, la solidarité, la compréhension à son partenaire.
- Citons deux exemples de la réalisation de la tactique du silence sur le tchat d'Internet.

- (3) Jean : tu penses que j'ai décidé de me plaindre ?
 Brice : (absence de la réaction réciproque)

Jean : j'sais (je sais) tu penses en ce moment qu'elle ne me mérite pas
 Brice : (absence de la réaction réciproque)
 Jean : d'accord mais...

Nous voyons l'extrait du procès-verbal sur le tchat où les deux partenaires sont disposés à la communication coopérative. En ce cas l'absence de la réaction réciproque de la part du destinataire ne mène pas à la confrontation entre eux. Au contraire elle montre les bonnes grâces d'une personne qui veut donner une possibilité à son partenaire de se prononcer sur la question qui l'alarme.

(4) muguet : oh All (Allein) (,) j' ai trouvé un chat où tt (tout) le monde parle espagnol et je m'essayais de parler mais....

Allein : (absence de la réaction réciproque)

muguet : *personne* m'a compris :(((imagine : *PERSONNE* !!! et je voulais t (te) dire qu'avant-hier tu m'avais pu prévenir (,) me dire pour ...

Allein: (absence de la réaction réciproque)

muguet : pourquoi tu ne m'a (m'as) pas dit que je ne parle pas bien espagnol ah ? tu es espagnol ! et avant-hier quand je t'avais dit quelques phrases en espagnol tu m'as répondu que tout va bien que tout est super ! je m' (me) suis offensée !!! je ne veux plus te parler ! à dieu (adieu) !

Le partenaire communicatif qui est représenté dans ce dialogue sous le pseudonyme de *muguet* vient de commencer à apprendre l'espagnol. Elle voulait bien se perfectionner dans la pratique d'une langue. Mais tout au début elle a décidé de parler avec son ami Allein (il est espagnol). Il y a deux jours *muguet* a écrit quelques phrases à Allein. Et il lui a dit que tout était super, qu'elle parlait bien espagnol. Mais il l'a trompée. On peut supposer qu'il ne voulait pas la chagriner. Mais c'est notre supposition. Puis l'expéditeur a décidé de parler avec les autres hommes sur le tchat où tout le monde parle espagnol. Et elle a été choquée: personne ne la comprenait. Et dans ce dialogue nous voyons qu'elle lui a tout dit. Elle utilise beaucoup de *propositions exclamatives* pour exprimer son indignation, sa colère. L'emploi du pronom négatif *personne* renforce le sens de ses phrases. Et du côté d'Allein nous voyons l'absence de la réaction réciproque. Nous supposons que cela peut signifier deux choses: ou Allein est d'accord avec l'opinion de son amie qu'elle ne parle pas bien espagnol ou Allein se sent coupable.

Les marqueurs linguistiques sont:

1. L'utilisation des propositions exclamatives;
2. L'utilisation des pronoms négatifs comme *personne*;
3. L'absence de découpage des répliques en propositions.

3.3 LA TACTIQUE DE L'EXEMPLE (LA CITATION DE L'EXEMPLE)

La tactique de l'exemple (la citation de l'exemple) peut être aussi un des procédés de la réalisation de la stratégie de la fascination. On l'emploie pour apporter plus de force, d'évidence, de solidité à sa phrase. Dans la plupart des cas on utilise les mots d'introduction *par exemple* et *en ce qui te concerne*.

Les deux exemples suivants montrent la réalisation de la tactique de l'exemple sur Internet.

- (5) étoile rosée: oui oui j'en (je m'en) souviens
 CORbeau : ah c' (c'est) bien alors ! et maintt (maintenant) tu dois reconnaître que MOI...
 étoile rosée: oh t' es (tu es) un homme modeste vraiment !
 CORbeau: mais tt (tout) de même tu n'as pas oublié notre discussion ???
 étoile rosée: nonnnnnnn j'ai pas oublié...
 CORbeau: tttttttt ????? je pense que tu veux me dire qch ouiiiiiii ?
 étoile rosée: oui ouitu as gagné ...
 CORbeau : ahhhhh, enfin j'ai entendu ces mots de toi !!!! :))) oui oui j'ai gagné!!!! :) mais ne sois pas chagriné par cela !! C (c'est) rien ! rappelle-toi (rappelle-toi), *par exemple*, la guerre avec la russie (Russie) en 1812. nous avons perdu mais ça n'a pas mis fin à l'existence de la france (France) !!! un peu d'histoire ! :) et oui je m'suis (je me suis) écarté du sujet. Je voulais te dire que MOI, *par exemple*, puisque je suis gentleman je te laisse la victoire :)))

Il y a quelques jours ces partenaires communicatifs se sont disputés. En se fondant sur ce dialogue nous pouvons voir qu'une de ces personnes est une femme et l'autre un homme. En fin de compte l'homme a gagné cette discussion. *CORbeau* utilise deux fois le mot d'introduction *par exemple*. Il le fait pour attirer l'attention de son partenaire sur ses phrases et pour le soutenir. Nous voyons aussi l'allongement fréquent des interjections au moyen de la répétition de lettres finales et l'utilisation d'émoticônes qui contribuent à la transmission des particularités de la langue parlée à la langue écrite. Grâce à ces phénomènes leurs discours deviennent plus émotionnels.

Les repères linguistiques sont :

1. L'utilisation de mot d'introduction comme *par exemple* ;
2. L'utilisation d'émoticônes ;
3. L'allongement des mots pour le compte de la répétition de lettres finales ;
4. L'utilisation fréquente des interjections ;
5. Le raccourcissement graphique des mots.

- (6) XXX : ohhhhh je ne peux plus écrire (écrire) ces composicions (compositions)
 !!! : (((j'en ai marre !!!

inCONNU : mais pourquoi ? c'est trop difficile pour toi ?

XXX : possible... je pense que *personne* à mon âge n'est capable de tel travail... c' (c'est) mon opinion

inCONNU : tu n'a (as) pas raison...

XXX : pourquoi ? je connais pas telles personnes ! peut-etre (peut-être) peux-tu citer un exemple ?!

inCONNU : euph... et oui !!! *p ex*, (par exemple) Victor Hugo !!! A ton âge il avait déjà publié sa première nouvelle !!! voilà !!! :)))

Dans cet extrait, nous voyons le dialogue entre deux personnes. Le partenaire sous le pseudonyme de XXX dit qu'il ne peut plus écrire les compositions. Mais aussi il a décidé d'affirmer que *personne* à son âge n'est capable de faire ce travail. L'interlocuteur cite un exemple pour changer l'opinion de son partenaire communicatif. Pour ce faire, il utilise le mot d'introduction *par exemple* qui accentue l'attention sur ce fait. Il faut dire aussi que l'emploi du pronom négatif *personne* renforce le sens de l'affirmation de XXX.

Les marqueurs linguistiques :

1. L'utilisation du pronom négatif *personne* ;
2. L'utilisation de mot d'introduction comme *par exemple* ;
3. L'assimilation graphique de la norme phonétique ;
5. La non-conformité de la norme orthographique.

3.4 LA TACTIQUE DE LA MÉTAPHORE

La tactique de la métaphore se caractérise par l'ambiguïté (d'un côté c'est le sens propre du contexte concret et de l'autre c'est une métaphore). La métaphore nominative est un des trois types de la métaphore qui est le plus répandu dans le discours d'Internet car les usagers utilisent sur l'Internet les noms fantaisistes qui s'appellent en anglais *nickname*. *Nickname* fait un effet du caractère imagé et une nouveauté de l'information communicative.

Pour montrer l'utilisation de cette tactique par les participants du discours d'Internet, nous citons quelques extraits du procès-verbal sur le tchat.

(7) Bénérice : mais Halji c'est une question (question) délicate ... vraiment délicate!!

Halji : mais tt (tout) de même...

Bénérice : j'ai peut – être prévu (prévu) trucs lol

Halji : oh va lui les (les lui) faire en rose ..

Halji : et *petit* (petits) *pois bleus* ...

(8) CORbeau, SOMBREairO, Desert_rose

Les participants du discours d'Internet recourent à l'aide de la tactique de la métaphore pour donner à leurs phrases la valeur expressive et pour faire effet.

3.5 LA TACTIQUE DE LA SYLLEPSE

A la base de la tactique de la syllepse il y a la déviation du règlement des morphèmes et syntagmes. Dumarsais en donne la définition suivante: "La *syllapse* (sullepsis, comprehensio, complexio, sullambano, comprehendo) oratoire est une espèce de métaphore ou de comparaison, par laquelle un même mot est pris en deux sens dans la même phrase, l'un au propre, l'autre au figuré" (Dumarsais 1988, p.145).

Bien que cette tactique de la parole ne soit pas fréquente chez les usagers d'Internet, nous avons décidé de la mentionner dans ce contexte. Cette tactique est un procédé de l'inclusion des néologismes sur le tchat qui représentent un grand intérêt pour la linguistique d'aujourd'hui.

Les auteurs de l'article ont analysé seulement un exemple de l'utilisation de cette tactique car les communicants emploient très rarement cette figure stylistique.

- (9) Valerie : j'étais (étais) prof de danse nabil (Nabil)
 Nabil : wow c'est super
 Valerie : oui
 Valerie : tu veux un cours (?)
 Antoine : bien avant de dire super
 Antoine : demande à ceux a qui elle a tuer (tué) les pieds
 Valerie : oui c'est du massacre
 Antoine : c'est un style de vie
 Shield : c'est dangereux, (il) faut être seul sur la piste de dance (danse) pour pas tomber comme un *dollard* (dollards)
 Valerie : lol

Un des partenaires utilise la tactique de la syllepse dans le but d'apporter un effet de jeu dans l'espace communicatif sur le tchat.

4. Synthèse

En analysant quelques extraits du procès-verbal sur le tchat nous pouvons extraire une conclusion: les usagers d'Internet recourent aux tactiques différentes de la stratégie de fascination. Ils le font pour que leurs discours soient plus voyants et expressifs. En utilisant les marqueurs linguistiques, ils essaient de renforcer le sens de leurs phrases et de reproduire leurs sentiments et émotions dans la langue écrite.

Les marqueurs linguistiques qu'on emploie le plus souvent sur le tchat et qui correspondent à la stratégie de fascination sont:

1. L'utilisation des émoticônes ;
2. L'allongement des mots au moyen de la réitération des lettres finales ;
3. L'assimilation graphique de la norme phonétique ;
4. La non-conformité de la norme orthographique ;
5. L'utilisation des propositions exclamatives et impératives ;
6. Le raccourcissement graphique des mots.

Références

- Dumarsais, C. C. (1988). *Des tropes ou des différents sens*. Présentation, notes et traduction de Françoise Douay-Soublin. Paris: Flammarion.
- Ozkan, N. et J. Caelen. (2006). "Analyse pragmatique d'une interaction". Disponible sur: http://www-clips.imag.fr/geod/User/jean.caelen/Publis_fichiers/Pragmatique.pdf. Accès: 20.09.08.
- Ryzhkov, M. S. (2007). "Genre stratification of Internet-discourse", *Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр., Вып. 5*, 238-244. Ogeul: ОГИИК, ПФ "Картуш".
- Ryzhkov, M. S. (2008). "Neologisms as prevailing language indicators of the endemic speech strategy of participants in the English Internet-discourse". Sur A. Fakoya (ed.), *Lagos Papers in English Studies*, vol. 3, 124-135. Lagos: Lagos State University.
- Рыжков, М. С. (2007). "Амбивалентный (устно-письменный) характер Интернет-диалога (на примере английского языка)", *Европейские языки: историография, теория, история: Межвузовский сборник научных работ, Вып. 6*, 205-216. Elets: ЕГУ им. И.А. Бунина.
- Рыжков, М. С. (2008). "Речевая стратегия фасцинации участников Интернет-дискурса", *Вопросы филологии*, 4, 139-145. Moscou.