

L'EFFICACITE DES QUESTIONS MEDIATISEES PAR ORDINATEUR

Sacha Mandelcwojg,

Docteur en Sciences de l'information - communication

sacha2.mandel@gmail.com

Adresse professionnelle

157-159 rue de Charonne ★ 75011 ★ Paris

Résumé : Le problème traité ici est de savoir comment font les internautes pour rendre leurs questions efficaces dans un forum, de manière à être sûrs d'obtenir des réponses à leurs demandes. L'analyse de notre corpus, le forum *doctissimo.fr*, consiste à relever les procédés utilisés par les internautes pour rendre leurs messages de question efficaces. Mais pour rendre une question efficace, faut-il la formuler de manière claire, au risque de paraître abrupt, ou bien de manière polie, au détriment de son intelligibilité ? Les *doctinautes* résoudront ce dilemme en utilisant certaines spécificités du forum.

Mots clés : forum Internet, efficacité des questions, interaction, coordination.

Summary : The aim of this paper is to find out how Internet users try to make their online questions efficient, particularly within Internet forums, so as to be sure to obtain answers to their requests. Our corpus analysis of conversations in the Internet forum *doctissimo.fr* consists of identifying the processes used by Internet users in order to make their online questions efficient. In order to render a question efficient, is it necessary to express it in a direct and intelligible manner at the risk of being rude, or in a polite way at the risk of being misunderstood? Using some of the specificities of the forum will enable Internet users to solve this dilemma.

Keywords : Internet forum, efficiency of questions, interaction, coordination.

L'efficacité des questions médiatisées par ordinateur

Le sujet de notre travail est l'efficacité des questions médiatisées par ordinateur. Plus précisément, le problème traité ici est de savoir comment font les internautes pour rendre leurs questions efficaces dans un forum, de manière à être sûrs d'obtenir des réponses à leurs demandes. Pour le savoir, nous donnerons tout d'abord le positionnement méthodologique et théorique que nous avons choisi afin de traiter ce sujet (1). Dans un second temps, nous tenterons de définir la notion d'efficacité des discours (2), et plus précisément la dimension de l'efficacité de la question (3). Ensuite, nous exposerons les résultats d'une analyse d'interactions en forum (le forum *doctissimo.fr*) (4), ceci afin de relever les stratégies d'efficacité des questions les plus couramment utilisées par les internautes, et de connaître les usages qu'ils font du dispositif de communication lorsqu'ils formulent des demandes en ligne (5). Enfin, nous réfléchirons aux enjeux et perspectives qu'ouvre cette étude (6).

1 – PRESENTATION DU SUJET ET POSITIONNEMENT METHODOLOGIQUE ET THEORIQUE

1.1 - Présentation du sujet

Le problème traité ici est de savoir comment font les internautes pour rendre leurs questions efficaces dans un forum, de manière à être sûrs d'obtenir des réponses à leurs demandes.

Pour traiter ce sujet, nous sommes parti d'une interrogation apparemment simple : lorsque je pose une question dans un forum de discussion sur Internet, comment savoir si l'on va me répondre ou pas, si j'obtiendrai ou pas l'information que je recherche ?

Cette interrogation est en réalité intrinsèquement liée à la notion d'efficacité des discours, plus précisément ici à l'efficacité des questions : comment les internautes rendent-ils leurs questions en ligne efficaces, de manière à être sûrs d'obtenir des réponses ? Ce problème revient à s'interroger sur la dimension pragmatique des DEM (discours électroniques médiés, Panckhurst 2006) : comment les DEM permettent-ils de réaliser des actions ?

Comment les internautes rendent-ils leurs DEM efficaces ? Dans les termes de la théorie des actes de langage que nous mobiliserons dans ce travail, l'efficacité désigne la capacité qu'ont les DEM d'avoir une « force illocutoire ». Nous traiterons ici uniquement de l'efficacité d'un type de discours précis : l'efficacité de la question. A l'instar de la linguistique pragmatique, nous définirons dans cette étude l'efficacité d'une question comme la capacité qu'a un discours d'obtenir une information.

1.2 - Méthodologie et positionnement théorique : une pragmatique de la CMO

Au niveau disciplinaire et méthodologique, le traitement de ce problème nécessite essentiellement l'intersection de trois approches centrales en SIC (Sciences de l'Information et de la Communication) (Olivesi 2006a) : la pragmatique de la communication de Habermas, qui nous donne une première appréhension du concept d'efficacité des discours ; l'étude de la Communication Médiatisée par Ordinateur (Herring 1996, 2001) ou encore Communication Médiée par Ordinateur (Panckhurst 1997, 1999) ; l'analyse du discours-en-interaction (Kerbrat-Orecchioni 2005).

Plus précisément, notre travail s'inscrit pleinement dans le champ de la philosophie de la communication. En effet, l'arrière-plan théorique de cette étude est la pensée de Habermas, artisan principal du courant qu'on peut légitimement appeler une « *philosophie de la communication* » (Ferry 1994ab ; Cusset 2004 : 106). Ce champ disciplinaire nous permet effectivement d'identifier un concept d'efficacité de la communication central dans ce travail, qui se démarque de la question classique de l'effet d'un discours sur son destinataire.

Ainsi, au départ de la construction théorique de notre étude, nous extrayons de la philosophie de Habermas un concept générique, celui de l'agir communicationnel, qui renvoie à la problématique de l'efficacité des discours.

Ce concept d'efficacité des discours propre à l'agir communicationnel peut selon nous se

décliner en un type spécifique d'efficacité des discours, que nous appellerons l'efficacité de la question (Habermas 1997 : 34). Mais cette notion générale d'efficacité est traitée de manière excessivement abstraite dans la pensée habermassienne.

Pour arriver à une définition plus opératoire de l'efficacité des questions (c'est-à-dire une définition qui permettra de mettre en place une méthodologie d'observation des procédés verbaux qui visent à rendre une question efficace), nous abandonnons par la suite la philosophie de la communication pour nous tourner vers la linguistique d'inspiration pragmatique (Austin 1970 ; Searle 1972) et interactionniste (Kerbrat-Orecchioni 2001 ; Manno 2002). Ces disciplines nous fourniront effectivement des outils permettant d'identifier concrètement des marqueurs verbaux de l'efficacité des questions au sein de véritables échanges en lignes.

En effet, la théorie des actes de langage ou pragmatique d'Austin (1970) et Searle (1972) permet l'identification plus concrète de la dimension de l'efficacité des questions : elle contribue à la constitution préalable d'une grille de critères, de procédés et de stratégies pour rendre possible, dans un deuxième temps seulement, l'analyse empirique des marqueurs verbaux de l'efficacité des questions au sein d'un corpus d'interactions réelles en ligne.

A ce titre, l'analyse du discours-en-interaction (Kerbrat-Orecchioni 2005) nous fournit une méthode d'observation empirique d'interactions verbales en corpus, au sein d'un forum de discussion sur Internet.

L'analyse de corpus consiste ici à relever les procédés et marqueurs discursifs les plus couramment utilisés par les internautes pour rendre leurs messages de question efficaces, puis à observer au sein même des échanges si ces messages de question reçoivent effectivement des réponses. Parallèlement, ce travail alimente les recherches en CMO dans la mesure où il s'intéresse aux mécanismes d'appropriation de l'outil de communication par l'utilisateur.

En effet, nous tiendrons compte de l'usage même de ces outils par les utilisateurs, qui permet éventuellement de détourner, dépasser, ou d'exploiter les spécificités du dispositif pour améliorer l'efficacité de leurs messages

de question. Il s'agit donc ici de traiter de ce problème de l'efficacité des questions en contexte de CMO avec nuance : nous adopterons une position médiane sur la question outil / usage. Il n'y a pas selon nous de strict déterminisme technique, mais une prise en compte nécessaire de l'importance des dispositifs socio-techniques. Les caractéristiques des forums de discussion sur Internet influencent sûrement pour une certaine part le comportement des utilisateurs, mais ils ne déterminent jamais totalement leur conduite (Pailliat 2006 : 126) : l'utilisateur s'approprie l'outil de communication, et en renouvelle parfois les usages (Marruccia 2003a : 21-27).

2 – QU'ENTEND-ON PAR EFFICACITE DES DISCOURS ?

Pour répondre à cette question, on prend pour point de départ la TAC (Théorie de l'Agir Communicationnel) de Habermas (1987ab).

La TAC a déjà été invoquée par les études sur la CMO, mais dans une perspective strictement normative (Dahlberg 2001 ; Mandelcwaig & Marruccia 2007). Ici, on insistera au contraire sur l'aspect de la théorie habermassienne qui prend uniquement en considération la dimension actionnelle du langage. En effet, la TAC implique une conception pragmatique et interactionnelle de l'efficacité des discours : pour Habermas, la communication, c'est le langage qui agit, qui accomplit quelque chose. A ce titre, Habermas part du concept pragmatique austino-searlien d'efficacité performative pour en faire la forme générale de l'interaction langagière. De fait, Habermas (1987ab), à la suite d'Austin (1970) et Searle (1972), distingue deux types d'efficacité du discours : l'efficacité illocutoire et l'efficacité perlocutoire.

Il s'agit le plus souvent en SIC de traiter d'efficacité des discours au niveau perlocutoire, c'est-à-dire au sens des effets, des conséquences que peut avoir le langage sur le destinataire et sur le monde réel en général (Benoit 1995 ; Olivesi 2006b : 187). Par exemple, on dit classiquement en argumentation que l'effet d'un discours est de persuader l'auditoire, de le faire adhérer à une opinion précise. Il s'agit dans les termes de la pragmatique d'Austin et Searle de ne se préoccuper dans ce cas que de la dimension perlocutoire du langage, c'est à dire des

conséquences ou effets souhaités qu'il provoque dans le monde. Or il s'agit pour nous d'identifier l'efficacité illocutoire du langage, qu'il faut distinguer de son effet d'ordre perlocutoire : chaque acte initiatif de langage recèle un certain degré d'efficacité illocutoire qui rend plus ou moins possible la réalisation d'un certain type d'échange.

Dans la TAC, et au cours de cette étude, il s'agit de traiter d'un agir langagier qui est exclusivement au niveau illocutoire : les discours ont une efficacité illocutoire. Ils constituent une action uniquement par leur énonciation. Par exemple, proférer un ordre est bien l'action d'ordonner quelque chose à quelqu'un, que cet ordre soit suivi d'effets ou non, qu'on lui obéisse ou pas. Ou encore, concernant le type de discours qui nous intéresse dans cette étude, poser une question est bien un acte de langage qui a été effectué, que cette question soit suivie d'effets ou non, qu'elle obtienne ou pas des réponses.

Mais la pensée de Habermas est une pragmatique consacrée à la communication, une philosophie spécifique à l'interaction : contrairement à la pragmatique de Austin et Searle qui analyse chaque acte de langage comme une production individuelle isolée de tout échange réel, la pragmatique habermassienne prend en compte l'efficacité performative illocutoire des discours toujours en contexte interactionnel (Cusset 2006).

En effet, la notion d'efficacité des discours implique pour Habermas une liaison intrinsèque entre agir communicationnel, intercompréhension et coordination des interactions :

- Pour qu'un acte de langage soit efficace (au niveau illocutoire), il faut qu'il soit reconnu comme tel, et fasse l'objet d'une validation interlocutoire. Par conséquent, la notion d'efficacité des discours implique également la définition de l'agir communicationnel comme mécanisme de coordination.
- L'agir communicationnel rend de fait possible une expérience intersubjective d'ajustement réciproque entre plusieurs interactants pour qu'un type d'échange précis soit réalisé.
- Il instaure en effet entre des interlocuteurs une relation interpersonnelle efficace pour se coordonner pour les suites de l'interaction.

- L'échange consiste à adopter des rôles et des normes, à coordonner les anticipations et les attentes qui y sont liées.

On définit alors à l'instar de Habermas l'efficacité du langage comme la capacité qu'a un discours de permettre aux discutants de se coordonner pour réaliser un type précis d'interaction (Austin 1970, Searle 1972, Habermas 1987ab).

Par exemple, poser une question instaure, dès lorsque la question est reconnue comme telle, un schéma de comportement que les interlocuteurs doivent suivre pour réaliser l'interaction souhaitée, ici un échange de type question / réponse.

De cette efficacité coordinatrice de l'agir communicationnel, on va donc pouvoir extraire la définition de l'efficacité des questions.

3 – DIMENSION DE L'EFFICACITE DE LA QUESTION

3.1 – Définition de l'efficacité de la question

Kerbrat-Orechioni (1991) donne une définition précise de la question. Il s'agit de tout énoncé par lequel L1 demande à L2 de lui fournir une information qu'il (L1) ne possède pas au moment où il formule la question.

Dans notre perspective, la question a une efficacité parce qu'elle est un acte susceptible dès le niveau illocutoire d'agir sur autrui, et de le faire réagir. Nous nous situons ici non au niveau de la structure formelle de la phrase (il ne s'agit pas de s'interroger sur la forme syntaxique de la question), mais au niveau de la valeur illocutoire elle-même, de l'acte langage effectué particulier qu'est la question exprimée.

Selon les interactionnistes et les ethnométhodologues, la question crée dans l'interaction des contraintes et des attentes auxquelles son destinataire doit satisfaire. En ce sens, l'acte de question est intrinsèquement interactif dans la mesure où sa réalisation implique fortement l'autre : « *en effet : c'est un acte « initiatif », qui permet de lancer et relancer efficacement la conversation ; en outre, c'est un acte particulièrement « contraignant » pour l'interlocuteur, qu'il somme véritablement de réagir: la question est une sorte de mise en demeure »* (Kerbrat-Orechioni 1991 : 10).

Ainsi, à partir de cette perspective pragmatique, interactionniste et communicationnelle qui est aussi adoptée par Habermas, il s'agira dans ce travail d'évaluer l'efficacité des questions posées en ligne, définie ici comme la capacité qu'a un discours dans un forum d'instaurer un échange question / réponse en vue d'obtenir une information. Cette dimension de l'efficacité de la question demeure un réel enjeu pour la communication entre les hommes : en effet, poser une question pour obtenir une information constitue selon Habermas une activité interactionnelle humaine fondamentale, d'ordre anthropologique (Habermas 1997 : 34 ; Lamb 1993 : 123-156). Cette idée est renforcée par le constat selon lequel cette activité est très fréquente sur Internet : on observe en effet qu'il existe de nombreux forums dédiés à l'échange d'informations en ligne.

3.2 – Question et CMO : l'exemple du soutien informationnel dans les forums d'entraide

On observe sur Internet de nombreux sites et forums dédiés au soutien informationnel apporté par des pairs (qui ne sont donc ni des proches ni des experts), dans lesquels l'acte de question serait assez fréquent : il s'agit sur ces forums de faire des demandes d'information, ou d'en donner (Maricic 2001 ; Hassell & Christensen 1996). On peut observer cette activité par exemple dans *doctissimo* (soutien et échange d'informations entre malades), les forums de femmes enceintes (sur le site web du journal *Famili*), etc. Ces sites mettent à la disposition de leurs utilisateurs divers services comme des documents d'information téléchargeables, des listes d'adresses et des forums de discussion. Pour l'essentiel, ce sont les forums qui instrumentent les activités de soutien informationnel entre pairs.

Par ailleurs, on peut noter que, dans le champ des études sur les Environnements Informatiques pour les Apprentissages Humains (EIAH), Mangenot (2002) et Celik & Mangenot (2004) soulignent la place centrale des échanges question-réponse dans les forums pédagogiques. Ainsi, dans de nombreux contextes, on observe bien dans les forums en ligne cette activité d'échange d'information au

sujet de laquelle l'acte de question a une place centrale.

Dans une perspective similaire à celle de Maricic 2001 et Hassell & Christensen 1996, nous observerons plus loin les stratégies de formulation des questions choisies par les internautes, afin d'assurer l'efficacité de leurs demandes en ligne. Notre corpus sera le forum de soutien et d'échange d'informations entre malades *doctissimo.fr*, forum populaire dans lequel on trouve de nombreux messages de question.

3.3 – Analyser l'efficacité de la question

Mais avant de relever empiriquement les stratégies de formulation des questions utilisées par les internautes dans un véritable corpus en ligne, nous devons au préalable invoquer certaines théories pour identifier les procédés et conditions a priori de l'efficacité d'une question : la théorie des actes de langage de Austin et Searle, ainsi que la linguistique d'inspiration pragmatique et interactionniste.

- Procédés pour rendre une question efficace :

- 1) Selon la théorie des actes de langage, pour qu'une question soit efficace au niveau illocutoire, il faut qu'elle remplisse certaines conditions de réussite (Austin 1970, Searle 1972) ; autrement dit, le demandeur doit manifester au sein même de sa question que les « conditions de félicité » suivantes sont remplies (Searle 1972) :
 1. La question est adressée à un destinataire précis
 2. La question est intelligible
 3. Le demandeur n'a pas la réponse
 4. Le demandeur ne peut pas avoir la réponse de lui-même
 5. Il désire sincèrement avoir une réponse
- 2) Selon différentes théories linguistiques d'inspiration pragmatique ou interactionniste, il existe, outre les conditions de félicité prônées par Searle, d'autres moyens de formuler une question de manière efficace :
 - Optimiser la force illocutoire de la question

1. En augmentant son intensité, en insistant notamment sur son importance par des « modificateurs de force illocutoire » (Bazzanella, Caffi, Sbisà 1991)
2. En renforçant son aspect directif, en la présentant notamment comme un ordre à exécuter (Searle 1982 : 40)
 - Ou au contraire, ménager la face du destinataire en posant la question de manière polie
 1. En la présentant de manière indirecte ou adoucie (Kerbrat-Orecchioni 2001 : 75-76)
 2. En montrant que la réponse est optionnelle (Manno 2002)

A l'issue de cette étude théorique sur les procédés possibles de l'efficacité des questions, on remarque que la condition de félicité selon laquelle il faut formuler clairement sa question de manière à ce qu'elle soit reconnue comme telle (Searle 1972 ; Grice 1979), semble difficilement conciliable avec l'exigence de politesse selon laquelle il faut formuler indirectement ses demandes (Goffman 1973 ; Brown et Levinson 1978 ; Kerbrat-Orecchioni 1992, 2001). Par exemple, « *donne-moi l'heure* » est exprimé de manière claire, on comprend quelle est l'information demandée, mais c'est en même temps un énoncé exprimé de manière très directe, très brutale, transgressant du coup les principes de politesse.

La condition de félicité d'intelligibilité et l'exigence de politesse semblent contradictoires du point de vue des procédés.

Les internautes choisiront-ils d'être clairs ou bien courtois dans les interactions sur forum ? Ou, dans les termes de l'école de Palo Alto (Watzlawick, Helmick-Beavin & Jackson 1972), pour rendre efficace une question, les internautes accorderont-ils plus d'importance au contenu ou à la relation dans la formulation de leurs demandes ? Quelles stratégies discursives utiliseront-ils en ligne pour résoudre ce dilemme, et rendre leurs demandes efficaces ?

Pour le savoir, nous devons effectuer une analyse de corpus, afin d'y relever les procédés et marqueurs discursifs d'efficacité des questions réellement mobilisés par les internautes dans de véritables interactions en ligne, au sein d'un forum de discussion sur Internet.

4 – ANALYSE DU FORUM

4.1 Méthodologie d'observation de corpus

Notre analyse de corpus portera sur des messages extraits d'un forum qu'on peut considérer comme un prototype de forum consacré à l'échange d'informations : *doctissimo.fr*, un forum dédié à l'échange d'informations médicales entre profanes.

Nous avons donc choisi un forum où l'activité qu'on souhaite étudier est centrale : le but affiché de *doctissimo*, celui d'échanger des informations médicales, est annoncé dès l'entrée dans le site.

L'avantage de choisir en guise de terrain un forum où l'activité qu'on souhaite étudier est centrale et annoncée au préalable par son interface elle-même, augmente de fait nos chances d'observer un corpus très riche en occurrences, une grande variabilité des procédés du type d'efficacité discursive qu'on cherche à saisir : en l'occurrence les procédés d'efficacité de la question. On peut alors supposer que l'on trouvera de nombreuses questions à analyser dans ce forum, d'autant plus qu'il y a 5,7 millions de visiteurs qui se connectent chaque mois sur le site de *doctissimo*¹. Quelle méthodologie générale d'analyse de corpus doit-on suivre ? Herring (2004) propose un cadre méthodologique général pour l'analyse des discours médiatisés par ordinateur (*Computer-Mediated Discourse Analysis*).

La première phase est l'élaboration d'une question de recherche. Dans notre cas, il s'agit de voir dans quelle mesure les internautes rendent efficaces leurs discours en ligne lorsqu'ils posent une question en vue d'obtenir une information sur un forum de discussion.

La sélection des données est la seconde phase : il s'agit ici de sélectionner des échantillons de corpus d'un forum de discussion ayant fait l'objet d'une observation persistante (Herring 2004 ; Marcoccia 2004).

¹ Cf. Le Journal du net, 25 / 02 /2008
<http://www.journaldunet.com/ebusiness/internet/actualite/0802/080225-lagardere-achete-doctissimo.shtml>

On sélectionne sur *doctissimo* 100 fils de discussion, pour en extraire 100 messages de question postés en ouverture de fil de discussion : 100 messages initiatifs de questions, qu'il faut analyser au niveau de leurs propriétés illocutoires. Le but est donc avant tout de repérer dans un forum les procédés d'efficacité de la question les plus courants au niveau illocutoire, et de manière secondaire de voir si ces questions obtiennent effectivement des réponses pertinentes au niveau de leur effet perlocutoire.

Nous relèverons sur 100 messages de questions dans le forum *doctissimo.fr*

- Les procédés d'efficacité les plus utilisés
- Les procédés d'efficacité les moins fréquents
- Les procédés d'efficacité les plus rares

4.2 - Présentation des résultats

- *Procédés les plus utilisés (dans plus de la moitié des messages)*


1) *Formuler explicitement l'objet de la question dans le message*

Le procédé de la formulation explicite de l'objet de la question dans le message, renvoyant à la stratégie de l'intelligibilité du contenu propositionnel, est le marqueur de l'efficacité le plus utilisé dans le forum *doctissimo*, présent 90 fois sur 100 messages, par exemple :



- « *Parrait que le sauna purifie la peau et que c'est bon pour l'acné. Oui ? Non ?* »
- « *Je recherche des informations (et surtout une aide) sur la PUPPP.* »
- « *mes ongles des mains se replient vers le bout des doigts mais seulement d'un côté. Keske c'est???* »

2) *Atténuer la menace que constitue la question (stratégie de politesse)*

Cette stratégie qui est la deuxième plus utilisée dans *doctissimo*, apparaît plus de 70 fois dans le corpus, notamment sous forme de remerciements ou de salutations (« *Bonne*

journée et hereuse année en passant » ; «  *salut* ») ou encore de minimisateurs (« *J'ai une petite question / SVP merci d'avance* »).

3) *Utiliser la ponctuation de la question*

L'utilisation du point d'interrogation, simple ou sous forme de smileys, favorisant l'intelligibilité de la valeur illocutoire, apparaît environ dans 70 cas sur 100 dans *doctissimo* : notamment dans les messages et dans les titres (exemple : ) , ou dans la zone auteur (exemple : ).

4) *Donner un titre explicite à son message*

En plus d'explicitement sa question dans le corps du message, donner un titre explicite à son message, dans la « zone titre », est également un procédé qui participe de la stratégie de l'intelligibilité du contenu propositionnel. Ce procédé apparaît dans presque 70 % des cas. Par exemple avec les titres suivants : « *Arrêt Tricilest – Rechute ?* » ; « *varicelle chez l'adulte* » ; « *GROS bouton dur sur le menton..* » ; « *cicatrisation difficile : aidez-moi!* » ; « *Fait moi pousser ma barbe STP !* » ; « *taches brunes ou nOires sur peau métissée:comment les faires partir?* » ; « *Conseils pour cancer colon* ».

5) *Utiliser le pattern morphosyntaxique ou syntaxique de la question*

L'utilisation du *pattern* morphosyntaxique [est-ce que] ou syntaxique [inversion sujet-verbe] pour que son message soit bien reconnue comme une question (stratégie de l'intelligibilité de la valeur illocutoire) est observée dans plus de 60 messages sur 100.

Par exemple : « *Je vais voir mon médecin demain mais à quoi je dois m'attendre ?* » ; « *Est ce que cela peut etre dut a mon deodorant ou parfum ? Comme une sorte d' allergie ?* » ; « *Connaissez vous une crème miracle ?* » ; « *Est-il réellement efficace ?* ».

6) *Formuler sa question de manière précise*

La rhétorique de la précision correspondrait à la première partie de la maxime de quantité gricéenne (Grice 1979) : ce procédé consiste en effet à donner assez de détails, assez d'informations à son interlocuteur pour qu'il puisse interpréter de manière adéquate sa demande, et être en mesure par conséquent d'y apporter une réponse satisfaisante.

Il est mobilisé plus d'une cinquantaine de fois, est souvent incarné par d'assez longs récits explicatifs ; par exemple: « *est ce que le zinc*

en solution buvable est réellement efficace contre l'acné peu sévère ? » ; « J'ai constaté depuis quelques mois une boule au dessus de mon nez, juste à côté de mon sourcil droit. ».

7) Exprimer son état intérieur

L'expression d'un état intérieur consiste dans le fait de divulguer son ressenti, sans doute pour manifester l'importance de la question qu'on pose. Ce procédé est presque mobilisé une cinquantaine de fois dans le corpus, selon différentes formes, par exemple : l'utilisation originale d'un smiley perplexe 🤔 ou encore : « *j'ai l'impression de ne pas avancer* » ; « *je suis revoltée* » ; « *je n'en peux plus* » ; 🤔 dans la zone auteur et dans le message ; « *AIDEZ MOI(...) MOI J AI SUPER PEUR* » ; « *j'ai un peu peur mais j'en ai marre d'être poilue* » ; « *s'il vous plait j'ai vraiment besoin de savoir!! ça me stresse tout ça* 🤔🤔🤔 ».

8) Utiliser les termes « question » / « réponse »

L'utilisation des termes « question / réponse » dans les messages, ainsi que la présence du verbe performatif, participent toutes deux à l'optimisation de l'intelligibilité de la valeur illocutoire de la question, et atteignent presque la cinquantaine de cas dans le corpus : « *Merci par avance pour vos réponses.* » ; « *ma question est...* » ; « *J'ai une petite question* » ; Titre : « *Une question à propos du vaccin du col de l'utérus/* » ; Titre : « *QUESTION ?* ».

Certains internautes utilisent les deux termes « question » et « réponse » dans un même message, sans doute pour en optimiser davantage encore l'intelligibilité de la valeur illocutoire : « *Merci de répondre sérieusement à ma question* ».

D'autres internautes utilisent des moyens similaires à celui mentionné ici, pour assurer l'intelligibilité de la valeur illocutoire de leurs demandes : « *Besoin de renseignements* » ; « *Je recherche des informations (et surtout une aide) sur la PUPPP.* » ; « *J'aimerais des conseils* ».

On remarque aussi dans les messages la présence du verbe performatif de la question, c'est à dire « *demander* » ou « *poser une question* » (quasiment une vingtaine de fois), par exemple : « *Je vais (...) vous poser une ou deux question* » ; « *Demander l'avis d'autres personnes* » ; « *je lui ai dit que j'allais demander de l'aide* ». ; « *J'ai une question*

assez urgente !!! » ; « *désolée pour la question* ».

Notons également l'existence d'un smiley d'interrogation : 🤔.

- *Procédés qui apparaissent moins fréquemment (de 20 à 50 fois dans le corpus)*

1) « Intensifier » sa question

Le procédé de l'intensification de la question, qui apparaît une quarantaine de fois, s'incarne notamment dans les messages sous forme d'adjectifs, d'utilisation des capitales et de la répétition de points d'exclamation. Si ces marqueurs semblent hétérogènes, leur regroupement sous l'égide du procédé d'intensification est cohérent dans la mesure où ils visent tous à montrer que la question est réellement vitale, urgente pour le demandeur : « *ce monstrueux bouton* » ; « *Merci d'avance pour vos réponses que j'attends avec impatience* » ; utilisation d'adjectifs aggravants, de capitales, de points d'exclamation ; « *Je suis hyper malheureux* » ; « *j'ai un grave problème / REPONDEZ SVP !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!* 🤔🤔 » ; « *j'ai besoin d'AIDE/ S'IL VOUS PLAIT* » ; « *Je manque de FER:je n'ai ke 4!!!A l'aide!!* » ; « *ce serait vraiment génial si vous pouviez me dire si la Magie pourrait m'aider* ».

2) Formuler un autre acte de langage à la place de celui de la question

Ce procédé, qui est couramment observé dans les interactions en face à face est aussi présent dans presque 40% des cas au sein du corpus. On peut pour poser une question utiliser des actes de langage tels que « *j'aimerais savoir / je voudrais savoir.../ j'ai besoin* » : « *JE CHERCHE A DISCUTER AVEC DES HYGIENISTE DENTAIRE* » ; « *je sais pas quoi faire mon conjoint boit depuis un certain temps* ».

3) Manifester sa sincérité

La manifestation de la sincérité, qui est une des conditions de félicité de l'acte de question chez Searle (1972), consiste pour le demandeur à montrer aux destinataires qu'il veut sincèrement obtenir la réponse à sa question.

Ce procédé apparaît entre 30 et 40 fois dans les messages.

Dans ces premiers exemples, les internautes manifestent la sincérité de leur question en montrant qu'ils ont essayé d'y répondre par eux-mêmes, mais sans succès : « *Pourtant je me lave le visage matin et soir, je l'hydrate correctement et le soir je mets de la crème cicatrisante sur mon menton, mais ça ne fait rien !* » ; « *j'ai besoin de soutien et il est très difficile d'en parler à mon entourage merci de m'aider par vos messages* » ; « *bonjour, j'ai beau chercher, personne ne semble avoir le même problème que moi !* » : « *Toujours pas trouvé...* ».

Montrer le caractère urgent de la question manifeste également sa sincérité : « *J'ai une question assez urgente!!!* ». De même, tout simplement, l'utilisation de termes comme « *vraiment* » ou « *sincèrement* » témoigne de la sincérité de la demande : « *j'aimerais vraiment savoir pourquoi elle est morte.* ».

Notons que ce procédé peut-être appuyé par d'autres, comme l'accompagnement d'un smiley interrogatif (« *J'aimerais vos réponse le plus vite possible.. S.V.P 😞* ») ou le fait d'écrire en gras (« *Mais là où j'ai besoin de votre avis* »).

4) Formuler une condition de félicité

On trouve une trentaine de formulations de différentes conditions de félicité de la question décrites chez Searle, notamment :

- la sélection d'un destinataire capable de répondre à la question posée : « *Pour toutes celles qui ont pris une pilule en traitement pour l'acné, telles que Tricilest, Diane, Cilest ... pouvez vous me dire comment s'est passé l'arrêt ?* » ; « *je voudrais savoir si comme moi quelqu'un souffre d'une ichtyose vulgaire et si vous y avez trouvé une solution efficace ou si vous pouviez m'apporter votre témoignage* » ; « *je voudrais savoir si certains ont essayé les traitements naturels* ». ; « *une piètre question aux nutritionnistes et personnes ayant connu le pb* ».

- l'aveu d'ignorance du questionneur quant à la réponse à la question qu'il pose : « *je ne sais pas quoi faire (...)je comprend pas pourquoi* »

- Procédés qui apparaissent rarement

1) Adoucir la question par un désactualisateur modal ou temporel

Même si la politesse est très présente dans le corpus, on ne trouve qu'une quinzaine de désactualisateurs modaux ou temporels utilisés pour formuler la question, alors qu'il s'agit d'un procédé de politesse assez commun : « *Donc j'aimerais des conseils* » ; « *Je voudrais savoir* ».

2) Augmenter la directivité de l'acte

Selon la théorie des actes de langage, augmenter la directivité d'une question (en produisant un ordre par exemple) et renforcer sa valeur illocutoire sont des moyens de favoriser son efficacité. Pourtant, on trouve moins de 15 fois ces deux procédés dans notre corpus, essentiellement parce qu'ils sont incompatibles avec la politesse, qui est quasiment majoritaire dans ce corpus.

Notons toutefois quelques utilisations de l'impératif, de smileys d'« urgence » dans certains messages : « *Aidez-moi* » ; « *Fait moi pousser ma barbe stp !* » (titre du message) ; « *REPONDEZ SVP !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! 😞😡* » ; et des interjections : « *atten vos temoignage !!!!!* ».

3) Renforcer la valeur illocutoire de la question

Il s'agit d'ajouter de la force, de l'intensité à sa question. Par exemple : « *Help !* » ; « *Répondez moi svp!!!* ».

4) Montrer que la réponse est optionnelle

Ce procédé de politesse, qui apparaît moins d'une quinzaine de fois dans le corpus, risquerait sans doute de nuire excessivement à l'intelligibilité et à la sincérité des questions posées. Par exemple : « *si vous pouviez m'apporter votre témoignage* ».

5) Manifester son autorité en tant que demandeur

Ce procédé, qui peut paraître contradictoire avec la politesse, n'apparaît que rarement, d'autant plus accompagné parfois dans les messages d'un smiley grognon qui peut

constituer un fort FTA (« Face Threatening Act » selon l'expression de Brown & Levinson 1978), c'est-à-dire un acte très discourtois à l'égard des destinataires, une grave menace pour les faces des interlocuteurs. Ce procédé est utilisé par quelques *doctinautes* considérés comme connus et « gradés » dans le forum, qui pensent pouvoir se permettre de faire preuve d'autorité sans pour autant que leurs questions perdent en efficacité. Par exemple, on peut manifester son autorité par un smiley grognon 🙄 ; par le profil « *Doctinaute d'argent* », c'est-à-dire d'un internaute reconnu dans le forum (indiqué dans la zone auteur du message) ; par un verbe ou une expression du type « *il faut* », « *il est nécessaire* », « *rapidement* » : « *je dois réaliser un travail...* » ; « *j'exige une réponse, c'est important, mon avenir sentimental est en jeu* 🙄 » ; « *J'aimerais vos réponse le plus vite possible.. S.V.P 😊* », par le fait de mentionner son statut social : « *recentment chercheur, j'aimerais, dans le cadre d'une reflexion entre mes collègues et moi, vous posez quelques questions* ».

En bref, la stratégie de l'intelligibilité du contenu propositionnel est majoritaire sur le forum, notamment par la forte présence du procédé de la formulation explicite de l'objet de la question dans le message (90 messages sur 100).

La politesse, est la deuxième stratégie la plus utilisée dans les messages (plus de 70 fois).

4.3 - Quels effets ont ces stratégies d'efficacité majoritaires ?

Après avoir relevé les stratégies d'efficacité les plus souvent mises en œuvre dans les messages de question au niveau illocutoire, voyons si elles sont validées à un niveau perlocutoire dans la dynamique des échanges.

Dans ce cas de figure, l'efficacité illocutoire de la question est confirmée par son effet perlocutoire : la réception d'une réponse pertinente au message initiatif.

Sur 100 messages de questions, entre 70 et 80 font preuve d'une efficacité totale, et sont suivis de réponses pertinentes.

Quelles stratégies trouve-t-on au sein de ces messages efficaces ? Le plus souvent, ils cumulent les stratégies de l'intelligibilité et de la politesse.

L'intelligibilité, la formulation explicite de l'objet de la question dans le message, est repérée dans 90 cas sur 100. Quand au principe de politesse qui consiste en l'atténuation de la menace que constitue une question, est identifié plus de 70 fois sur 100 messages.

Au niveau de la validation dialogique, plus de 70 messages de questions sur *doctissimo*, qui combinent les stratégies de l'intelligibilité et de la politesse, reçoivent des réponses, qui plus est des réponses pertinentes.

Par exemple, le post reproduit ci-dessous, contient effectivement une formulation explicite de l'objet de la question dans le titre (« *extasie ==> danger ?* ») et dans le corps même du message, censée optimiser l'intelligibilité de la demande (« *tout sa pour savoir si lextasy peut se limiter a une fois par 2 mois ou plus tout comme les psychedelic ou si lextasy entreine une dependance rapide!!!* »), ainsi que des marqueurs de politesse atténuant la menace des faces constituée par cette demande (« *bonjour a tout* » / « *merci davance* »).

« *extasie ==> danger?*

Posté le 02-12-2007 à 18:28:24

bonjour a tout je suis un jeune belge de 19 ans et g pris hier 2 extasie lors d'une soiree... le trip etais bon mais ses seulement la deuxieme fois pour moi ke jessaie cette drogue sur une durée de 5 mois! jaimerais sa voir si cette consomation tres irreguliere et asser peu frequente peut me rendre dependant! je suis quelq'un d'asser resonnable et faire se genre de soiree (drum and bass/hardcore) tout les weekend ne tente pas trop! j'adore ce genre de musique mais bon il faut dire ke le milieu est asser whaouuu!!! on en vois des cas!!

jaimerais aussi rajouter ke je suis un consomateur asser regulier de cannabis (3-4 joints par semaine voir bc plus) et que j'ai deja pas mal d'experience avec les drogues psychedelics: shampi, mescaline,...

tout sa pour savoir si lextasy peut se limiter a une fois par 2 mois ou plus tout comme les psychedelic ou si lextasy entreine une dependance rapide!!!

merci davance

ps: drum and bass is so fucking good!!!! »

4.4 – Interprétation des résultats

Nous nous poserons la question de savoir pourquoi les stratégies d'intelligibilité et de

politesse sont plus utilisées que d'autres dans *doctissimo*. Nous analyserons plus précisément ces stratégies utilisées dans *doctissimo* en fonction des spécificités de la CMO.

Nous allons voir en quoi les stratégies les plus utilisées par les *doctinautes* peuvent être analysées et mises en rapport avec les spécificités de la CMO, en observant la manière dont les *doctinautes* exploitent les spécificités de la CMO favorables à l'intelligibilité des messages et de question.

Les internautes de *doctissimo*, pour optimiser l'efficacité de leurs questions, exploiteraient les spécificités de la CMO favorables à ce type d'efficacité. Selon une condition de félicité, la question doit en effet être intelligible pour qu'un destinataire puisse y répondre.

La présence de la zone « *titre / sujet* », quasi systématiquement utilisée par les *doctinautes*, présente lors de l'envoi d'un message, et spécifique au cadre « ergonomique » du dispositif technique de communication, permet d'indiquer clairement ce qu'est le thème de la question posée (Marcoccia 2003a : 19), ce qui favorise évidemment l'intelligibilité de l'acte de langage.

La politesse est la deuxième stratégie majoritaire utilisée par les *doctinautes* pour optimiser l'efficacité de leurs questions : la politesse permet de fait de formuler la question de manière efficace en face à face comme en CMO. Il s'agit de ménager la face du destinataire en présentant sa demande de manière indirecte ou adoucie.

Ce genre de résultats sur *doctissimo* est pour nous directement lié aux spécificités de la CMO. Certaines caractéristiques de la CMO favoriseraient la production de messages courtois, et donc l'efficacité des demandes, la formulation polie des questions : plus une question est présentée de manière indirecte ou adoucie, plus elle a de chance d'obtenir des réponses satisfaisantes. En effet, cet outil de communication qu'est l'Internet met justement à disposition un ensemble de règles de courtoisie en ligne qui prescrivent la manière polie dont les internautes doivent produire leurs messages (McLaughlin, Osborne & Smith 1995 ; Marcoccia 1998 ; 2000 ; 2003b), et en l'occurrence leurs « questions » (Rinaldi 1995) sur un forum.

4.5 – Synthèse des résultats

De manière schématique, les deux stratégies majoritaires pour l'efficacité discursive mobilisées dans *doctissimo* sont donc de formuler la question d'une manière intelligible et polie. Ces deux stratégies sont par essence contradictoires : assurer le caractère poli de ses messages, entre autres par formulations indirectes, peut nuire à l'intelligibilité du contenu propositionnel du message lui-même.

Faut-il alors suivre des règles de courtoisie équivalant aux principes généraux du ménagement des faces qu'on trouve dans la Netiquette (Marcoccia 1998), ou celles du principe de coopération de Grice qui ont pour finalité l'intelligibilité des messages (1979), également présentes implicitement dans la Netiquette ?

Sans doute les *doctinautes* résolvent ce conflit entre politesse et intelligibilité en donnant des titres explicites à leurs messages, qui clarifient l'objet de leur question, tout en la reformulant ensuite dans le corps du texte, mais de manière la plus polie possible. De cette façon, le compromis entre les exigences d'intelligibilité et de politesse semble possible sur *doctissimo*.

Par exemple (message posté le 21-05-2007 à 14:46:25), il y a une formulation explicite de l'objet de la question dans le titre (« *mon zom est alcoolique, j'ai besoin d'AIDE, s'il vous plaît* ») et dans le corps même du message (« *je cherche de l'aide car mon conjoint est alcoolique depuis plusieurs années.(...) Qu'est-ce que je peux faire pour l'aider moi ?* »), ainsi que des marqueurs de politesse (« *Merci de m'aider* »), parfois même répétés (« *s'il vous plaît* » que l'on trouve une fois dans le titre du message, et une autre fois dans le corps du message, de plus en majuscules).

5 – BILAN DE L'ETUDE

5.1 – Quels sont les procédés les plus utilisés pour rendre les questions en ligne efficaces ?

L'intelligibilité, la formulation explicite de l'objet de la question dans le message, est majoritaire dans *doctissimo.fr*. Quant au principe de politesse qui consiste en l'atténuation de la menace que constitue une question, il est le deuxième procédé le plus fréquent dans le forum.

5.2 – A quels types de communication correspondent ces stratégies d'efficacité ?

Les internautes dans le forum *doctissimo.fr* se caractérisent par un usage de la CMO qui permet l'échange d'informations claires et intelligibles, de manière pacifique. Les *doctinautes* exploitent certaines caractéristiques de la CMO pour optimiser l'efficacité de leurs messages de question comme notamment le péritexte (pour rendre leurs questions claires) et le corps du message (pour rendre leurs questions polies).

A ce stade de l'analyse, on constate alors que les stratégies communicationnelles dominantes d'efficacité des questions dans les interactions en ligne, au sein du forum *doctissimo.fr*, seraient celles d'une communication polie et intelligible.

5.3 – A quels usages du dispositif correspondent ces stratégies ?

Le dispositif de communication offre indéniablement ici aux interactants en ligne des richesses à exploiter. En effet, dans *doctissimo*, les *doctinautes* résolvent un dilemme (être à la fois clair et poli) en utilisant une spécificité de la CMO, le fait qu'un message dans un forum est constitué de deux zones : le péritexte (la zone sujet) et le corps du message. Les internautes peuvent alors « spécialiser » chaque zone : la zone sujet est gouvernée par une règle de clarté (car elle s'y prête bien, rappelant le genre du formulaire, de la fiche), et permet donc de formuler leurs questions de manière extrêmement intelligible sans se soucier de leur caractère poli ou pas.

En revanche, le corps du message permet la mise en place de stratégie de politesse.

Il y a donc ici de manière évidente une exploitation des caractéristiques et de la « richesse » du dispositif.

6 – CONCLUSION : ENJEUX ET PERSPECTIVES

Nous avons constaté les effets du dispositif de communication sur une activité langagière fondamentale (poser des questions), ou en des termes moins déterministes, la manière dont les internautes peuvent se réapproprier le dispositif pour améliorer l'efficacité de leurs questions : en dédiant la « zone titre » à l'explicitation claire de l'objet de la question,

et le corps du message à la formulation polie de la question, ceci afin de résoudre le dilemme concernant le choix entre intelligibilité et politesse de la demande.

Pour arriver à ce résultat nous avons tenté, dans une perspective interdisciplinaire propre aux SIC, de combiner et confronter des théories ou hypothèses sur l'efficacité des questions (Habermas, Austin et Searle) et sur les spécificités de la CMO à des observations de corpus en forum.

Ces observations nous ont permis de constater des écarts entre les théories que nous avons mobilisé au départ de notre travail pour définir la notion d'efficacité des questions, et les usages réels des internautes au sein de véritables interactions en ligne : en effet, le fait que la condition de sincérité soit peu manifestée dans le forum *doctissimo* peut nous amener à réinterroger dans une certaine mesure la théorie des actes de langages de Searle (1972), que nous avons pourtant mobilisée au départ de ce travail pour identifier les critères d'efficacité d'une question. Dans *doctissimo*, la condition de sincérité semble aller de soi et ne doit pas nécessairement apparaître explicitement dans les messages de questions. Cela s'explique sans doute par le fait que, lorsqu'on va sur un forum d'échange d'informations, on n'est pas supposé mettre en doute la sincérité des demandeurs. Cette condition serait présumée par les interactants, déterminée par le corpus, et n'a donc sans doute pas besoin d'être explicitée par les demandeurs.

La notion d'efficacité mobilisée dans notre travail a eu par ailleurs pour bénéfice théorique de nous faire aborder le langage dans sa dimension actionnelle, comme mécanisme de coordination pouvant enclencher des types précis d'interactions. Il s'agit d'une notion essentielle en SIC, qui nous a permis d'insister sur la distinction importante entre efficacité illocutoire et effet perlocutoire.

De plus, En analysant la manière dont les internautes arrivent à rendre leurs messages de questions efficaces, ce travail peut être utile, si on en fait une lecture pratique et prescriptive : on peut par exemple, à partir des stratégies de formulation des questions relevées le plus fréquemment lors de notre analyse, constituer une charte prescrivant la bonne manière de formuler une demande en ligne, afin d'optimiser l'efficacité de ces demandes, et par

là d'améliorer l'échange d'informations en CMO au sein d'une organisation.

Mais avant de faire de ces procédés d'efficacité les prescriptions d'une charte, il est nécessaire au préalable de comparer notre observation avec d'autres corpus en ligne, pour tester le caractère générique des procédés d'efficacité des questions que nous avons relevés localement dans le forum *doctissimo*.

BIBLIOGRAPHIE

- AUSTIN J.L. (1970). *Quand dire c'est faire*. Seuil, Paris. (1^{ère} édition : *How to do things with Words*, 1962).
- BAZZANELLA C., CAFFI C., SBISA M. (1991). Scalar dimensions of illocutionary force. In I.Z. Zagar (Ed.). *Speech Acts: Fiction or Reality?*. IPrA Distribution Center for Yugoslavia, Ljubljana : 63-76.
- BENOIT D. (1995). La communication « efficace » : convaincre, persuader, influencer, manipuler... . In D. Benoit (Ed.). *Introduction aux sciences de l'information et de la communication – Manuel*. Les Editions d'Organisation, Paris : 97-128.
- BROWN P. & LEVINSON S. (1978). Universals in language use: Politeness phenomena. In E. Goody (Ed.). *Questions and politeness. Strategies in social interaction*. CUP, Cambridge : 56-289.
- CELIK C. & MANGENOT F. (2004). La communication pédagogique par forum : caractéristiques discursives, *Les Carnets du Cediscor*, 8 : 75-88.
- CUSSET Y. (2004). Quel concept d'action pour une théorie de l'agir communicationnel ? (Contribution à une critique de la philosophie pratique de Habermas). In S. Haber (Ed). *L'action en philosophie contemporaine*. Ellipses, Paris : 106-118.
- CUSSET Y. (2006). Ce que parler veut dire ... et peut faire : pouvoirs du langage et langage du pouvoir chez Habermas et Foucault. In Y. Cusset & S. Haber (Eds.). *Habermas et Foucault-Parcours croisés, confrontations critiques*. CNRS éditions, Paris : 137-153.
- DAHLBERG L. (2001). Computer-Mediated Communication and The Public Sphere: A Critical Analysis, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(1). Disponible à l'adresse : <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue1/dahlberg.html> (consultation : juin 2008)
- FERRY J-M. (1994a). *La philosophie de la communication, tome 1*. Cerf, Paris
- FERRY J.M. (1994b). *La philosophie de la communication, tome 2*. Cerf, Paris.
- GOFFMAN E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne, Vol 1 : La présentation de soi*. Minuit, Paris. (1^{ère} édition : *The Presentation of Self in Everyday Life* , 1959).
- GRICE H. (1979). Logique et conversation, *Communications*, 30 : 57-72. (1^{ère} édition : *Logic and Conversation*, 1975).
- HABERMAS J. (1987a). *Théorie de l'agir communicationnel*. tome premier: *Rationalité de l'agir et rationalisation de la société*. Fayard, Paris. (1^{ère} édition : *Theorie der kommunikativen Handelns*, 1981).
- HABERMAS J. (1987b). *Théorie de l'agir communicationnel*. tome second: *Critique de la raison fonctionnaliste*. Fayard, Paris. (1^{ère} édition : *Theorie der kommunikativen Handelns*, 1981).
- HABERMAS J. (1997). *Droit et démocratie : entre faits et normes*. Gallimard, Paris. (1^{ère} édition : *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaates*, 1992).
- HASSEL L & M. CHRISTENSEN (1996). Indirect Speech Acts and Their Use in Three Channels of Communication. In F. Dignum, J. Dietz, E. Verharen & H. Weigand (Eds). *Communication Modeling – The Language/Action Perspective (Proceedings of the LAP96)*. Disponible à l'adresse : http://www.bcs.org/upload/pdf/ewic_cm96_paper9.pdf (Consultation : juin 2008).
- HERRING S. (1996) (Ed.). *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives. Pragmatics and Beyond* series. Amsterdam, John Benjamins.
- HERRING S. (2001). Computer-Mediated Discourse. In D. Tannen, D. Schiffrin & H. Hamilton (Eds). *Handbook of Discourse Analysis*. Blackwell, Oxford : 612-634.
- HERRING S. (2004). Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Communities. In S.A. Barab, R. Kling & J.H. Gray (Eds.). *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*. CUP, Cambridge : 338-376.
- KERBRAT-ORECCHIONI C. (1991). Introduction. In C. Kerbrat-Orecchioni (Ed.). *La Question*. Presses universitaires de Lyon, Lyon : 5-37.

- KERBRAT-ORECCHIONI C. (2001). *Les actes de langage dans le discours. Théorie et fonctionnement*, Nathan, Paris.
- KERBRAT-ORECCHIONI C. (1992). *Les interactions verbales, tome 2*. A. Colin, Paris.
- KERBRAT-ORECCHIONI C. (2005). *Le discours en interaction*. Armand Colin, Paris.
- LAMB M.L. (1993). Praxis communicationnelle et théologie par-delà le nihilisme et le dogmatisme. In E. Arens (Ed.). *Habermas et la théologie*. Cerf, Paris : 123-156.
- MANDELCAWJG S. & MARCOCCIA M. (2007). The definition and the negotiation of the norms of discussion in newsgroups: Which communication ideal?. In F. H. van Eemeren, J.A. Blair, C.A. Willard & B. Garssen (Eds.). *Proceedings of the Sixth conference of the International Society for the Study of Argumentation*. Amsterdam, SicSat : 917-923.
- MANGENOT F. (2002). Communication écrite entre étudiants par forum Internet : un nouveau genre d'écrit universitaire ? *Enjeux*, 54 : 166-182.
- MANNO G. (2002). La politesse et l'indirection: un essai de synthèse, *Langage et société*, 100 : 5-47.
- MARCOCCIA M. (1998). La normalisation des comportements communicatifs sur internet : étude sociopragmatique de la Nétiquette. In N. Guégen & L. Tobin (Eds). *Communication, société et internet*. L'Harmattan, Paris : 15-32.
- MARCOCCIA M. (2000). La Politesse et le « savoir communiquer » sur Internet. In M. Wauthion & A.C. Simon (Eds). *Politesse et Idéologie. Rencontres de pragmatique et de rhétorique conversationnelles*. BCILL / Peters, Louvain : 157-168.
- MARCOCCIA M. (2003a). Parler politique dans un forum de discussion, *Langage et société*, 104 : 9-55 .
- MARCOCCIA M. (2003b). La politesse dans les forums de discussion : règles externes, manifestations discursives et commentaires métacommunicatifs. In M. Bondi , S. Stati (Eds). *Dialogue Analysis 2000 – Selected Papers from the 10th IADA Anniversary Conference, Bologne 2000*. Max Niemeyer, Tübingen : 315-326.
- MARCOCCIA M. (2004). L'analyse conversationnelle des forums de discussion: questionnements méthodologiques. *Les Carnets du Cediscor*, 8 : 23-37.
- MARICIC I. (2001). Cyberpoliteness: Requesting Strategies on the Linguist List. In E. Nemeth T. (Ed.). *Pragmatics in 2000. Selected Papers for the 7th International Pragmatics Conference, Vol. 2*. IPra, Antwerp : 409-416.
- MCLAUGHLIN M. OSBORNE K.K. & SMITH C.B. (1995). Standards of Conduct in Usenet. In S. G. Jones (Ed.) : *Cybersociety. Computer-Mediated Communication and Community*. Sage Publications, Thousand Oaks CA : 90-111.
- OLIVESI S. (2006a). Présentation. In S. Olivesi (Ed.). *Sciences de l'Information et de la Communication ; objets, savoirs, discipline*. Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble : 5-8.
- OLIVESI S. (2006b). Les anthropologies de la communication. In S. Olivesi (Ed.). *Sciences de l'Information et de la Communication ; objets, savoirs, discipline*. Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble : 181-195.
- PAILLIART I. (2006). Territoires, identités et communication. In S. Olivesi (Ed.). *Sciences de l'Information et de la Communication ; objets, savoirs, discipline*. Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble : 113-128.
- PANCKHURST R. (1997). La communication médiatisée par ordinateur ou la communication médiée par ordinateur ? , *Terminologies nouvelles*, 17, 56–58.
- PANCKHURST R. (1999). Analyse linguistique assistée par ordinateur du courriel. In J. Anis (coord.). *Internet, communication et langue française*, Hermès, 55-70.
- PANCKHURST R. (2006). Le discours électronique médié : bilan et perspectives. In A. Piolat (Éd.). *Lire, écrire, communiquer et apprendre avec Internet*. Marseille : Éditions Solal, p. 345-366.
- RINALDI A.H. (1995). *The Net: User Guidelines and Netiquette*. Disponible à l'adresse : <http://courses.cs.vt.edu/~cs3604/lib/Netiquette/Rinaldi/> (Consultation : juin 2008)
- SEARLE J. R. (1972). *Les actes de langage. Essai de philosophie du langage*. Hermann, Paris. (1^{ère} édition : *Speech Acts*, 1969).
- SEARLE J. R. (1982). *Sens et Expression*. Minuit, Paris. (1^{ère} édition : *Expression and Meaning. Studies in the theory of speech acts*, 1979)
- WATZLAWICK P., HELMICK-BEAVIN J.H., & JACKSON D. (1972). *Une logique de la*

communication. Seuil, Paris. (1ère édition :
Pragmatics of Human Communication,
1967)