



Le rôle argumentatif des hashtags dans la construction d'un événement polémique numérique

Rodrigo Seixas

Université Fédérale de Goi s (UFG), Brésil
orcid.org/0000-0003-1116-3676

Cet article vise   comprendre, parmi les divers usages des hashtags, leur fonction argumentative d'une part, en tant qu'étiquette polémique (PAVEAU, 2017; HUSSON, 2016) et, d'autre part, en tant que condensation événementielle (SEIXAS; NASCIMENTO, 2021). Partant de la polémique sur l'origine de la pandémie de Coronavirus, les tweets document s par les hashtags #VirusComunista et #VirusChin s sont pris comme support, pour analyser,   travers une analyse rhétorique (AMOSSY, 2010, 2016; ANGENOT, 2008; SEIXAS, 2019), le fonctionnement de cette polémique et la participation du hashtag dans sa configuration argumentative.

Mots cl s: Rhétorique et Argumentation. Polémique. Hashtag. Analyse du discours numérique.

O papel argumentativo das hashtags na constru o de um evento polêmico digital

Este artigo visa a compreender, dentre os diversos usos das hashtags, a sua fun o especialmente argumentativa enquanto, primeiramente, uma etiqueta pol mica (PAVEAU, 2017; HUSSON, 2016) e, sobretudo, enquanto condensa o evenemencial (SEIXAS; NASCIMENTO, 2021). Partindo da controvérsia sobre a origem da pandemia por Coronavirus, tomamos como apoio os tweets documentados pelas hashtags #VirusComunista e #VirusChin s a fim de analisar, por meio de uma investiga o retórica (AMOSSY, 2010, 2016; ANGENOT, 2008; SEIXAS, 2019), o funcionamento dessa pol mica e a participa o da hashtag no que tange   sua configura o argumentativa.

Palavras-chave: Retórica e Argumenta o. Pol mica. Hashtag. Análise do discurso digital.

El papel de los hashtags en la construcción de un evento pol mico digital

Este artículo pretende comprender, entre las diversas afordancias de los hashtags, su función especialmente argumentativa, en primer lugar, como etiqueta pol mica (PAVEAU, 2017; HUSSON, 2016) y, sobre todo, como condensación de evento (SEIXAS; NASCIMENTO, 2021). Partiendo de la controversia sobre el origen de la pandemia del Coronavirus, tomamos como soporte los tweets documentados por los hashtags #VirusComunista y #VirusChin s, para analizar, a través de una investigación retórica (AMOSSY, 2010, 2016; ANGENOT, 2008; SEIXAS, 2019).), el funcionamiento de esta pol mica y la participación del hashtag en cuanto a su configuración argumentativa.

Palabras-clave: Ret rica y Argumentaci n. Pol mica. Hashtag. Análisis del discurso digital.

The argumentative role of hashtags in the construction of a digital polemical event

This article aims to understand, among the various uses of hashtags, their argumentative function as, firstly, a polemical label (PAVEAU, 2017; HUSSON, 2016) and, above all, as an event condensation (SEIXAS; NASCIMENTO, 2021). Starting from the polemic over the origin of the Coronavirus pandemic, the tweets documented by the hashtags #VirusComunista and #VirusChin s are taken as support, in order to analyze, through a rhetorical investigation (AMOSSY, 2010, 2016; ANGENOT, 2008; SEIXAS, 2019), the functioning of this polemic and the participation of the hashtag in terms of its argumentative configuration.

Keywords: Rhetoric and Argumentation. Polemic. Hashtag. Digital discourse analysis.

Introduction

Parmi les divers éléments susceptibles d'une analyse discursive dans l'environnement numérique, le hashtag (#) est peut-être l'un des principaux phénomènes de communication du Web 2.0. Évidemment, le symbole n'est pas une nouveauté. Déjà largement présent dans l'imaginaire populaire – dans le langage musical (connu comme *dièse*¹), dans le langage de programmation comme code de couleur, ou encore dans le langage téléphonique comme code de nombre etc. –, ce signe n'est pas natif de l'Internet. Cependant, comme l'affirme Paveau (2017, p. 197), “le hashtag qu'il contribue à élaborer l'est bel et bien”. En 2007, juste un an après le lancement de la plateforme de microblogging Twitter², le concepteur Chris Messina a proposé d'utiliser le hashtag comme un signe visant à regrouper des personnes autour de leurs affinités. La ressource a été adoptée par la plateforme, devenant une “convivialité communicative [...], qui implique des formes endémiques de participation discursive” (PAVEAU, 2017, p. 198).

En dépit d'être la grande marque de Twitter, les hashtags, en raison de leur grand succès, font maintenant partie d'interactions numériques plus larges et se sont propagés sur d'autres réseaux. Ils participent aussi à des fins rhétoriques et argumentatives, en particulier lorsqu'ils sont mobilisés au sein des échanges polémiques. Ces signes prennent vie et bouillonnent dans les réseaux sociaux numériques et sont considérés comme “polémiques” dans la mesure où ils permettent voir, dans l'interaction dont ils émergent, “la rencontre des positions polémiques, fondatrices des deux champs discursifs antagonistes, chargés d'actualiser des entités issues d'autres polémiques, en se disputant les significations d'un même objet de discours dans un espace donné” (NASCIMENTO, 2018, p. 204 [traduction libre]).

En effet, de telles controverses pullulent dans l'espace socio-numérique, compte tenu du fait que ces plateformes fonctionnent comme un grand espace de discussions sur tous les sujets, où les internautes partagent leurs positions, opinions,

¹ Le hashtag est aussi connu, de ce fait, comme “mot-dièse”.

² Coutant et Stenger (2012) dénoncent l'intense confusion de termes et concepts – définitions aux contours flous –, souvent de manière confuse et inadéquate, pour faire référence à ce qu'on a appelé ici d'emblée les “plateformes de microblogging”. D'après eux, chaque concept sélectionne un angle et, par conséquent, laisse dehors des autres caractéristiques importantes dans la configuration de la définition. Pour cela, ils préfèrent le terme plus large de “médias sociaux”, qui “mettent sur le même plan des configurations sociotechniques (les communautés virtuelles, construit complexe de relations entre une certaine forme sociale et les supports sur lesquels elle se développe), des technologies (le p2p, qui peut donner lieu à des usages très disparates), des plateformes (les blogs) et des usages (le mashup)” (p.8). Cependant, du fait que cet article dialogue avec la perspective de Marie-Anne Paveau (2017) sur le discours numérique, il sera désormais utilisé, tel comme le fait l'auteure, plutôt le terme “réseaux sociaux numériques”.

valeurs et cherchent à imposer, de manière parfois violente, leur façon de penser le monde. C'est un fait, le Web 2.0 permet une liberté énonciative, et même une certaine démocratisation du dire, qui favorise, à une plus ou moins grande échelle, la libre discussion et, par conséquent, le développement de phénomènes argumentatifs.

Il faut tout d'abord préciser à cet égard que l'on ne considère pas, dans cet article, le "tout" des possibilités argumentatives du hashtag, à cause de sa grande variété fonctionnelle. En fait, le but de ce travail est plutôt de soutenir que le hashtag est une affordance³ polémique, compte tenu de sa capacité d'étiqueter des controverses et de condenser des événements polémiques dans l'espace public numérique à partir de l'émergence des logiques argumentatives dans les différentes opinions émergentes. Étant donné que les hashtags ont le pouvoir de (re)créer un événement, on affirme qu'ils le (re)configurent et influencent la perception des personnes à leur égard.

Un événement numérique polémique sur Twitter sera examiné, à savoir celui qui concerne *l'origine de la pandémie du Coronavirus*, que nous pourrions analyser à travers certains tweets obtenus *via* le moteur de recherche "explorer" de la plateforme de microblogging. Le critère de choix de ces tweets a été tout simplement la présence des hashtags spécifiques (en portugais brésilien) renvoyant à l'événement polémique en question. Les 5 tweets choisis correspondent à l'année 2020⁴, période où la pandémie – et les actions qui s'en suivent pour la contrôler –, était encore un motif de grande remise en cause. Dans la polémique en question, deux hashtags⁵ ont été identifiés comme centraux, *#Viruschinês* et *#Viruscomunista*⁶, et pour cette raison ils vont figurer ici comme des éléments d'analyse. Il convient de souligner, toutefois, que ce travail est une brève enquête cherchant avant tout à comprendre le fonctionnement argumentatif et la participation de tels segments langagiers – les hashtags – à la construction du sens d'une polémique.

³ À partir de la perspective du psychologue James J. Gibson, Paveau (2012, p. 54) affirme qu'une affordance est "une propriété d'un objet ou un trait de l'environnement immédiat qui indique quelle relation l'utilisateur doit instaurer avec l'objet, comment il doit s'en servir, ce qu'il doit faire avec". L'analyste du discours peut considérer que le discours numérique fournit différentes affordances techniques et communicationnelles, dont le hashtag serait l'une des principales vis-à-vis les réseaux socionumériques.

⁴ Il y a aussi un *tweet* de l'année 2021 comme exemple de l'extension temporelle de la polémique.

⁵ Comme dans toute polémique, il y a deux pôles autour d'un discours "anticommuniste" et "anti-Chine" et, d'autre part, d'un discours de défense du peuple chinois, contre les cas croissants de violence. D'ailleurs, le hashtag *#ImNotAVirus* (traduit et mobilisé en français: *#JeNeSuisPasUnVirus*) a sa correspondance au Brésil: *#EuNãoSouUmVirus*.

⁶ En français, *#VirusChinois* et *#VirusCommuniste*.

Or, il est établi que la rhétorique offre une base épistémologique pour penser l'analyse argumentative du discours social (ANGENOT, 2008; 2012; 2014) et la polémique elle-même (AMOSSY, 2014). À partir de ces cadres théoriques, on soutiendra ici également l'existence, dans une opinion politique, d'un régime doxal d'énonciation (SEIXAS, 2019), c'est à dire un pattern argumentatif plus ou moins établi dans une opinion⁷ donnée, possible d'être identifiée par l'émergence d'une *qualification*⁸, notamment dans les qualifications "virus communiste" et "virus chinois". Ce processus de qualification est valable non seulement pour le mot, dans son existence "hors Web 2.0", mais aussi pour des hashtags, en tant que des *technomots* (PAVEAU, 2017). En bref, l'analyse de ces hashtags polémiques (#VirusComunista et #VirusChinês) a révélé, comme l'on verra dans cet article, des logiques argumentatives, idéologiques – notamment la *logique complotiste* et la *logique de la causalité diabolique* (ANGENOT, 2008) –, lesquelles peuvent être considérées comme deux types de schémas argumentatifs⁹ très courants dans des discours de militantisme politique.

En poursuivant cet objectif, on attirera également l'attention sur l'*argumentativité* (AMOSSY, 2010) de ces phénomènes numériques, en essayant de penser comment les réseaux socionumériques peuvent être considérés de plus en plus comme les nouveaux espaces de la parole publique et des conflits de sens, surtout politiques, dans une société.

1 La place de l'argumentation dans l'environnement numérique: la nouvelle Agora

Les études sur le discours numérique et les phénomènes qui lui sont liés ont augmenté au cours des dernières années. La publication, en 2017, de l'œuvre "Analyse du discours numérique: dictionnaire des formes et des pratiques" de Marie-Anne Paveau semble être, à cet égard, très représentative. Bien que l'auteure ne

⁷ Plantin (2016, p. 117/118) considère que certains mots sont des "hologrammes du discours", c'est-à-dire "ils ont la propriété de représenter la totalité du discours argumentatif dans lequel ils entrent [...]".

⁸ La notion de "qualification" chez Marc Angenot vient de la notion de "qualification juridique", c'est-à-dire, "l'opération qui permet l'application d'une règle de droit en appréhendant des éléments de fait et en inscrivant ceux-ci dans une catégorie du droit positif en recourant notamment à des précédents jurisprudentiels. L'attribution d'une qualification juridique permet à son tour l'application du régime juridique correspondant, c'est-à-dire l'ensemble de règles de droits applicables à une personne, une organisation, une activité, etc." (ANGENOT, 2014, §3). À partir de cette définition, on comprend la "qualification" comme la ressource énonciative par laquelle les sujets à la fois catégorisent et qualifient les choses du monde, les encadrant sur un certain biais et sous l'étiquette d'un mot. L'énonciation de ces mots, pour ainsi dire, déclenche un régime énonciatif approprié.

⁹ Au sens de Perelman et Olbrechts-Tyteca (2005), les schémas argumentatifs sont des schémas intellectuels à travers lesquels les orateurs construisent son projet de persuasion. Les auteurs du *Traité* soulignent cependant que très rarement les personnes impliquées dans une argumentation réfléchissent aux stratagèmes utilisés ou à l'action à laquelle elles sont soumises.

présente pas une préoccupation nécessairement argumentative dans son approche discursive (au moins elle ne la marque pas), cela se fait certes notable, concernant les réseaux socionumériques, par l'évocation inévitable de la problématique de l'influence, question très présente dans les interactions dans ces espaces.

Twitter, l'une des principales plateformes de microblogging, s'est positionné, au cours des dernières années, comme le théâtre d'intenses querelles politiques, attirant pour cela l'attention de nombreux politiciens (SEIXAS; NASCIMENTO, 2021). Ces derniers se sont rendu compte que ce réseau socionumérique représentait un moyen efficace d'influence auprès de la population, susceptible d'orienter l'opinion publique en leur faveur, que ce soit pour faire croire à leurs intentions ou pour adhérer à leurs propositions.

En effet, "l'usage de la parole est nécessairement lié à la question de l'efficacité. Qu'il vise une multitude indistincte, un groupe défini ou un auditeur privilégié, le discours cherche toujours à avoir un impact sur son public" (AMOSSY, 2010, p. 5). L'idée d'efficacité, donc, nous amène à penser également à l'idée d'influence. Après tout, chaque personne, lorsqu'elle prend la parole dans un espace donné de la sphère publique, est animée par des motivations pragmatiques: l'individu veut influencer un autre, ou un ensemble d'individus, en leur faisant croire à quelque chose, à ressentir une émotion et, éventuellement, à agir d'une certaine manière. Dans cette perspective, il y aurait, comme indiqué ci-dessus, une *argumentativité* inhérente au discours (AMOSSY, 2010).

Dans le même sillage, Danblon (2013) affirme l'existence d'un fait anthropologique lié à l'argumentation, ou plus largement à la rhétorique depuis sa genèse. *L'Homo Rhetoricus* serait le modèle de la raison humaine, une raison rhétorique qui doit être entendue effectivement comme un acte de parole visant un impact auprès de la cité (la *polis*): "On argumente, on raconte, on témoigne, on décide, on juge. La liste est infinie, mais les fonctions de la rhétorique sont toujours directement au service de l'humain dans la cité" (DANBLON, 2013, p. 10).

En ce sens, une raison rhétorique se diviserait en plusieurs fonctions, toutes liées à l'acte d'utiliser la parole dans l'espace public. Parmi elles, celle qui nous intéresse davantage dans le cadre de cette étude, et qui est spécifiquement liée à la fonction argumentative, c'est la fonction de narration, c'est-à-dire le fait de raconter des histoires, qu'elles soient réelles ou fictives (et, de plus en plus, un mélange des deux). La fonction narrative de la rhétorique, si elle était centrée sur le débat de situations réelles dans la société, serait pour ainsi dire l'acte d'influencer les perceptions des personnes à propos d'un certain phénomène ou d'un événement

social. En d'autres termes, le discours argumentatif aurait, à partir d'une fonction sociocognitive plus généralement comprise, le pouvoir (toujours seulement un potentiel) de reconfigurer les sens d'un événement par sa capacité à influencer les jugements des individus sur la manière de l'interpréter.

Seixas et Nascimento (2021) considèrent d'ailleurs que, si à l'époque de la rhétorique antique l'espace public s'appelait *Agora*, il est également possible de comprendre que l'on est aujourd'hui au temps de la cyberculture et du cyberspace (LEVY, 1999), face à une *Agora numérique*. Celle-ci est différente de celle-là, surtout par la moindre hiérarchie des rapports sociaux et la plus grande liberté organique de portée et de capillarité des discours qui y circulent. C'est aussi le cas de Dutra et Oliveira (2018), pour qui la comparaison est pertinente, du fait que l'*Agora* a été le lieu du développement communicatif de la *polis*. Dans ce sens, le moment actuel de la communication médiatique (nouveaux médias) est orienté vers l'émergence d'une "cyberdémocratie", c'est-à-dire une démocratie qui a pour scénario principal de représentativité les échanges communicatifs à travers les réseaux socionumériques (DUTRA; OLIVEIRA, 2018).

En tant que lieu de fonctionnement de la raison rhétorique, il est possible d'observer aussi la manière dont les personnes/internautes interagissent sur ces plateformes afin de configurer des événements, ou d'influencer d'autres individus à croire en certaines visions du monde et en certaines versions de la réalité politique et sociale au détriment d'autres disponibles. Les hashtags jouent, à cet égard, un rôle important dans ce pouvoir rhétorique du discours, à la fois argumentatif et narratif, à travers lequel les individus interagissent, de manière souvent polémique, pour essayer d'établir des hégémonies de signification politique dans les réseaux socionumériques.

En outre, si auparavant les études de la parole argumentative dans l'espace public se concentraient sur sa présentation orale, typique de la tradition grecque et, surtout, latine, de la rhétorique, ces études peuvent être pensées aujourd'hui à partir de diverses manifestations linguistiques et sémiotiques dans l'environnement discursif numérique et ses éléments composites (langagiers, technologiques, sémiotiques etc.). De telles manifestations peuvent alors faire appel à différents éléments sémiotiques (verbaux et non verbaux), modalités multiples qui convergent (et peuvent aussi concourir) dans la construction du sens.

Cela nous amène aussi à un changement épistémologique, où le centre d'analyse n'est plus "logocentré", mais plutôt "écologique"¹⁰, comprenant tout l'environnement du discours (PAVEAU, 2017). Ce changement épistémologique met en scène un argument sociocognitif, par lequel on comprend que la relation des sujets avec l'environnement conditionne la façon de penser et d'interagir. En somme, il est possible d'affirmer que certains phénomènes argumentatifs et numériques agissent sur nos actes cognitifs d'une manière distincte de ce qui se jouait dans l'Agora classique, parce qu'ils présentent des modes de fonctionnement particuliers au temps d'aujourd'hui, qui vont influencer les sujets dans leurs manières de penser et d'interpréter un fait, et ils vont, à la limite, l'encadrer à partir des informations disponibles.

Ces informations disponibles – d'ailleurs de plus en plus hétérogènes – sont abondamment répandues dans les différents coins de l'espace public numérique, compte tenu de son intense "relationalité", considérée, d'ailleurs, la principale caractéristique du discours numérique (PAVEAU, 2017). Cette relationalité, entre autres caractéristiques, favorise l'"expansionnalité" (*spreadability*) (SIAPERA et al., 2018, p. 14): c'est-à-dire la capacité d'étalement propre des réseaux socionumériques, ce qui fait que les discours se propagent et deviennent capillaires. Cette condition fait que le discours numérique ait le pouvoir de mettre en mouvement, plus rapidement que jamais, l'opinion publique, l'humeur de la société, et pour cette raison, il devient de plus en plus le grand centre des discussions politiques et le terrain d'action des politiciens et de tous les formateurs d'opinion politique. L'un des principaux outils pour cette diffusion est justement le hashtag, dont les fonctions polémiques méritent d'être mises sous un microscope pour analyse.

2 Les hashtags en tant que phénomènes du discours numérique

Le hashtag peut être défini comme un "segment langagier précédé du signe mot-dièse # [...]". Cette association en fait un tag cliquable, inséré manuellement dans un tweet et permettant d'accéder à un fil qui rassemble l'ensemble des énoncés contenant le hashtag", possible d'être considérée comme une "affordance

¹⁰ Selon Paveau (2017, p.129), "l'écologie du discours est une approche d'analyse du discours qui prend pour objet non plus les seuls éléments langagiers mais l'ensemble de l'environnement dans lesquels ils s'inscrivent. Elle repose sur l'idée que les discours sont constitutivement intégrés à leurs contextes, et qu'ils ne peuvent être analysés à partir de leur seule matière langagière, mais comme composites mélangés de manière intrinsèque du langagier et du technologique, mais également du culturel, du social, du politique, de l'éthique, etc.". Pour cette raison, on pourrait considérer, d'après elle, que "La perspective écologique est particulièrement nécessaire pour analyser les discours numériques natifs [...]".

technique”, “communicationnelle”, “qui implique des formes endémiques de participation discursive” (PAVEAU, 2017, p. 197-198).

En termes linguistiques, en tant que technomots, les hashtags ont des fonctions similaires à celles du mot et de l'énoncé traditionnels, pré-numériques, mais leur spécificité tient justement à leur lieu d'énonciation, c'est-à-dire un espace “techno” dont les propriétés facilitent la viralité et la propagation intense des mots et en font une sorte de signe de communautarisme et d'affiliation entre les individus.

En effet, des affordances différentes peuvent être reconnues dans les hashtags. La première et la plus évidente d'entre elles en fait un élément de *re-documentation* des métadonnées. La fonction de re-documentation, à savoir la réunion de toutes les publications documentées autour d'un hashtag, est en fait sa principale fonction technique, permettant l'existence de l'“investigabilité” dans les réseaux socionumériques. Autrement dit, “le hashtag rend le discours investigable (*searchable*)” (PAVEAU, 2017, p. 229), bien que sous différentes formes et présentations et, dès lors, il devient possible de récupérer, en tant qu'archive, le grand nombre de publications documentées avec ce hashtag. Partant de là, il devient possible de connaître les sujets qui font l'objet de grandes discussions au cours d'une période donnée: les *trending topics*.

En plus d'être des organisateurs de métadonnées, les hashtags ajoutent cependant une dimension discursive performative, dans la mesure où ils consistent “à accomplir un acte technodiscursif: [insérer un hashtag] c'est créer une catégorie folksonomique (événement, état mental, évaluation, etc.) et par là même mettre en place la possibilité d'un fil redocumentable” (PAVEAU, 2017, p. 202). C'est surtout sous cet aspect que les hashtags deviennent particulièrement argumentatifs, dans la mesure où ils permettent à la fois réunir les différents tweets, avec différents points de vue sur le même thème, et marquer les positions des sujets à ce propos.

Ce processus est favorisé par ce que Zappavigna (2015) nomme d'“affiliation diffuse” (*ambient affiliation*). D'après elle, Twitter permet la formation de communautés autour de valeurs. On est ici en effet dans le domaine de la rhétorique, dont la matière, la *doxa*, si elle est comprise comme le système de croyances et d'opinions – d'opinion publique et/ou publiée – révèle l'inscription des valeurs sous-jacentes aux différentes opinions des individus et groupes sociaux (SEIXAS, 2019). À la base, l'étude de l'argumentation, du moins si on l'appréhende dans une perspective rhétorique et discursive, cherche à identifier le “soubassement” de ce qui fonde l'accord ou le désaccord entre les différents sujets (AMOSSY, 2010).

Il est tout d'abord important de comprendre que, si les réseaux socionumériques sont un nouvel espace public, les interactions sont portées par des projets plus ou moins persuasifs entre les sujets qui veulent affirmer leurs croyances et leurs raisons, mais aussi leurs émotions¹¹; ils veulent “nommer” leurs interprétations, et cela en qualifiant ou disqualifiant souvent les autres manières d'appréhender la réalité politique et sociale. En ce sens, le hashtag peut aussi être vu, outre les fonctions décrites ci-dessus, comme un phénomène politique, miroir des conflits vécus dans une société démocratique, ce qui nous conduit à d'autres affordances communicationnelles, notamment polémiques, lesquelles méritent d'être abordées séparément.

2.1 Les hashtags en tant qu'étiquettes polémiques

S'appuyant sur les travaux d'Anne Charlotte Husson, Paveau (2017) considère les hashtags comme des “étiquettes polémiques” (PAVEAU, 2017). Plus précisément, Husson, immergée dans l'étude du discours politique et de sa circulation sur les réseaux socionumériques, considère les hashtags militants comme une espèce d'argument – ou plutôt, comme des “mots-arguments” – qui ont un “fonctionnement pragmatique” (HUSSON, 2016, p. 106). Elle affirme donc que de tels mots-arguments peuvent être compris comme “des mots à contenu métadiscursif dense fonctionnant comme appels à des prédiscours¹² [...] d'ordre argumentatif”. Pour cela, il y aurait, pour l'auteure, une fonction surtout argumentative des hashtags. La linguiste prétend en effet que de tels éléments sont

[...] en tout cas d'étiquettes polémiques. En outre, ils mettent en jeu des processus qui ont à voir avec le dispositif de Twitter lui-même: non seulement ils permettent, au sein du tweet, une (ré)orientation du contenu du lien, mais ils ont également un effet réflexif sur l'identité du compte et demandent alors à être analysés comme gestes interprétatifs et producteurs de positionnements énonciatifs”. (HUSSON, 2016, p.124).

Il est important de penser que, lorsqu'on utilise le mot “étiquette”, on évoque le sens que ces technomots insèrent dans des régimes de qualification polémique, c'est-à-dire, qu'à partir d'une qualification, ils découpent le sens d'un certain cadre, dévoilant une disposition cognitive-axiologique des sujets. Autrement dit, tout individu, puisqu'il fait partie du processus de formation du sens social en tant que

¹¹ Paveau (2017, p. 204) considère qu'il existe une autre affordance importante, celle de la *modalisation énonciative et expressive*, dans la mesure où dans plusieurs tweets la ressource fonctionne aussi comme une direction donnée par le sujet de la publication quant à leur état émotionnel, à leur responsabilité énonciative etc.

¹² L'analyste de discours propose d'appeler *prédiscours* “un ensemble de cadres prédiscursifs collectifs (savoirs, croyances, pratiques)” donnant “des instructions pour la production et l'interprétation du sens en discours” (PAVEAU, 2006, p. 118).

produit et producteur à la fois, qualifie le monde, reconfigurant, par le discours, le monde et le réel à partir de ses valeurs: “il n’y a pas jamais de “faits” en discours; il y a des énoncés où les choses de ce monde sont filtrées, vues sous un angle, vues de biais, traduites en mots qui jugent subrepticement et concluent d’avance” (ANGENOT, 2008, p. 393-394).

Ainsi, l’idée d’une étiquette est une marque qui révèle comment tel individu juge un certain phénomène, acte, événement ou personne. L’usage de termes qualificatifs tels que “fasciste”, “nazi”, “communiste”, “bourgeois”, ou de désignations telles que “grossophobie”, “cissexisme”, lors de la catégorisation des individus orientent, sémantiquement, comme le considère Husson (2017, p. 21, §48), “des actes et des discours en fonction de critères axiologiques et idéologiques”.

De plus, une telle étiquette est polémique dans la mesure où les jugements des individus par rapport à des thèmes sensibles et brûlants sont très souvent contraires, disparates, antithétiques, ce qui tend à rendre assez conflictuel le débat autour de telles qualifications. Dans chaque opinion argumentée, on peut identifier quels sont les schémas argumentatifs qui soutiennent les *doxas* en jeu – selon Seixas (2019) –, à savoir quelles sont les “logiques argumentatives” (ANGENOT, 2008) et la rupture entre elles, sous-tendant le développement d’une polémique dans l’environnement numérique.

Dans les réseaux socionumériques, les positions argumentatives apparaissent généralement marquées par ces actes technodiscursifs, accompagnés d’hashtags qui se présentent comme des éléments d’inscription *doxique* (SEIXAS, 2019). Seixas et Nascimento (2021) affirment d’ailleurs que de tels actes, motivés par les caractéristiques des réseaux socionumériques, deviennent des phénomènes argumentatifs facilement étendus (y compris à d’autres réseaux, comme dans un vaste écosystème argumentatif¹³), éparpillés, de manière capillaire, dans la société dans son ensemble et enflamment le débat public autour de sujets très sensibles, notamment politiques, comprenant les hashtags qui constituent à la fois le véhicule et le contenu du composé polémique.

Le hashtag apporte alors dans sa nature même, en tant qu’étiquette polémique, la particularité de sa circulation discursive, c’est-à-dire la façon dont il se répand sur les réseaux socionumériques, dont il “devient viral”. Cela est en soi un élément

¹³ On prend ici comme base la notion d’“écologie discursive” (PAVEAU, 2017, p. 129), “une approche d’analyse du discours qui prend pour objet non plus les seuls éléments langagiers mais l’ensemble de l’environnement dans lesquels ils s’inscrivent”.

important pour la configuration d'un événement polémique, si l'on comprend que les polémiques, au sens d'Amossy (2014), tournent autour

des questions de société qui font rage dans l'espace public [...]. C'est que dans sa virulence et ses excès mêmes, elle permet aux participants de partager le même espace sans recourir à la violence physique – et cela, jusque dans les cas de dissension profonde où les prémisses sont trop différentes pour autoriser un partage de la raison. (AMOSSY, 2014, p. 12-13).

Face aux nouvelles formes de “publicisation” (QUÉRÉ, 1992), la parole polémique trouve alors dans l'espace public numérique toutes ses conditions de manifestation. On note toutefois que l'étiquette polémique ne se réduit pas forcément à un mot, un technomot “hashtaggé”. Il est important de souligner qu'il peut prendre la forme d'un énoncé, d'un *slogan*, de séquences autonomes qui sont considérées comme des “petites phrases [...] ou toute autre phrase inscrite dans la mémoire collective” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 62 [traduction libre]). Pour reprendre les mots de Paveau (2017), pour qui de tels éléments seraient eux-mêmes l'objet d'intenses batailles polémiques, on pourrait parler de *hashtag-slogan*.

La notion de *slogan* est aussi proche de ce que la linguiste Alice Krieg-Planque appelle “formule”, à savoir un énoncé plus ou moins cristallisé, qui circule de manière discursive, et souvent polémique, comme référent social (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 111/112). L'auteure affirme également que les médias ne peuvent être négligés “en tant que responsables de la promotion, de l'amplification, de la circulation – c'est-à-dire de la création – des mots du vocabulaire dominant, des expressions à succès, des petites phrases et des formules qui prennent les gens” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 117 [traduction libre]). De même, compte tenu du fait que les réseaux sociaux prennent de plus en plus la place des grands médias, les formules discursives commencent également à circuler sous forme de hashtags. En effet, ces types de réseaux, sous tous leurs aspects – pourrait-on considérer – prennent un peu la place qui était, au Brésil, celle des réseaux de télévisions ou des médias conservateurs d'une manière générale dans la construction – et également dans la circulation – d'un événement, notamment polémique.

La question de la circulation y est vraiment centrale. La notion de “petites phrases”, d'ailleurs, “désigne un énoncé mis en lumière par les acteurs sociaux et qui se présente comme voué à la reprise et à la circulation” (KRIEG-PLANQUE, 2016, p. 17 [traduction libre]). Or, si l'on comprend que ces énoncés sont délibérément créés ou repris pour être reproduits dans l'espace public, il nous semble que les hashtags, principalement en raison de leur détachement naturel, peuvent être analysés

efficacement face à leur répétition, leur apparition dans différents tweets, y compris analysés de manière diachronique sur une longue période, afin de nous faire comprendre le fonctionnement des événements polémiques dans le discours social.

C'est d'ailleurs le cas de la polémique ci-dessous, concernant l'origine de la pandémie de Coronavirus, qui a provoqué un débat public au Brésil, du début de l'année 2020 jusqu'à nos jours. Dans la première moitié de l'année 2021, par exemple, on peut encore voir des publications comme le Tweet 1:

Tweet 1 (T1)¹⁴



Source: Twitter

Il ne fait aucun doute que les hashtags, dans un tweet, sont des éléments techno-discursifs mis en évidence, non seulement sous la forme d'un lien hypertexte (surligné, au-dessus, en bleu), mais surtout par l'importance qu'ils assument dans la configuration et la fonction du message, comme on peut le voir en T1. Le tweet ci-dessus, de manière simplement représentative, permet de voir que les hashtags #VirusComunista et #VirusChines, compte tenu de leur large diffusion et de leur répétition dans des tweets de différents types, se cristallisent comme des éléments centraux dans la polémique sur l'origine de la pandémie de Coronavirus, quel que soit le contenu du tweet.

De plus, on ne peut manquer de remarquer ci-dessus qu'il existe un autre hashtag lié au tweet, à savoir, #TratamentoPRECOCESalvaVidas fonctionnant dans la

¹⁴ T1: "Monsieur le Maire, ce dont la population a besoin, ce sont des médicaments qui combattent vraiment le #viruschines #VirusComunista".

polémique en question comme la conclusion de l'argument avancé. Cet argument fait opposition polémique à un autre argument présent au centre de la controverse: "qu'un traitement précoce sauve des vies alors que le vaccin ne le ferait pas".

Un tel hashtag peut être compris comme un technomot parfaitement inséré dans la famille sémantico-discursive de cet événement polémique. En effet, les défenseurs du gouvernement et de sa politique de santé estimaient que la chloroquine, l'ivermectine et tant d'autres médicaments dont efficacité dans la lutte contre la covid-19 ne s'appuyait pas sur des preuves scientifiques, étaient les mesures nécessaires pour combattre adéquatement la maladie. Il se trouvait ainsi niée l'efficacité, avérée, des différents vaccins développés, ainsi que des mesures sanitaires et de distanciation recommandées par les scientifiques.

Il est donc possible de percevoir que les significations attribuées à #VirusComunista et à #VirusChines ne peuvent être comprises en dehors d'une problématique interne à l'événement polémique spécifique et à ses autres micro-événements qui en font partie. Ce sont pour ainsi dire des éléments interdépendants qui aident à défendre l'affirmation selon laquelle il existe un mouvement argumentatif central (un mot-argument), reconfigurant les sens originaires du domaine de la santé/médecine et de la biologie (virus, maladie, cure, traitement précoce, sauver des vies, etc.) vers un autre domaine ou champ, celui de la politique: le virus est chinois, le virus est communiste. Ces qualifications sont alors politiques, dans la mesure où elles présentent l'événement (la pandémie) et tous ses éléments – en tant qu'un objet de débat censé scientifique – à travers une lentille idéologique et biaisée.

Cela nous fait donc penser que, plus que des étiquettes polémiques, les hashtags peuvent être considérés, sans aucune rupture ni discontinuité, comme un élément condenseur de l'événement polémique, comme son déclencheur en quelque sorte, lesquels, dans leur intégralité, peuvent être configurés comme un tout polémique, condensé en un mot, un énoncé etc. C'est pour cette raison qu'il est également possible de considérer les hashtags #VirusComunista et #VirusChines, comme l'on verra ensuite, en tant qu'une *condensation événementielle*.

3 Les hashtags en tant que déclencheurs d'évènements polémiques

Avant de parler spécifiquement de la fonction de condensation des événements polémiques, il est important de souligner que de telles notions présentées jusqu'ici – à savoir celles de *formule*, de *slogan* et de *mots-arguments* – ne surgissent pas de nulle part, dans le vide, et par conséquent, elles ne manquent pas

de faire référence à d'autres déjà existantes. Le concept de "mot-événement", proposé par l'analyste de discours, Sophie Moirand (2007, 2014), si utile à la compréhension de ce que Seixas et Nascimento (2021) désignent comme un "énoncé-matrice", demande à être pris en considération dans l'étude du hashtag.

Selon l'auteure, "certains mots 'éveillent' le rappel d'un fait ou d'un événement. Il y a donc bien au préalable stockage dans la mémoire sémantique (dite parfois encyclopédique) du mot et de ce qu'il évoque" (MOIRAND, 2007, p. 9, § 32). Ainsi, Moirand (2007, 2014) a déjà beaucoup travaillé sur la question de la construction et reconstruction d'un événement au travers de la nomination, la catégorisation et d'autres phénomènes sémantiques et discursifs dans les médias.

La notion d'événement dans cet article est aussi d'ailleurs tributaire de l'analyste de discours. Moirand – qui, à son tour, est elle-même influencée par le sociologue de la cognition, Louis Quéré – affirme que "l'évènement ce n'est pas seulement 'ce qui arrive', mais c'est aussi comment on le raconte lorsqu'il est 'saisi' par le discours et la communication, et qu'on oriente alors son récit vers l'avenir autant que vers le passé" (MOIRAND, 2014, p. 09, §34). Elle affirme encore que

cela se manifeste jusque dans les 'trajets sémantiques' que suivent les dires sur l'évènement, à travers les acteurs, leurs actes, leurs actions et leurs dires, et lorsqu'ils passent d'un énonciateur à un autre, et que ces trajets sémantiques témoignent de l'évènementialisation d'un fait du monde à travers les échos mémoriels qui ricochent d'une formation discursive à une autre (MOIRAND, 2014, p. 9).

L'idée des "trajets sémantiques" dont parle Moirand (2014) dévoile que les mots rassemblent en eux non seulement leur sens originel, mais aussi leurs changements de sens, leurs divers usages par les sujets au fil de l'histoire. Ayant une mémoire qui voyage entre différentes appropriations axiologiques, ces mots disposent de pouvoir pour (re)configurer les sens d'un événement mis en discours. Il s'agit alors d'un phénomène politique par nature, c'est-à-dire qu'au-delà d'une simple fonction nominale, ces mots-événements "véhiculent des représentations, voire des émotions, liées à des connaissances, à des faits et à des savoirs plutôt qu'à des dires" (MOIRAND, 2007, p. 9, §34). Ils sont, pour ainsi dire, des qualifications et des catégorisations qui jouent elles-mêmes un rôle fondamental dans la propre construction d'une réalité sociale.

De façon très nette, Moirand (2014), au sein d'une perspective constructiviste du discours, met en relief les fonctions narratives et persuasives de la rhétorique, dans la mesure où tout événement ne devient objet de compréhension des individus qu'à travers leur mise en discours. C'est précisément dans le passage du "fait" au

discours que les valeurs, les idéologies, les intérêts pragmatiques etc., commencent aussi à agir et à conditionner le biais d'interprétation. En bref, dans le cadre du discours social, un fait n'est pas raconté au hasard, comme si celui-là était transparent, comme s'il était dépourvu d'idéologies, mais aussi pour argumenter sur les "vraies" manières de le raconter au détriment des autres. Cela se passe, par exemple, dans le Tweet T2 ci-dessous:



Source: Twitter

Dans le Tweet 2, la qualification de l'adversaire comme "communiste" est apportée par l'utilisateur comme un "argument" assez fort pour son élimination. On verra que cette qualification est un mot "fourre-tout", couvrant un large éventail de mauvaises qualités attribuées, selon ce groupe, aux fonctionnaires supposément partisans de la gauche et supporteurs des mesures scientifiques de combat à la pandémie.

La polémique à propos de l'origine du Coronavirus, au moins à travers ces tweets qui circulent sur les réseaux socionumériques, permet de percevoir alors ce phénomène à partir des mémoires qui sont évoquées par l'utilisation, dans le discours, du mot "communiste", et parfois aussi le mot "Chinois", pour qualifier le virus. Or, il est tout à fait vrai que l'origine géographique de la pandémie (la Chine), du moins en ce qui concerne les évidences, n'est pas contestée et ne semble pas être motif de discussion, mais la manière dont l'origine de la pandémie est appréhendée par une grande partie de l'extrême droite, au Brésil et dans le monde, prend des contours xénophobes et, surtout, idéologiques, évoquant des positions vis-à-vis du

¹⁵ T2: "Félicitations au président Bolsonaro pour avoir offert son aide dans cette attaque de #viruscommuniste et j'espère que vous exigez que votre équipe gouvernementale y travaille également. Il faut faire le ménage parmi les fonctionnaires, éliminer les communistes".

régime politique chinois. En affirmant qu'un virus est "communiste", par exemple, le mot "communiste" évoque une mémoire antérieure au moment énonciatif en question, déclenchant de nouveaux sens à l'émergence du discours à chaque nouvelle énonciation.

La mémoire du communisme au Brésil – et même plus largement en Amérique Latine – est en effet de nature polémique. Il y a là un certain nombre de questions politiques et conceptuelles impliquées. Néanmoins, on considère qu'il suffit de penser que l'idée de communisme fonctionne, pour l'extrême droite au Brésil, comme une sorte de "stratégie de l'épouvantail", c'est-à-dire comme une manière de stéréotyper l'argument de l'adversaire afin de le disqualifier (CAVENDER; KAHANE, 2010). Amossy (2014), en s'appuyant sur ce qui défend Kerbrat-Orecchioni (1985), souligne d'ailleurs que la disqualification est une stratégie rhétorique très courante dans les polémiques politiques, dans la mesure où ce discours attaque une cible, visant à discréditer à la fois sa personne (se rapprochant, en ce sens, de l'argument *ad hominem*) et l'argument qu'il tente de soutenir.

De manière générale, l'idée du communisme qui est évoquée ici est celle d'un régime sanguinaire qui aurait pour objectif impérialiste de "dominer le monde", reprenant ses prétendues valeurs, comme celle de "mettre fin à la famille", "en finir avec la liberté des individus", "en finir avec les valeurs conservatrices de la société brésilienne", etc. Ce groupe idéologique ne se demande pas, bien sûr, si les défenseurs des protocoles sanitaires vaccinaux sont ou non des communistes *de facto*. Il n'y a pas d'espace pour de grands questionnements dans les idéologies, car c'est le propre de l'idéologie de considérer ce qui est une question comme étant hors de question (MEYER, 1992).

Starling (2019) affirme que l'origine de l'imaginaire anticommuniste remonte probablement aux soulèvements frustrés de 1935, connus sous le nom d'"Intentona Comunista", dont la

combinaison de censure, de répression et de propagande déclenchée par Getúlio Vargas a produit une tempête idéologique qui a associé les agissements des communistes au scandale du mal, a répandu la terreur au cœur de la population catholique, a menacé la respectabilité des classes moyennes et riches et a consolidé un imaginaire anticommuniste qui accompagnerait comme fantasmagorie l'histoire politique du pays. (STARLING, 2019, p. 350 [traduction libre]).

De même, Abranches (2021, p. 30) souligne que "l'utilisation de termes tels que 'danger rouge' et 'menace communiste' par les groupes pro-Bolsonaro nous ramène à la guerre froide, dans les années 1960". L'argument de "l'anticommunisme" était d'ailleurs la principale raison avancée par les militaires pour prendre le pouvoir en

1964, instaurant la dictature militaire qui mettra vingt et un ans à se terminer. Au cours de l'histoire de la redémocratisation, avec le renforcement progressif de la gauche au Brésil, cet argument est réapparu comme l'une des principales raisons défendues par l'extrême droite pour plaider la nécessité d'un retour à la dictature ou, du moins, la reprise du pouvoir par la droite conservatrice. Dans la période gouvernée par l'aile progressiste, par le Parti des Travailleurs (PT), l'anticommunisme prend la forme d'un "antipetismo", qui s'étend à un "anti-gauchisme". Ce mouvement met à jour les mêmes stratégies argumentatives utilisées comme des "armes" dans cette guerre symbolique, afin de maintenir vive la polémique entre progressistes et conservateurs dans le pays, encore aujourd'hui.

En ce sens, il y a une mémoire du communisme évoquée pour faire émerger de nouveau la valeur de "l'anticommunisme": c'est-à-dire, le communisme doit être combattu à tout prix. Angenot (2012) souligne à cet effet l'existence des logiques idéologiques qui réapparaissent toujours comme des arguments nourrissant des polémiques sans fin. Ces arguments, ou leur ensemble, il les appelle "arsenaux argumentatifs". Dans l'exemple qui nous occupe, la métaphore de la guerre semble sans équivoque, elle renvoie à l'intense "guerre symbolique" développée par les polémiques politiques. Ces polémiques du passé sont mises à jour chaque fois qu'un individu prend la parole pour reproduire de tels discours dans l'espace public, ce qui signifie qu'en plus de la répétition, de tels usages argumentatifs sont d'incessantes reconstructions et reconfigurations de sens, dans une tentative de donner de nouvelles tonalités et de nouveaux souffles aux récits existants.

Dans tout cela, deux logiques argumentatives sont présentées de manière suffisamment standardisée pour qu'on puisse affirmer qu'elles sont des schémas argumentatifs de base pour ce côté de la polémique, à savoir la "pensée conspiratoire" et la "logique de la causalité diabolique". Selon Angenot (2008), ces deux logiques apparaissent souvent ensemble et il s'avère difficile de les discerner. La pensée conspiratoire concerne, selon lui, "la 'paranoïa' du persécuté-persécuteur", autrement dit la pensée qui tourne toujours autour d'une éventuelle menace, qu'il faut combattre sous peine de dommages et intérêts graves, voire irréversibles, pour le groupe. Appelée aussi la "logique du complot" ou "la logique complotiste", la pensée conspiratoire souligne une série d'événements désagréables qui doivent être identifiés, dévoilés par les "éclairés". Or, c'est précisément sur ce point que la logique complotiste rencontre la logique de la causalité diabolique, puisque toute conspiration prévoit l'existence du versant diabolique qui tente d'imposer ses plans terribles au monde: "la 'diabolisation' de l'adversaire et de ses idées, la création d'un adversaire

diabolique faisant le mal pour le mal [compris, même, comme la source de tout mal], et qu’il importe d’anéantir” (ANGENOT, 2008, p. 336).

De ce point de vue, l’anticommunisme, pour ainsi dire, l’affirme Starling (2019, p. 351), est manipulé “actuellement dans le pays afin de mobiliser divers préjugés moraux et politiques dans différents groupes sociaux. Son contenu est vide: il sert à nommer et à disqualifier génériquement et littéralement l’adversaire – peu importe qui il est”. Ce discours apparaît dans le tweet ci-dessous (Tweet 3) comme un point de départ de la polémique:



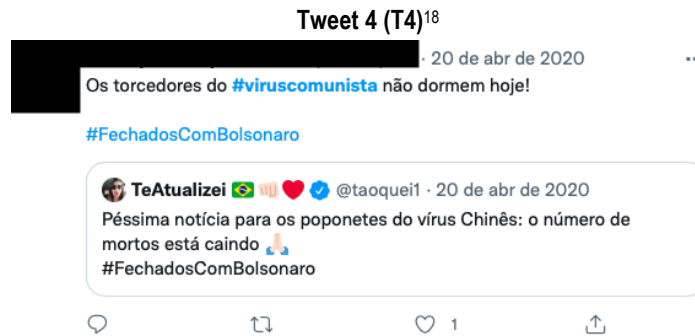
Source: Twitter

Dans cet exemple, on voit que l’utilisateur évoque, une fois de plus, la voix de l’autre pour le disqualifier. En outre, joint au tweet, l’utilisateur publie un phototexte avec la phrase: “La meilleure propagande communiste est de laisser parler un communiste”. Il y a ici une claire idée de mépris, comme si le “communiste” était ignorant et donc qu’il lui suffirait de parler pour faire apparaître son ignorance. Il s’agit d’une réponse au journaliste Noblat, qui a critiqué la politique du gouvernement de défendre l’usage aveugle de médicaments sans preuve d’efficacité.

La même stratégie de disqualification apparaît une fois de plus dans le Tweet 4, ci-dessous, dans lequel l’utilisateur lance une accusation: “les supporters du #viruscomunista ne dorment pas aujourd’hui”. Cette accusation a lieu comme une réponse, en concordance à un autre tweet d’un autre utilisateur: “mauvaise nouvelle pour les fans du virus chinois: le nombre de morts est en baisse”. Une fois de plus, l’argument tourne autour de l’idée que les “communistes” veulent le pire pour le

¹⁶ T3: “Pour vous c’est un échec. Ce que vous vouliez vraiment c’est de rapporter 800 décès par jour, n’est-ce pas ? Continuez à attendre cela, continuez à parler de la merde, Noblat, et nous continuerons dans la lutte contre le #VirusCommuniste”.

pays et veulent plus de morts juste pour pouvoir critiquer le gouvernement, discours qui semble être compris comme une sorte de conclusion dans le hashtag #FechadosComBolsonaro¹⁷.



En effet, en se réclamant de l'idée d'un virus "communiste" et "chinois", ces internautes veulent potentiellement disqualifier d'emblée la véracité du virus, plus précisément son réel potentiel de virulence et son indice de mortalité, évoquant, en arrière-plan, l'idée qu'il s'agit, encore une fois, d'une stratégie prédatrice et complotiste des "chinois communistes" [logique complotiste]. L'acte xénophobe serait ainsi un acte métonymique, par lequel les Chinois sont pris comme représentants du communisme et, par conséquent, comme ceux qu'il faut combattre et non le virus lui-même. En disant que la Chine "produit" le virus, l'utilisateur veut prétendre que la pandémie était une création délibérée de la Chine et que les communistes seraient tous alignés dans l'orchestration de cette grande conspiration, comme l'on voit dans T5 et T6:



¹⁷ En français, "D'accordAvecBolsonaro".

¹⁸ T4: "Les supporters du #viruscomunista ne dorment pas cette nuit ! #FechadosComBolsonaro".

¹⁹ T5: "C'est vrai #VirusChines, en plus d'être chinois, c'est #VirusComunista".

Tweet 6 (T6)²⁰

Source: Twitter

Il est donc important de souligner que de tels hashtags incarnent, chaque fois qu'ils sont utilisés dans les interactions politiques numériques, toute une série d'autres actes polémiques (NASCIMENTO, 2018), lesquels constituent, dans le fil interdiscursif et mémoriel de l'histoire des polémiques, les sens de l'événement polémique *origine de la pandémie par le Coronavirus*. Autrement dit, ces actes sont historiquement constitués et fréquemment mis à jour dans chaque nouveau moment d'énonciation. C'est précisément en ce sens qu'un condensé d'événement polémique, à savoir le #VirusComunista, et tout le cadre mémoriel qu'il évoque, nourrit les interactions numériques, comme des maillons dans la chaîne d'autres technoénoncés, de l'interdiscours et du sens historiquement institué.

Conclusion

Dans cet article, on a considéré au regard des diverses fonctions et affordances communicationnelles des hashtags, que de tels technomots ont des fonctions polémiques importantes, à la fois comme étiquettes de qualification polémique, mais aussi et surtout, comme déclencheurs de condensation événementielle. En fait, il ne s'agissait pas, notons-le, d'une analyse approfondie de la polémique sur l'origine de la pandémie de Coronavirus, mais plutôt d'une réflexion sur le rôle important que

²⁰ T6: "La dictature chinoise produit le virus chinois et le propage dans le monde, et fait subir au Brésil une perte économique, et le Brésil doit acheter le vaccin. La Chine communiste a dû faire don de vaccins, pour son irresponsabilité envers les peuples du monde".

jouent de tels hashtags dans le fonctionnement de la polémique et dans la circulation de tels discours dans l'espace public numérique.

Les hashtags sont, dans ce contexte, des marqueurs topiques qui permettent d'identifier la qualité des arguments présentés dans un tweet donné par des regroupements autour de thématiques précises. En d'autres termes, il devient possible de suivre les discours tagués par un hashtag particulier et d'analyser les types d'arguments qui y sont présentés, ainsi que le fonctionnement argumentatif – et proprement polémique – des hashtags dans leur mode de circulation dans ces espaces.

Il appartient à l'analyste du discours argumentatif, dans cette perspective, de penser au-delà de l'environnement numérique, technologique, au-delà de l'écologie discursive (des points très importants, bien sûr), mais aussi aux logiques argumentatives de la *doxa* qui ricochent dans la discursivité. Si le sens est une construction complexe, multimodale, traversé par contraintes de différentes natures (sémiotique, éthique, discursive, cognitive etc.), il est certes impossible de nier le rôle de l'histoire et de l'interdiscours dans sa configuration, le rôle des mémoires qui y résonnent, allant et venant, dans la chaîne des sens historiquement constitués et constitutifs.

Pour conclure, il faut également remarquer que ces événements, une fois saisis par la communication, présentent très souvent le monde sous une forme jugée de manière biaisée, car chacun tend à souligner ce qui importe à sa façon de voir le monde et à effacer ce qui ne l'intéresse pas. Au bout du compte, il ne faut pas oublier que le discours argumentatif, ainsi que le discours de manière générale, est toujours ancré dans des valeurs et des idéologies et, même si on vit un nouveau moment, numérique, toutes ces problématiques méritent encore d'être soulignées; elles méritent d'être étudiées surtout pour la manière très spécifique dont elles se produisent dans ce nouveau contexte.

Références

ABRANCHES, Sérgio. Polarização radicalizada e ruptura eleitoral. In: **Democracia em risco?** 22 ensaios sobre o Brasil hoje. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

AMOSSY, Ruth. **Apologie de la polémique**. Paris: Presses Universitaires de France, 2014.
DOI: <https://doi.org/10.3917/puf.amos.2014.01>.

AMOSSY, Ruth. **L'argumentation dans le discours**. 3^e éd. Paris: Armand Colin, 2010.

- ANGENOT, Marc. **Dialogues de sourds**: traité de rhétorique antilogique. Paris: Mille et Une Nuits, 2008.
- ANGENOT, Marc. La notion d'arsenal argumentatif – l'inventivité rhétorique dans l'histoire. **Rétor**, Buenos Aires, v. 2, n. 1, p. 1-36, 2012.
- ANGENOT, Marc. La rhétorique de la qualification et les controverses d'étiquetage. **Argumentation et Analyse du Discours**, n. 13, p. 1-36, 2012.
- CAVENDER, Nancy; KAHANE, Howard. **Logic and contemporary rhetoric**: the use of reason in everyday life. 11th edition. Belmont-USA: Wadsworth, 2010.
- DANBLON, Emmanuelle. **L'homme rhétorique**. Paris: Les Éditions du CERF, 2013.
- DUTRA, Deo. C.; OLIVEIRA, Eduardo. Ciberdemocracia: a internet como ágora digital. **Revista Direitos Humanos e Democracia**, Passo Fundo, v. 6, n. 11, p. 134-166, 2018. DOI: <https://doi.org/10.21527/2317-5389.2018.11.134-166>.
- KRIEG-PLANQUE, Alice. **A noção de “fórmula” em análise do discurso**: quadro teórico e metodológico. São Paulo: Parábola, 2010.
- KRIEG-PLANQUE, Alice. As pequenas frases: um objeto para a análise dos discursos políticos e midiáticos. In: BARONAS, Roberto L. et al. (orgs.). **Pequenas frases na política brasileira, francesa e anglo-saxônica**: abordagens discursivas. Campinas: Pontes, 2016.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.
- HUSSON, Anne-C. Les hashtags militants, des mots-arguments. **Fragmentum**, Santa Maria, n. 48, 2016. DOI: <https://doi.org/10.5902/fragmentum.voi48.23295>.
- HUSSON, Anne-C. Les mots agonistiques des nouveaux discours féministes: l'exemple de *grossophobie* et *cissexisme*. **Argumentation et Analyse du Discours**, n. 18, p. 1-25, 2017.
- MEYER, Michel. **Langage et littérature**. Paris: PUF, 1992.
- MOIRAND, Sophie. Discours, mémoires et contextes: à propos du fonctionnement de l'allusion dans la presse, **Corela: Cognition, Représentation, Langage**, Poitiers, n. 1, p. 1-25, 2007. DOI: <https://doi.org/10.4000/corela.1567>
- MOIRAND, Sophie. L'événement “saisi” par la langue et la communication. **Cahiers de Praxématique**, Montpellier, n. 63, p. 1-25, 2014. DOI: <https://doi.org/10.4000/praxematique.2362>.
- MONNIER, Angeliki; SEOANE, Annabelle; LEROUX, Pierre. Discours de haine dans les réseaux sociaux numériques. **Mots, les langages du politique**, Lyon, n. 125, p. 9-14, 2021.
- NASCIMENTO, Lucas S. **Análise dialógica da argumentação**: a polêmica entre afetivossexuais reformistas e cristãos tradicionalistas no espaço político. 2018. Tese (Doutorado em Língua e Cultura) – Instituto de Letras, Programa de Pós-Graduação em Língua e Cultura, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018.
- PAVEAU, Marie-Anne. **L'analyse du discours numérique**: dictionnaire des formes et des pratiques. Paris: Hermann, 2017.
- PAVEAU, Marie-Anne. **Les prédiscours**. Sens, mémoire cognition. Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, 2006.

PAVEAU, Marie-Anne. Ce que disent les objets. Sens, affordance, cognition. **Synergies**, Pays Riverains de la Baltique, n. 9, p. 53-65, 2012.

PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. Traduction: Maria Ermantina Galvão. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

PLANTIN, Christian. **Dictionnaire de l'argumentation: une introduction aux études d'argumentation**. Lyon: ENS Édition, 2016.

QUÉRÉ, Louis. L'espace public: de la théorie politique à la métathéorie sociologique, **Quaderni**, Paris, n. 18, p. 75-92, 1992.

SEIXAS, Rodrigo. **Entre a retórica do impeachment e a do golpe: análise do conflito de lógicas argumentativas na doxa política brasileira**. 2019. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) – Faculdade de Letras, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

SEIXAS, Rodrigo; NASCIMENTO, Lucas. Impeachment ou morte: a configuração retórica de um evento polêmico no espaço público digital. **Revista de Estudos da Linguagem**, Belo Horizonte, v. 29, n. 4, p. 2397-2428, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.17851/2237-2083.29.4.2397-2428>.

SIAPERA, E.; MOREO, E; ZHOU, J. **Hate Track: Tracking And Monitoring Racist Speech Online**. Dublin: DCU School of Communications, Institute for Future Media and Journalism (FuJo), Anti-Bullying Centre (ABC), and Insight Centre for Computer Analytics, School of Computing, 2018.

STARLING, Heloisa. O passado que não passou. In: **Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

ZAPPAVIGNA, Michelle. Searchable Talk: The Linguistic Functions of Hashtags. **Social Semiotics**, v. 25, n. 3, p. 1-18, 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/10350330.2014.996948>.