

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE  
SCIENTIFIQUE



UNIVERSITE ABBES LAGHROUR - KHENCHELA -

FACULTE : LETTRES ET LANGUES



DEPARTEMENT : LETTERATURE ET LANGUE FRANCAISE

SPECIALITE : SCIENCES DU LANGUAGE

Thème

**L'ANALYSE DES FORMULES DE  
POLITESSE DANS LES  
CORRESPONDANCES  
ELECTRONIQUES**

MÈMOIRE PRESENTEE AU DEPARTEMENT DE LETTURATURE ET  
LANGUE FRANCAISE POUR L'OBTENTION DU DIPLOME DE MASTER

Présenté par :

ABBOUDI NASSIMA

Dirigé par :

M. BEROUEL. K

facebook®

Promotion : 2015 / 2016





*Dédicace*

*Je dédie ce travail*

*\*A ma très chère mère BAHIA\**

*Affable, honorable, aimable : Tu représentes pour moi le symbole de la bonté par excellence, la source de tendresse et l'exemple du dévouement qui n'a pas cessé de m'encourager et de prier pour moi.*

*\*A l'âme de mon père MOHAMED\**

*Aucune dédicace ne saurait exprimer l'amour, l'estime, le dévouement et le respect que j'ai toujours eu pour vous.*

*Je vous dédie aujourd'hui ma réussite. Que Dieu, le miséricordieux, vous accueille dans son éternel paradis.*

*Je dédie ce travail aussi*

*\*A\**

*Mon marie*

*Pour m'avoir appris la tolérance et la curiosité*

*Que Dieu vous garde et vous protège*



*\*A\**

*A mes deux petites garçons Ayhem et Dissou*

*\*A\**

*Mes chères sœurs LINDA et CHAHRA*

*Pour leurs encouragements et leur amour, ses forces et ses joies de vivre*

*\*A\**

*Ma fleur rouge qui ne sera jamais fanée SOFIE*

*\*A\**

*Mes chaires qui viennent loin de nos yeux mais près de notre cœur*

*\*A\**

*Tous les membres de ma famille*



## **REMERCIEMENTS**

***Merci à Dieu le tout puissant de m'avoir donné le privilège et la chance d'étudier et de suivre le chemin de la science.***


***Il me semble très difficile d'exprimer sur ces deux pages ma gratitude à toutes les personnes qui ont participé au bon déroulement et l'aboutissement de mon travail de thèse.***

***Voici une petite liste de ces personnes en sachant qu'il en existe d'autres qui restent cachés derrière chaque mot de ce travail.***

***Je remercie tout particulièrement Mr. BEROUEL.K, pour la qualité de son encadrement et sa clairvoyance, qui m'a orienté, conseillé, encouragé, il a joué un rôle primordial dans la progression et l'aboutissement de mon travail.***

***Je tiens à exprimer ma sincère gratitude et mes remerciements à ma belle fleur  
POLLYANA***

***Elle a suivie mon travail de façon attentive, elle a montrée une disponibilité entière pour le bon déroulement de mon travail, ses encouragements chaleureux et ses suggestions m'ont été très fructueuses.***



*Bien évidemment, je tiens à mentionner mes sœurs avec qui j'ai partagé des plus beaux moments avec eux.*

*Et bien entendu merci à ma famille pour m'avoir toujours soutenu.*

*Enfin, tous mes remerciements vont à ceux qui, de près ou de loin, m'ont apporté leur aide, et spécialement à ceux qui sont dissimulés dans les mots ce manuscrit et qui restent présents dans mes pensées.*

*Afin de n'oublier personne (amis, membre de la famille et tous ceux qui nous sont chers) nous utiliserons la formule :*

*« Merci à..... »*

## **SOMMAIRE**

**LISTES DES FIGURES**

**LISTE DES TABLEAUX**

**INTRODUCTION.....**

### **PREMIERE PARTIE : REVUE BIBLIOGRAPHIQUE**

#### **CHAPITRE I : LES CORRESPONDANCES ELECTRONIQUES**

**INTRODUCTION.....**

**LES CORRESPONDANCES ELECTRONIQUES.....**

**I.1. Définition du courrier électronique.....**

**I.2. Les types des courriers électroniques.....**

**I.3. Les avantages et les inconvénients des courriers électroniques.....**

**I.3.1. Avantages .....**

**I.3.2. Inconvénients.....**

**I.4. La démarche des courriers électroniques.....**

**I.4.1. Choisir l'utilisation du courrier électronique à bon escient .....**

**I.4.2. Titrer ses messages .....**

**I.4.3. S'identifier de façon explicite .....**

**I.4.4. Soigner le message .....**

**I.4.5. Formuler les convenances adaptées .....**

**I.4.6. Joindre des messages lisibles .....**

**I.4.7. Envoyer après réflexion .....**

**II. LES RESEAUX SOCIAUX .....**

**II.1. Définition des réseaux sociaux .....**

**II.2. Les réseaux sociaux les plus populaires .....**

**III. LES MEDIAS SOCIAUX.....**

**III.1. Qu'est-ce que c'est les médias sociaux ?.....**

**III.2. Facebook et autres médias sociaux.....**

**III.2.1. Qu'est-ce que Facebook ? .....**

**III.2.2. Les avantages et les inconvénients de Facebook.....**

## **CHAPITRE II : LA POLITESSE ET LA PRAGMATIQUE**

<b>INTRODUCCION.....</b>	.....
<b>I.LA LPOLITESSE.....</b>	.....
<b>I.1. Définition de La politesse .....</b>	.....
<b>I.2. La politesse linguistique.....</b>	.....
<b>I.3. La politesse et la pragmatique .....</b>	.....
<b>I.4. Les manifestations linguistiques de la politesse.....</b>	.....
<b>I.4.1. La politesse positive.....</b>	.....
<b>I.4.2. La politesse négative.....</b>	.....
<b>I.5. Les sections de la politesse.....</b>	.....
<b>I.5.1. La politesse rituelle.....</b>	.....
<b>I.5.2. La politesse stratégique.....</b>	.....

### **DEUXIEME PARTIE : ETUDE DU CORPUS**

#### **CHAPITRE I : PRESENTATION DU CORPUS**

<b>INTRODUCTION</b>	
<b>I.PRESENTATION DE LA DEMARCHE D'ANALYSE.....</b>	.....
<b>I.1. Objectif de l'étude.....</b>	.....
<b>I.2. L'approche d'analyse.....</b>	.....
<b>I.2.1.Définition.....</b>	.....
<b>I.2.2. Les concepts les plus importants de la pragmatique.....</b>	.....
<b>II. METHODES D'ANALYSE.....</b>	.....
<b>II.1. MANIFESTATION DES FORMULES DE POLITESSE.....</b>	.....
<b>II.2. L'INFERENCE.....</b>	.....
<b>II.2.1. Les différents types d'inférences.....</b>	.....
<b>a. L'inférence logique.....</b>	.....
<b>b. L'inférence pragmatique.....</b>	.....
<b>c. L'inférence créative.....</b>	.....

## **CHAPITRE II : PRESENTATION DU CORPUS**

<b>III. LA DEMARCHE.....</b>	
<b>III.1. L'analyse des données du corpus.....</b>	
<b>III.2. L'analyse des inférences.....</b>	
<b>III.3. L'analyse statistique des inférences.....</b>	
<b>IV. PRESENTATION DU CORPUS.....</b>	
<b>IV.1. Qui sont les utilisateurs de facebook ?.....</b>	
<b>IV.2. Le corpus.....</b>	

## **TROISIEME PARTIE : RESULTATS ET DISCUSSIONS**

<b>Résultats.....</b>	
<b>I. Les types d'inférences dans les messages.....</b>	
<b>I.1. Les résultats d'inférences dans les messages.....</b>	
<b>I.2. Représentation graphique.....</b>	
<b>II. Les fréquences des mots.....</b>	
<b>II.1. Représentation graphique.....</b>	
<b>CONCLUSION .....</b>	

**ANNEXES**

**REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES**

## **LISTES DES FIGURES**

- Figure n° 01 : Les réseaux sociaux mondiaux.....*
- Figure n° 02 : Schéma de La pragmatique .....*
- Figure n° 03 : l'inférence des manifestations de la politesse dans les messages électronique*
- Figure n° 04 : Nombre d'utilisateurs actifs des réseaux sociaux .....*
- Figure n°05 : Top 10 des réseaux sociaux en 2015 | Create infographics.....*
- Figure n° 06 : Types d'inférences.....*
- Figure n°07 : Fréquences des mots .....*

## **LISTE DES TABLEAUX**

- Tableau n° 01: Les principaux types de services de courrier électronique.....*
- Tableau n° 02 : Les médias sociaux*
- Tableau n° 03 : Fiche d'identité du facebook .....*
- Tableau n° 04 : les maximes de politesse.....*
- Tableau n 05 : Les concepts les plus importants de la pragmatique.....*
- Tableau n 06 : Les données du corpus .....*
- Tableau n 07 : Types d'inférences .....*
- Tableau n 08 : Types d'inférence .....*
- Tableau n 09 : Représentation des résultats d'inférences.....*
- Tableau n 10 : Fréquences des mots.....*

# INTRODUCTION

## INTRODUCTION

---

L'analyse du discours, est l'une des disciplines récentes dans la recherche de nos jours, cette discipline étudie plusieurs typologies discursives (politique, historique...) qui constitue un point de divergence des analyses.

Le courrier électronique est considéré comme une méthode de communication existait avant internet et fut un outil précieux durant la création de celui-ci. Il prit forme en 1965 en tant que moyen de communication entre utilisateur d'ordinateurs à exploitation partagée. Le courriel est un service de transmission de messages envoyés électroniquement via un réseau informatique (principalement l'internet) dans la boîte aux lettres d'un destinataire choisi par l'émetteur.

L'utilisation des différentes cultures aujourd'hui reste mal maîtrisée dans la discussion entre les utilisateurs des courriers électroniques. Elle est basée uniquement sur les connaissances qui, honnêtement et à ce jour reste mal utilisée, et ce qui peut engendrer des effets néfastes sur l'esprit des connecteurs et sur leur logique tels que les phénomènes illogiques qui peuvent affecter à titre d'exemple les connaissances des utilisateurs.

Plusieurs linguistes ont abordés des différentes approches pour analyser le discours (pragmatique, linguistique, sémiotique), et chaque approche détermine et traite les composants linguistiques et iconiques du discours des courriers de manière différente de l'autre.

A cet effet, nous avons choisi l'approche pragmatique comme méthode d'analyse les formules de politesses d'un facebook. A ce titre nous sommes intéressés à étudier et à déterminer six messages, dont on utilise six différents profils.

Les SMS, les mails ainsi que les réseaux sociaux ont envahi notre quotidien, y compris dans les rapports professionnels. Qui ne s'est jamais demandé quelles formules de politesse utiliser lors de l'envoi d'un message privé sur facebook à une entreprise ou un contact professionnel.

## INTRODUCTION

---

Donc, l'objectif de ce travail préliminaire et modeste, est de pouvoir déterminer et d'analyser les formules de politesse que les gens utilisent dans la communication, sur les correspondances électroniques, qui pour notre cas, nous avons choisi le facebook, dans un but de voir s'il y a une mal utilisation sur quelques profils.

A partir de ce qui précède, nous avons posé la problématique suivante :

Quelles sont les formules de politesse les plus utilisées dans les correspondances électroniques, notamment le facebook ?

Pour répondre nous avons proposé les hypothèses suivantes :

- \* Les messages électroniques sont considérés comme une stratégie d'attirer l'attention des utilisateurs surtout sur le facebook et de provoquer le choix d'utiliser un opérateur ou un autre, tout cela par la relation qui existe entre les différentes composantes (pragmatique, logique, créative) des formules de politesses d'un message de facebook.
- \* les messages électroniques se basent sur les différentes formules de politesse utilisées en relation avec l'esprit et la pensée des utilisateurs à partir de leurs discussion.

Cette étude porte sur les principaux points suivant :

- \* L'analyse des données du corpus.
- \* L'analyse des inférences (l'analyse statistique des inférences, la fréquence des mots).

Pour tenter de répondre à cette problématique, ce mémoire s'ouvrira sur une première partie de présentation générale et de synthèse bibliographique nous permettant d'introduire le sujet.

Après une deuxième partie pratique, cette étude s'articulera autour des deux grands axes d'investigation dans lesquels seront détaillés les protocoles mis en œuvre pour mener à bien ces études avant de présenter les résultats obtenus et discutés.

- Le premier axe la démarche et la méthodologie de travail
- Le second axe où nous avons présenté les résultats et les discussions

## INTRODUCTION

---

Enfin, une synthèse des travaux sous forme de conclusion générale viendra clore ce mémoire pour apporter des éléments de réponse à cette problématique de l'utilisation des formules de politesse.

***PREMIERE***

***PARTIE***

**ETUDE**

**BIBLIOGRAPHIQUE**

# *Chapitre I*

## *LES CORRESPONDANCES ELECTRONIQUES*

## INTRODUCTION

La messagerie électronique est l'une des applications d'internet les plus anciennes, les premières messageries électroniques datent des années 60, et le premier protocole de messagerie sur ARPANET a été créé en 1972.

Le courrier électronique permet l'échange de messages par l'entremise d'un ou de plusieurs réseaux de communication. La plupart des services et des logiciels de courrier électronique permettent de joindre aux messages des fichiers contenant du texte, des documents, du son, des images et même des programmes exécutables. Aujourd'hui, l'e-mail est l'application d'Internet la plus populaire et la plus répandue au monde.

Le principe d'utilisation du courrier électronique est relativement simple, c'est ce qui en a rapidement fait le principal service utilisé sur internet. A la manière du service postal classique, il suffit de connaître l'adresse de son expéditeur pour lui faire parvenir un message.

## I. LES CORRESPONDANCES ELECTRONIQUES

### I.1. Définition d'un courrier électronique

Un e-mail ou courriel, est l'équivalent de nos lettres postales, il concerne l'ensemble des messages échangés par le biais d'Internet entre différentes personnes. Pour ce faire, les expéditeurs et les destinataires utilisent des boîtes aux lettres électroniques.

A l'instar du courrier postal, le message électronique comporte l'adresse d'un ou de plusieurs destinataires, un contenu, et des informations plus ou moins techniques pour la transmission du message telles la date, l'heure, l'adresse de l'expéditeur,...

### I.2. Les types des courriers électroniques

Il y a deux types principaux de services de courrier électronique, on peut les citer dans le tableau suivant :

**Tableau n°01 : Les principaux types de services de courrier électronique**

Le premier type	Le second type
<p>Permet à l'abonné d'un fournisseur d'accès à Internet d'expédier et de récupérer des messages avec un logiciel de courrier.</p> <p>Le traitement des messages se fait sur le poste de l'expéditeur.</p>	<p>De service, le courrier Web, est accessible à partir d'un logiciel de navigation qui autorise l'envoi et la réception du courrier par un ordinateur relié à Internet, indépendamment d'un fournisseur d'accès.</p>

Le courrier électronique permet en effet de saisir un maximum d'éléments en un minimum de temps. Il permet donc aussi une lecture condensée de prélèvement d'informations. En entreprise son usage s'ancre dans la réalité sociale, empreinte de subjectivité.

De plus, le courrier électronique permet d'envoyer instantanément un courrier à plusieurs personnes simultanément.

### I.3. Les avantages et les inconvénients des courriers électroniques

Le courrier électronique possède de nombreux **avantages** dont les principaux sont transmis instantanément ou presque, ce qui favorise le bon avancement des dossiers en cours. Il est plus simple de répondre à un courrier électronique qu'à un courrier papier (ni enveloppe, ni adresse, ni déplacement vers une boîte aux lettres, référence automatique du courrier original).

On peut s'adresser simultanément à plusieurs personnes. Les messages peuvent comporter des liens vers de plus amples informations. La normalisation des adresses administratives des écoles permet de les contacter plus facilement.

Sa facilité d'utilisation a engendré son plus grand **inconvénient** : utilisation à tort et à travers et surcharge des boîtes aux lettres par des messages publicitaires et indésirables. Il est impératif de vider régulièrement sa boîte aux lettres car elle utilise des ressources de stockage (disque) sur le serveur et souvent des quotas sont attribués. Les virus par mail sont monnaie courante, voici que c'est votre boîte aux lettres électronique qui récolte les tracts et les pubs. L'e-mail favorise la diffusion extrêmement rapide de fausses informations. Autrefois limités à de fausses alertes aux virus.

### I.4. La démarche des courriers électroniques

On a sept règles d'or pour faire une démarche d'un courrier électronique :

#### I.4.1. Choisir l'utilisation du courrier électronique à bon escient :

- Conserver le réflexe du courrier traditionnel (éventuellement joint) en cas de nécessité de  
« Formalisation »,
- Adapter le ton et la forme au degré de proximité du destinataire,
- Eviter les envois à une multitude de destinataires (maximum 3 à 4), préférer des courriels sélectionnés ou plusieurs envois.

**I.4.2. Titrer ses messages :**

- Préciser clairement et de façon concise l'objet du message,
- Un seul sujet par courrier,
- Ne pas utiliser la fonction « répondre à » pour un sujet sans rapport avec le message initial,
- Attention: « Répondre à tous » inonde les boîtes de tous les destinataires initiaux,
- Eviter la répétition des échanges successifs.

**I.4.3. S'identifier de façon explicite :**

- Configurer son application pour que son identité apparaisse clairement dans le champ «De:».
- Eviter les identifications de type « Ce.0730075G »...surtout si le message ne comporte pas de signature,
- N'utiliser que les adresses professionnelles de type « Prénom.Nom@ac-grenoble.fr » ou « [Ce.0730000G@acgrenoble. fr](mailto:Ce.0730000G@acgrenoble.fr) »,
- Signer son courrier – Possibilité de créer diverses signatures à insertion automatique.

**I.4.4. Soigner le message :**

- Organiser le texte (une seule idée par paragraphe),
- Veiller à une syntaxe compréhensible et à une ponctuation adaptée,
- Exclure les courriels trop longs (maximum une quinzaine de lignes – préférer un courrier « papier » si nécessaire),
- Eviter les mots en majuscules qui s'assimilent à un « cri » dans un propos oral,
- S'assurer d'une orthographe correcte (relecture, dictionnaire automatique).

**I.4.5. Formuler les convenances adaptées :**

- Formuler l'introduction selon le degré de proximité (Salut Jo, Bonsoir, Cher Daniel, Madame l'Inspectrice, Monsieur le Maire...),
- Utiliser une conclusion adaptée au courriel (bien que ce support demande moins de déférence qu'un courrier papier),

**Exemple :** Cordialement, Je vous souhaite bonne réception de ce courriel, Je vous adresse mes salutations respectueuses...

- Ne pas exiger de réponse de la part d'un supérieur hiérarchique,

- Attention aux formules « toutes faites » dont on perd le sens initial. ( « Dans l'attente de votre réponse... » - Préférer « Vous remerciant de m'indiquer la démarche à suivre »).

#### **I.4.6. Joindre des messages lisibles :**

- Limiter le nombre de pièces jointes,
- Les nommer de façon explicite,
- Utiliser des formats lisibles par tous en évitant la dernière version de l'application bureautique,
- Si on vous demande de renseigner un fichier, respecter son format initial,
  - Attention si un fichier a été ouvert avec une version plus récente que le document initial et qu'il doit être renvoyé, conserver le format de départ pour qu'il puisse être lu.

#### **I.4.7. Envoyer après réflexion :**

- Éviter le [CLIC] trop rapide qui fait regretter pendant trois jours cette précipitation,
- Vérifier la présence de l'éventuelle pièce jointe annoncée,
- Relire pour corriger tout ce qui se rapporte à l'orthographe et la grammaire,
- Ne transférer que des courriels qui ont un intérêt réel pour chaque destinataire.

## **II. LES RESEAUX SOCIAUX**

Depuis quelques années sur Internet, on observe un véritable phénomène. Les réseaux sociaux ont su se développer pour toucher à travers le monde des millions de gens. L'Internet ne se limite plus aux universités, aux industries et aux gouvernements.

Aujourd'hui tout le monde l'utilise, car chaque particulier peut maintenant se joindre au réseau.

L'Internet permet d'échanger les informations en toute liberté. En même temps, on observe le développement dynamique des réseaux sociaux qui deviennent plus populaires et plus utilisés. En conséquence les entreprises introduisent les nouveaux outils de la promotion en profitant des avantages donnés par les nouvelles technologies.

Les internautes les utilisent pour créer l'espace personnel où partager avec les amis – réels ou virtuels – leur quotidien, leurs photos, leurs centres d'intérêt, mais aussi pour discuter, jouer ou faire de nouvelles rencontres. Les réseaux sociaux sont devenus aussi un nouveau moyen de promotion pour les entreprises.

Un réseau social désigne un ensemble de personnes réunies par un lien social. À la fin des années 1990, des réseaux sociaux sont apparus sur Internet, réunissant des personnes via des services d'échanges personnalisés. Un réseau social représente une structure sociale dynamique se modélisant par des sommets. Les sommets désignent des gens et/ou des organisations et sont reliés entre eux par des interactions sociales. La théorie de la diffusion des innovations explore les réseaux sociaux et leur rôle pour influencer la diffusion de nouvelles idées et pratiques.

## II.1. Définition des réseaux sociaux

Aujourd'hui, pratiquement tous les gens développent leur communication grâce aux réseaux sociaux. On appelle réseau social, une communauté d'individus reliés entre eux, selon les cas, par : des origines, des centres d'intérêts, des besoins, des points de vue... proches ou similaires.

Dans un sens plus large, l'expression « réseau social » ou « réseau communautaire », renvoie à la l'ensemble des interactions mis en place a l'intérieur d'une de ces communautés.

D'une approche marketing, le terme de réseaux sociaux désigne l'ensemble des sites internet permettant de se constituer un réseau d'amis ou de connaissances professionnelles et fournissant à leurs membres des outils et interfaces d'interactions, de présentation et de communication.

## II.2. Les réseaux sociaux les plus populaires

- **Facebook** : réseau social de référence pour discuter, partager, jouer, communiquer. Facebook est un réseau social créé en 2004. Au départ, ce réseau social a été conçu comme un outil à l'usage des étudiants. Rapidement

facebook s'est par la suite ouvert à certaines entreprises, puis à toute personne désirant s'inscrire.

Aujourd'hui plus d'un demi-milliard d'internautes l'utilisent, ce qui en fait l'un des principaux réseaux sociaux au monde.

- **Twitter** : microblog et réseau social permettant de créer l'espace personnel et communiquer avec d'autres internautes.
- **YouTube** : peut également être considéré partiellement comme un réseau social dans la mesure où le service a développé des outils d'interactions entre ses membres.
- **Google+** : réseau social créé par Google permettant de créer la page personnelle et de communiquer avec les amis. Il donne la possibilité de créer facilement des groupes séparés d'amis et de connaissances; de partager des adresses de pages web.
- **MySpace** : réseau permettant de créer l'espace personnel et communiquer avec d'autres internautes.
- **LinkedIn** : réseau professionnel de référence dans le monde permettant de promouvoir ses compétences et ses relations.
- **Friendster** : site communautaire permettant de s'organiser en réseaux d'amis et de partager des photos et vidéos, rencontrer de nouvelles personnes, etc.
- **Hi5** : réseau social tourné vers les jeux sociaux en ligne.
- **Skyrock** : réseau français permettant de créer des blogs et discuter en ligne avec des amis.
- **Nk** : réseau polonais permettant de s'organiser en réseaux d'amis, de partager des photos ou discuter en ligne.

### III. LES MEDIAS SOCIAUX

Les médias sociaux nous offrent l'opportunité de communiquer avec le monde entier où l'information circule rapidement et est accessible instantanément. En tant que maison d'enseignement ouverte sur le monde.

Ils présentent des avantages intéressants pour rester en contact avec d'autres personnes, s'informer, partager des connaissances, développer des communautés, partager des photos ou des vidéos, diffuser des documents, développer des relations d'affaires, trouver des emplois ou recruter, faire la diffusion et la promotion d'événements.

Cependant, une utilisation inappropriée de ces espaces peut comporter des pièges. Ces pièges peuvent être évités grâce à une utilisation sécuritaire et responsable des médias sociaux.

#### III.1. Qu'est-ce que c'est les médias sociaux ?

Les médias sociaux sont des sites Internet ou des applications qui permettent à leurs utilisateurs de communiquer entre eux et de partager de l'information et du contenu numérique. Les médias sociaux les plus connus dans le monde sont résumés dans le tableau ci-dessus :

Tableau n° 02 : Les médias sociaux

Les médias sociaux	Les sites de réseautage	Les sites de partage de vidéos et de photos	Les blogues personnels et les sites de micro-blogage	Les encyclopédies en ligne
Exemples	Facebook, Foursquare, MySpace et LinkedIn	Flickr, Picasa et Youtube	Twitter et Skyblog	Wikipedia et Sidewiki

### III.2. Facebook et autres médias sociaux

Quand on pense médias sociaux, on pense spontanément à Facebook. Si ce dernier était un pays, son milliard d'utilisateurs actifs en ferait la troisième nation la plus peuplée au monde.

#### III.2.1. Qu'est-ce que Facebook ?

Facebook est un réseau social sur Internet permettant à toute personne possédant un compte de créer son profil et d'y publier des informations, dont elle peut contrôler la visibilité par les autres personnes possédant ou non un compte.

L'usage de ce réseau s'étend du simple partage d'informations d'ordre privé (par le biais de photographies, liens, textes, etc.) à la constitution de pages et de groupes visant à faire connaître des institutions, des entreprises ou des causes variées.

Facebook est le média social le plus utilisé actuellement par les gens, on peut résumer ces caractéristiques dans la fiche d'identité représentée dans le **tableau n°3** des **annexes**.

#### III.2.2. Les avantages et les inconvénients de Facebook

Facebook ou le monstre des réseaux sociaux, c'est le réseau social le plus populaire du monde, mais il possède des avantages comme de nombreux inconvénients. Et voilà les points positifs et les points négatifs.

##### **\*Les avantages :**

- Présence gratuite sur le net : l'inscription et l'utilisation de Facebook sont gratuites. Les informations présentes sur votre profil et vos pages se propagent rapidement et en masse.
- Communauté importante : Facebook fait partie des réseaux les plus fréquentés et les plus dynamiques, d'où l'intérêt de s'y inscrire : plus il y a de membres, plus ils sont actifs et plus les messages concernant votre entreprise auront de portée.

- Indexation par Google : Google indexe les profils et pages des membres Facebook.
- Parler avec des amis, la famille.
- Retrouver des personnes perdues de vue.
- Organiser des manifestations.

**\*Les inconvénients :**

- Sur la vie personnel / professionnel, il est difficile de séparer le réseau personnel du réseau professionnel. Étant donné que c'est votre nom et non celui de votre entreprise qui apparaît dans votre profil, vous serez forcément sollicité par votre entourage non professionnel.
- Les comptes sont souvent piratés.
- Perdre le goût du contact.
- Perdre sa dignité.

## Conclusion

Nous avons essayé dans ce chapitre, de définir les correspondances électroniques, ses principales caractéristiques, et nous avons abordés aussi ses différents types et leur démarche, en deuxième lieu nous avons essayé de faire une autre étude sur les réseaux sociaux les plus populaires et les plus utilisés au monde communicatif.

Finalement nous avons précisé notre étude sur les médias sociaux qui basé beaucoup plus sur l'analyse des formules de politesses dans un message électronique précisément d'un facebook .

Le message électronique est considéré comme un moyen de communication beaucoup utilisé dans notre vie quotidienne surtout pour les gens, nous avons abordé les messages du facebook.

Nous allons passer au deuxième chapitre pour étudier la politesse et sa relation avec la pragmatique.

# *Chapitre II*

## *LA POLITESSE ET LA PRAGMATIQUE*

**INTRODUCTION**

Le dialogue s'ouvre et l'explication de ce qu'est la politesse est très intéressante. Ce sont des règles formelles parfois superflues mais qui correspondent à une nécessité : le savoir-vivre ensemble.

Il faut savoir mettre les formes pour bien vivre en société. La politesse trouve toute sa justification en servant de lien pour une communication plus aisée, entourée de règles convenues et connues.

Mais d'après, **Frédéric Rouvillois** « la politesse ce n'est pas que l'art de bien vivre ensemble, c'est aussi une manière de se distinguer en fonction des classes sociales ».

La politesse apparaît comme un moyen de concilier le désir mutuel de préservation des faces, avec le fait que la plupart des actes de langage sont potentiellement menaçants pour certaines de ces faces.

## I. LA POLITESSE

### I.1. Définition de La politesse

La politesse est un ensemble de procédés que le locuteur met en œuvre pour ménager ou valoriser son partenaire d'interaction; que la politesse est la norme. Les comportements impolis sont "marqués" par rapport aux comportements polis.

La pragmatique, qui se limite souvent à une perspective plus linguistique, la considère comme un ensemble de stratégies conversationnelles permettant de gérer les interactions.

### I.2. La politesse linguistique

La « politesse linguistique » est un domaine de recherche relativement récent, qui met l'accent sur le niveau social de la communication, puisque le langage constitue une forme de relation interpersonnelle, conditionnée par tout un ensemble de facteurs – l'âge, le sexe, la hiérarchie ou la position sociale, le degré de familiarité entre les interlocuteurs ; qui trouvent des manifestations linguistiques concrètes.

Dans ce cadre, la politesse, loin des conceptions classiques sur l'étiquette ou les bonnes manières, est maintenant considéré comme le résultat de la nécessité pour l'être humain de maintenir l'équilibre dans ses relations interpersonnelles. Ses reflets dans l'usage du langage se trouvent dans les stratégies communicatives dont se sert le locuteur pour éviter ou réduire le conflit avec son interlocuteur, lorsque les intérêts des deux parties ne coïncident pas.

D'après **B. Fraser 1990**, la politesse a été conçue comme un « contrat conversationnel », dans lequel les interlocuteurs jouissent de quelques droits, mais sont aussi tenus d'accomplir certaines obligations, subordonnées à des règles linguistiques cependant autonomes et indépendantes de la communication verbale, qui pourrait exister sans elles.

De cette façon, La politesse se manifeste aussi bien dans des formules ritualisées, socialement sanctionnées et fortement conventionnelles, que dans des manifestations individuelles, résultat des capacités créatrices du locuteur, dimension dans laquelle les nouvelles théories sur la politesse mettent l'accent.

Bien que ces dernières années l'étude de ces phénomènes ait suscité un vif intérêt dans la description de nombreuses langues et que des progrès remarquables aient été faits jusqu'à maintenant, ce point n'a pas été suffisamment pris en considération dans l'étude des langues classiques.

### **I.3. La politesse et la pragmatique**

La tradition pragmatique développe diverses notions dont les définitions et délimitations donnent matière à d'amples discussions.

Dans le champ de la pragmatique, la politesse suscite, actuellement, de nombreuses réflexions. Chacune de ces études, selon la perspective qu'elle adopte, met en lumière un des multiples aspects de la problématique. Or, dans la communication, se dessinent, plusieurs dimensions qu'il importe de distinguer, notamment celles du processus de communication, de l'acte de communication, et des différents actes de parole.

La communication se présente comme un processus impliquant plusieurs agents, qui, chacun, posent des actes et se livrent des interprétations à propos des situations et comportements auxquels ils sont confrontés. Toute interprétation comporte en elle-même une part d'indécidabilité incontournable dont les individus sont conscients. Ils utilisent donc des procédures par défaut, qui, dans le cas de l'interprétation d'énoncés, impliquent des opérations de décodage et d'inférence, ainsi que des principes normatifs. Parmi les actes fondamentaux qui interviennent dans la communication, il faut séparer l'acte de communication des actes de parole.

#### **I.4. Les manifestations linguistiques de la politesse**

La politesse concerne seulement les deux catégories, à l'intérieur de chacune desquelles elle aura une polarité opposée :

##### **I.4.1. La politesse positive**

Dans la dimension conviviale, puisque le but du message est, par définition, déférent envers l'allocutaire. Elle est de nature productionniste : elle consiste à effectuer un acte de langage valorisant : cadeau ou compliment.

Les formules de politesse positive se prêtent volontiers à la formulation intensive ("merci mille fois" et jamais "merci un peu").

D'une manière générale, les locuteurs ont tendance à adoucir la formulation des actes menaçants, et à renforcer celle des actes valorisants; à litotiser les énoncés impolis et hyperboliser les énoncés polis ("c'est vraiment délicieux !" mais "c'est un petit peu salé pour mon goût").

##### **I.4.2. La politesse négative**

Dans la dimension compétitive, puisqu'on recherche l'équilibre entre les intérêts du locuteur et les bonnes relations sociales, tout en minimisant la potentielle déconsidération pour le récepteur que l'acte pourrait entraîner. Elle est de nature abstentionniste ou compensatoire: elle consiste à en adoucir la réalisation.

La meilleure façon d'être (négativement) poli, c'est d'éviter de commettre un acte qui, tout en ayant sa place dans l'interaction, risquerait d'être menaçant pour le destinataire (critique, reproche, etc.).

Le « principe de politesse » est donc conçu comme un élément régulateur des relations sociales – dans lesquelles il faut prendre en compte des facteurs comme l'autorité relative entre les interlocuteurs et la distance sociale – et il inclut plusieurs sous-maximes selon la polarité de la politesse en jeu :

Tableau n 4 : les maximes de politesse

Maxime	Politesse négative	Politesse positive
	minimiser	Maximiser
tact	Les bénéfices pour autrui	Les bénéfices pour autrui
générosité	Les bénéfices pour soi	Les bénéfices pour autrui
approbation	La critique de l'autre	L'éloge de l'autre
modestie	L'éloge de soi	L'autocritique
accord	Le désaccord avec les autres	L'accord avec l'autre
sympathie	L'antipathie	La sympathie

Par conséquent, une caractéristique fondamentale de la politesse est son caractère asymétrique, vu que ce qui est poli pour le locuteur peut être considéré impoli pour l'allocataire et vice versa.

### I.5. Les sections de la politesse

Dans ce contexte, la suite de ce travail présente un aperçu général des phénomènes de politesse linguistique en langue latine. Dans cette optique, les manifestations de la politesse sont divisées en deux sections : la politesse rituelle et la politesse stratégique

#### I.5.1. La politesse rituelle

La politesse rituelle comprend un ensemble de règles fixes, culturellement motivées et socialement sanctionnées. Dans les rituels conversationnels, comme le sont les salutations, les remerciements, les félicitations ou les compliments, la politesse est obligée pour la norme sociale et, par conséquent, ne peut pas être nécessairement considérée comme une manifestation des buts argumentatifs, c'est-à-dire qu'elle ne cherche pas d'objectifs concrets, au-delà du maintien et du bon fonctionnement des relations sociales ; compte tenu du fait que ces actes de parole peuvent assumer des fonctions contextuelles additionnelles

Les routines énonciatives ou routines linguistiques conventionnelles à la disposition des locuteurs dans chaque langue sont des outils fréquemment employés pour manier des relations sociales (**cf. F. Coulmas 1979**) et éviter le conflit résultant de leur transgression.

### **I.5.2. La politesse stratégique**

Sous la dénomination de « politesse stratégique » on inclut divers procédés communicatifs qui contribuent à atteindre des objectifs argumentatifs et visent à obtenir la collaboration de l'allocutaire.

Certains actes de parole sont sentis comme des intrusions dans la capacité de décision de l'interlocuteur et doivent, pour cela, être dépourvus de leur caractère menaçant à partir de certains mécanismes compensatoires, qui permettent d'assurer le maintien des relations sociales, en même temps que la réussite des objectifs prévus.

### **Conclusion**

Dans ce chapitre nous avons essayé de parler et de définir les différents types de politesse, aussi la politesse linguistique et sa relation avec la pragmatique. A cet effet nous avons abordé les deux catégories des manifestations linguistiques de la politesse, car les formules de politesse sont les premiers éléments qui captent l'attention des lecteurs dans un message électronique.

A la lumière de ce thème, nous avons passé à l'analyse du corpus, dont nous allons appliqué la théorie pragmatique pour déterminer notre corpus.

*DEUXIEME*

*PARTIE*

*ETUDE*

*DU*

*CORPUS*

# *Chapitre I*

## ***PRESENTATION DU CORPUS***

---

## INTRODUCTION

Après avoir abordé dans le cadre théorique l'ensemble des éléments de la politesse linguistique et de la pragmatique, nous allons donc mettre en application notre démarche d'analyse sur le corpus.

Dans ce cadre, on va essayer d'analyser quelques formules de politesse dans un message sur facebook, pour mettre en pratique les messages appartiennent au domaine de communication sur les correspondances électronique chez les gens.

Dans ce chapitre nous envisageons d'entamer le cadre théorique de l'approche pragmatique, pour faire l'analyse des formules de politesses dans un message électronique.

Le point de départ de la pragmatique peut-être situé dans les travaux des philosophes du langage, et plus particulièrement par **Charles Morris** le disciple de **Pierce**, car en **1983** il a instauré la notion de la pragmatique :

« Depuis une vingtaine d'année, l'usage du terme pragmatique s'est peu à peu affirmé dans la littérature linguistique, au point qu'il n'est pas inconvenant de parler de la pragmatique comme d'une branche des sciences du langage, voire de la linguistique ».

---

## I. PRESENTATION DE LA DEMARCHE D'ANALYSE

### I.1. Objectif de l'étude

Dans la présente investigation, nous voulons analyser les formules de politesse d'un courrier électronique, par une étude basée sur les inférences des mots notamment l'approche pragmatique (comme méthode d'étude) sur six messages dans différents profils de facebook.

Nous avons ensuite essayé de préciser la fréquence des afin de s'avoir s'il ya ou pas d'effet de ces utilisations sur les messages utilisés.

### I.2. L'approche d'analyse

#### I.2.1. Définition

La pragmatique linguistique est l'étude du sens des énoncés en contexte. Son objet est de décrire non plus la signification de la proposition (sémantique) mais la fonction de l'acte de langage réalisé par l'énoncé. L'unité pragmatique minimale est l'acte de langage, les autres unités sont l'intervention (unité monologique maximale) et l'échange (unité dialogique minimale).

La pragmatique donne une image du sens centrée non plus sur la fonction représentationnelle du langage, mais sur sa fonction énonciative.

Elle étudie les termes et les procédures qui, dans le discours de chaque individu, traduisent directement la représentation qu'il a de lui-même et du monde.

La plus ancienne définition est celle donnée par **Morris en 1938** :

**« La pragmatique est cette partie de la sémiotique qui traite du rapport entre les signes et les usagers des signes ».**

D'après, **Anne-Marie Diller et François Récanati**, une autre définition linguistique est donnée :

**« La pragmatique étudie l'utilisation du langage dans le discours, et les marques spécifiques qui, dans la langue, attestent sa vocation discursive ».**

Selon eux, comme la sémantique, la pragmatique s'occupe du sens. Elle s'en occupe pour certaines formes linguistiques telles que leur sens n'est déterminable que par leur utilisation.

Une définition intégrante apparaît sous la plume de **Francis Jacques** :

**« La pragmatique aborde le langage comme phénomène à la fois discursif, communicatif et social ».**

Le langage est conçu par elle comme un ensemble intersubjectif de signes dont l'usage est déterminé par des règles partagées. Elle concerne « l'ensemble des conditions de possibilité du discours ».

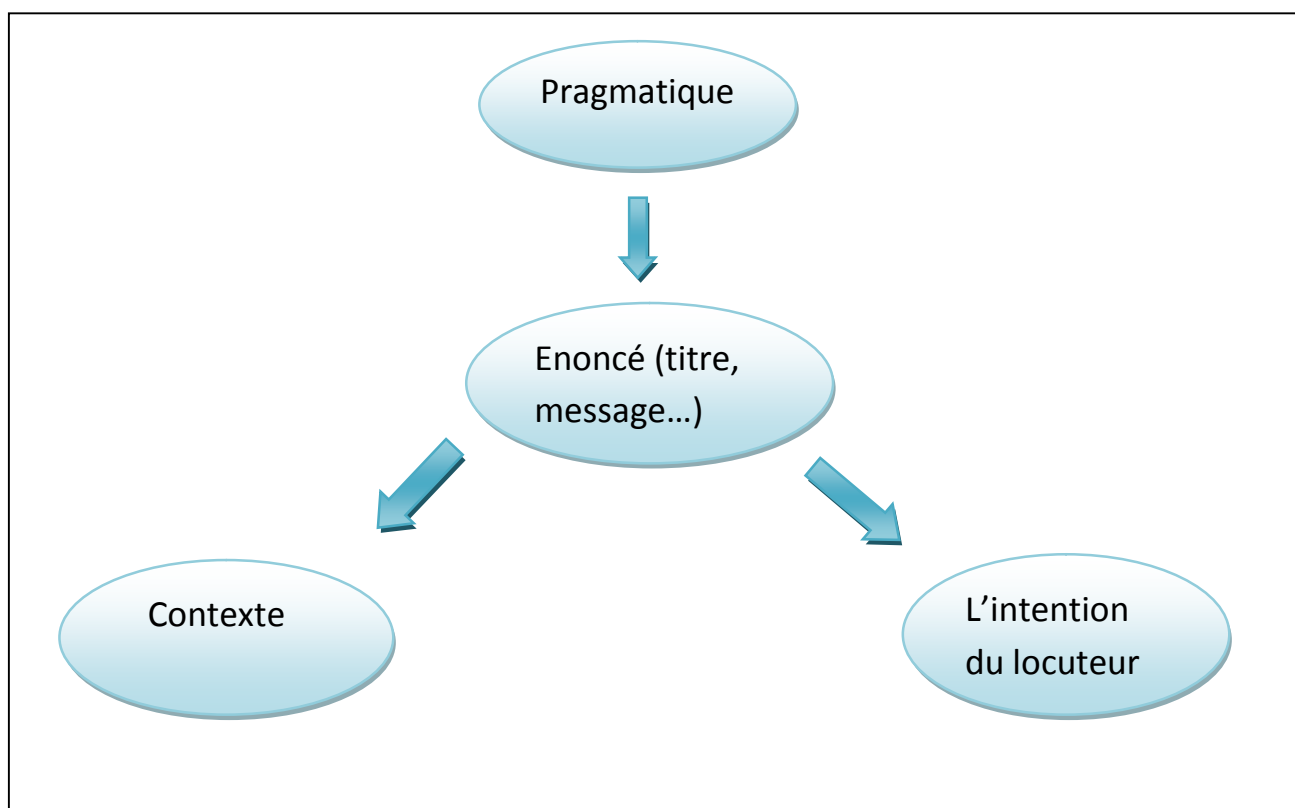
### **I.2.2. Les concepts les plus importants de la pragmatique :**

On a trois concepts importants de la pragmatique, on les résume dans le tableau suivant :

**Tableau n°05 : Les concepts les plus importants de la pragmatique**

Le concept d'acte	Le concept de contexte	Le concept de performance
<p>On s'avise que le langage ne sert pas seulement, à représenter le monde, mais qu'il sert à accomplir des actions. Parler, c'est agir. En un sens obvie.</p> <p>En un sens moins apparent mais tout aussi réel : c'est instaurer un sens, et c'est de toute façon faire « acte de parole ».</p> <p>Ce concept d'acte est orienté vers les concepts plus justes et plus englobant d'interaction et de transaction.</p>	<p>On entend par là la situation concrète où des propos sont émis, ou proférés, le lieu, le temps, l'identité des locuteurs, etc., tout ce que l'on a besoin de savoir pour comprendre et évaluer ce qui est dit.</p> <p>Le langage scientifique mais aussi le langage juridique se sont toujours efforcés de faire passer dans leurs « propos » – qui sont le plus souvent des textes écrits – toutes les informations contextuelles nécessaires à la bonne compréhension de ce qui est formulé.</p>	<p>On entend par performance, conformément au sens originel du mot, l'accomplissement de l'acte en contexte, soit que s'y actualise la compétence des locuteurs, c'est-à-dire leur savoir et leur maîtrise des règles, soit qu'il faille intégrer l'exercice linguistique à une notion plus compréhensive telle que la compétence communicative.</p>

Nous avons essayé de synthétiser la notion de la pragmatique selon le schéma suivant :



**Figure n°02 : Schéma de La pragmatique**

\***L'intention du locuteur** : Rendre à l'interlocuteur un ensemble d'hypothèses.

\* **Enoncé** : « Est considéré comme une séquence verbale qui forme un tout relevant d'un genre de discours déterminé : un bulletin météorologique, un roman, un article de journal, une conversation, etc. ».

\***Contexte** : « Est considéré comme un élément fondamental qui contribue à la construction du sens, et il a des informations (connaissances du monde, informations encyclopédiques).

## II. METHODES D'ANALYSE

Nous avons voulu explorer le corpus du message électronique constitué de deux pôles bien distincts (manifestation des formules de politesse et les types d'inférences), selon un plan méthodologique de la démarche de notre exploration, nous nous proposons d'étayer et de définir nos éléments analysables et de les annoter à partir d'un tableau.

### II.1. MANIFESTATION DES FORMULES DE POLITESSE

La méthode proposée est donc basée sur l'utilisation d'un tableau qui contient six colonnes dont lesquels on peut définir chaque composant comme suit :

#### **Colonne 1: Message électronique**

« **MSGE** » est un message électronique occupant un site internet, diffusant sur le net des informations. Ils sont la première méthode de communication employée à l'heure actuelle. Ils sont envoyés et reçus à la fois dans le monde professionnel et à des fins personnelles. Presque tout le monde possède au moins une adresse électronique et parfois, votre messagerie électronique peut recevoir une multitude de messages au cours d'une journée. Vous pouvez lire vos messages à la maison où lorsque vous êtes en déplacement, grâce aux Smartphones et aux ordinateurs portables.

#### **Colonne 2: La rubrique**

Le message propose différentes rubriques, les messages ont été classés dans une seule rubrique qui gère un ensemble d'articles réguliers sur un même thème. Aussi elle s'occuperait de la couverture des événements, de l'information exclusive détenue par le message, avec la source de l'information, et les messages mériteraient davantage d'être à la surface pour marquer l'ampleur du sujet.

#### **Colonne 3 : L'adresse de message**

Connectez-vous sur le site web de votre fournisseur de messagerie électronique. Si vous avez créé un compte gratuit de messagerie électronique ou que

vous possédez un compte via votre fournisseur d'accès à Internet, vous pouvez vérifier vos courriels en utilisant un navigateur Internet.

### **Deux colonnes 4 -5 : Le style et la taille de police**

Les messages sont de différents styles de police (**Calibri « Corps » - Times New Roman « Titres CS » –Arial « Corps CS »**), d'une déference taille « 11 et 14», qui donneraient de l'importance à cet évènement, avec un caractère gras qui marquerait objectif d'attirer l'attention et de le considérer comme l'évènement principal du message. Nous constatons aussi que les lettres des mots sont écrits en majuscules pourraient les mettre en valeur au lecteur.

### **Colonne 6 : La couleur de la trace écrite**

L'usage de la couleur dans la diffusion des messages jouerait un rôle primordial dans l'influence sur les lecteurs, dans le cas de ces messages la marque de deux couleurs bleu et noir mais la couleur la plus utilisé est le noir, ou nous pouvons dire que les éditeurs chercheraient à donner de l'importance à cet évènement, et en plus comme ils veulent dire que ces déclarations vont la vie des algériens. Le choix de la couleur est considéré comme une stratégie de la part du message pour mettre l'importance à ces messages.

## **II.2. L'INFERENCE**

Les inférences permettent de dériver une idée implicite d'un message linguistique, on retrouve cette notion abondamment discutée dans la pragmatique que parmi ses tâches ; « [...] d'expliquer comment un auditeur peut arriver à comprendre une énonciation de manière non littérale et pourquoi le locuteur a choisi un mode d'expression littérale ».

L'inférence est propre aux lecteurs du titre du message par exemple, lui permettent de former les énoncés qu'il produit le titre, et au second point de dégager ses propres sens implicites en fonction des liens entre ces énoncés et d'un certain nombre d'informations et données du contexte et de la situation d'énonciation. Aussi la pragmatique est partiellement concernée par le calcul des inférences dérivé d'une

idée implicite comme le dit **C.Kerbrat-Orecchioni**, « le résultat d'un "calcul" plus au moins complexe ».

Du coup, l'inférence repose sur un mécanisme qui consiste à relire de façon déductive un ensemble des propositions ne sont pas obligatoirement partagé par les deux interlocuteurs. La seule exigence est que le locuteur doit faire appel à un contexte suffisamment adéquat pour que son interprétation soit cohérente, dans ce cas-là l'inférence participe d'avantage à l'interprétation qu'à la production.

Les processus inférentiels qui viennent compléter l'analyse codique fournie par la linguistique pour livrer une interprétation complète des énoncés on peut les distinguer trois types d'après **Jocelyne Giasson** ;

### **II.2.1. Les différents types d'inférences**

#### **a. L'inférence logique :**

Lorsque le sujet interprétant s'appuie sur le texte est incluse nécessairement dans la phrase ou le texte (mettre en relation les informations données) ; ce cas se produit par exemple à l'occasion de la lecture d'un message électronique, l'inférence est déductible à partir de seules données linguistiques du titre sans considération d'un élément contextuel.

#### **b. L'inférence pragmatique :**

« Lorsque le sujet interprétant a recours aux données de la situation », cette inférence résulte de la mise en relation d'un énoncé avec des faits implicites, dans ce cas-là l'interprétant est amené lui-même à mobiliser un savoir lui permet de faire des déductions probables, mais non certaines, et ca dépend des connaissances extra-linguistique, des connaissances qui sont extérieures au message linguistique usuel sur le monde par exemple : la lecture d'un message électronique concernant un thème important, plus le lecteur possède des connaissances, plus il lui sera possible d'effectuer des inférences.

#### **c. L'inférence créative :**

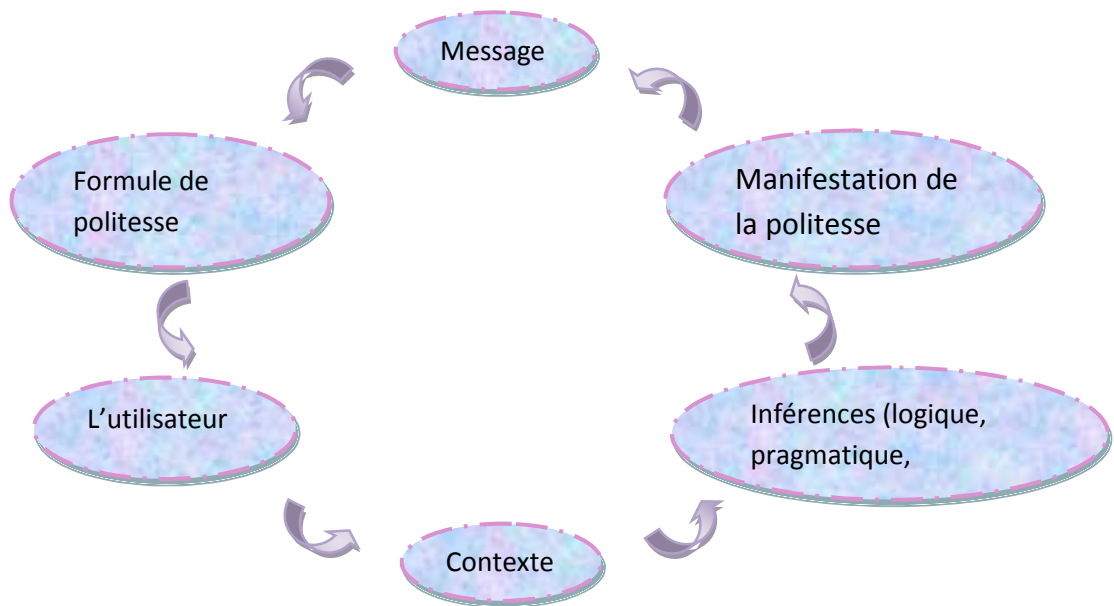
Les inférences créatives sont propres au lecteur fondé sur ses connaissances, il s'agit de faire appel aux connaissances antérieures du lecteur.

« Pour distinguer l'inférences créative de l'inférence pragmatique, **Cunningham** propose une règle simple : une inférence sera pragmatique si le lecteur moyen (comparé à son groupe d'appartenance) a tendance à la donner après incitation, autrement, si l'inférence n'est commune qu'à certains lecteurs, il s'agira d'une inférence créative».

Nous pouvons dire que le processus d'inférence s'appuie à la fois sur les données linguistiques et sur des données sociales, personnelles du lecteur.

Nous pouvons de cette manière résumer les trois types d'inférences ; les inférences logiques sont ceux qui découlent du titre et qui sont logiquement vraies, les inférences pragmatiques qui sont probablement vraies, et communes à l'ensemble des lecteurs, les inférences créatives qui sont possiblement vraies et particulières à quelques lecteurs.

Le schéma résume le cas d'un lecteur du message électronique comme dans notre cas sous un angle pragmatique ;



**Figure n°03 : L'inférence des manifestations de la politesse dans les messages électronique.**

# *Chapitre II*

## ***LA DEMARCHE D'ANALYSE***

## INTRODUCTION

Après avoir abordé dans le cadre théorique l'ensemble des éléments théorique des courriers électroniques, des formules de politesse et de la pragmatique, nous allons donc mettre en application notre démarche d'analyse sur notre corpus.

Nous envisageons de mettre l'accent sur les messages du facebook, autrement dit l'influence des formules de politesse sur les messages, selon l'approche pragmatique qui pourrait nous permettre d'analyser l'influence produite sur les lecteurs qui ont inféreraient plusieurs inférences, le protocole de recherche adopté lors de cette analyse suit un plan méthodologique.

### III. LA DEMARCHE

#### III.1. L'analyse des données du corpus

Ont été réunis dans une grille englobante, et chaque titre fera l'objet d'une analyse selon les points suivants ;

**Colonne 1** : numéro de message,

**Colonne 2** : message électronique,

**Colonne 3** : la rubrique,

**Colonne 4** : l'adresse de message,

**Colonne 5** : le style de police,

**Colonne 6** : la taille de police,

**Colonne 7** : la couleur de la trace écrite.

Vu que ses informations jouent un rôle dans l'influence du titre sur le lecteur. Pour pouvoir passer à un autre niveau de l'analyse.

#### III.2. L'analyse des inférences

Le deuxième point de notre protocole, est réservé à l'analyse des inférences (logique, pragmatique, créative) de chaque message, ainsi les manifestations des formules qui réunissent le composant du message (formules de politesse) dans un tableau la ou il y a trois colonnes de l'ordre suivant : message, manifestation des formules de politesse, types d'inférences.

#### III.3. L'analyse statistique des inférences

La troisième grille, est la phase finale de notre analyse, qui se base sur l'ensemble des analyses statistiques des inférences.

L'analyse de notre corpus est effectuée suivant les grilles d'analyses suivantes :

Tableau n° 06 : Les données du corpus

Numéro de message	Message électronique	La rubrique	L'adresse de message	Le style de police	La taille de police	La couleur de la trace écrite
N° 1						
N° 2						
N° 3						
N° 4						
N° 5						
N° 6						

Les données ont été traitées à l'aide de la règle de trois. Cette dernière est choisie pour la comparaison des moyennes lorsque l'analyse des manifestations de la politesse relève des différences significatives entre les types d'inférences.

Tableau n° 07 : Types d'inférences

Message	Manifestation de la politesse	Types d'inférences		
		Logique	Pragmatique	Créative

## IV. PRESENTATION DU CORPUS

La notion du corpus reçoit en linguistique différentes acceptions. Selon **Jean-Claude Beacco, 2002**, le corpus peut-être défini comme suit :

« En analyse du discours comme dans d'autres sciences sociales, c'est souvent le corpus qui en fait, définit l'objet de recherche qui ne lui préexiste pas ou plutôt, c'est le point de vue qui construit un corpus, qui n'est pas un ensemble prêt à être enregistré ».

Plus encore, un corpus est constitué en vue d'une étude sur un objet particulier, une réalité telle qu'elle est perçus sous un certain angle. Il doit apporter suffisamment d'éléments pour pouvoir repérer des traits signifiants.

Dans cette perspective, notre choix s'est fixé sur la politesse dans les correspondances électronique « facebook » tout sur les jeunes. Nous avons choisis un corpus de quatre messages à partir de 00 avril 2015 jusqu'au 00 juin 2015.

### IV.1. Qui sont les utilisateurs de facebook ?

Facebook est aujourd'hui le réseau social le plus populaire, N°1 dans 128 des 137 pays étudiés (fin 2014) Les statistiques d'usage de Facebook sont impressionnantes, quel que soit la variable étudiée. Nombre de membres, activité sur les mobiles, résultats financiers, photos ajoutées chaque jour sur le service.

Selon les données de Google analytics, Âge moyen des utilisateurs : 22 ans ,1,49 milliard Utilisateurs actifs mensuels (MAU, juillet 2015), **1,314** milliard Utilisateurs actifs mensuels sur mobile , **655** millions Utilisateurs actifs mensuels uniquement sur mobile, **968** millions Utilisateurs actifs quotidiens, **228** millions Utilisateurs actifs quotidiens en Europe, **10** milliards Messages envoyés chaque jour, Connexions entre amis : **150** milliards.

- Avant de lancer le top 10 réseaux sociaux, souvenant qu'en Novembre 2014, les chiffres étaient les suivantes :

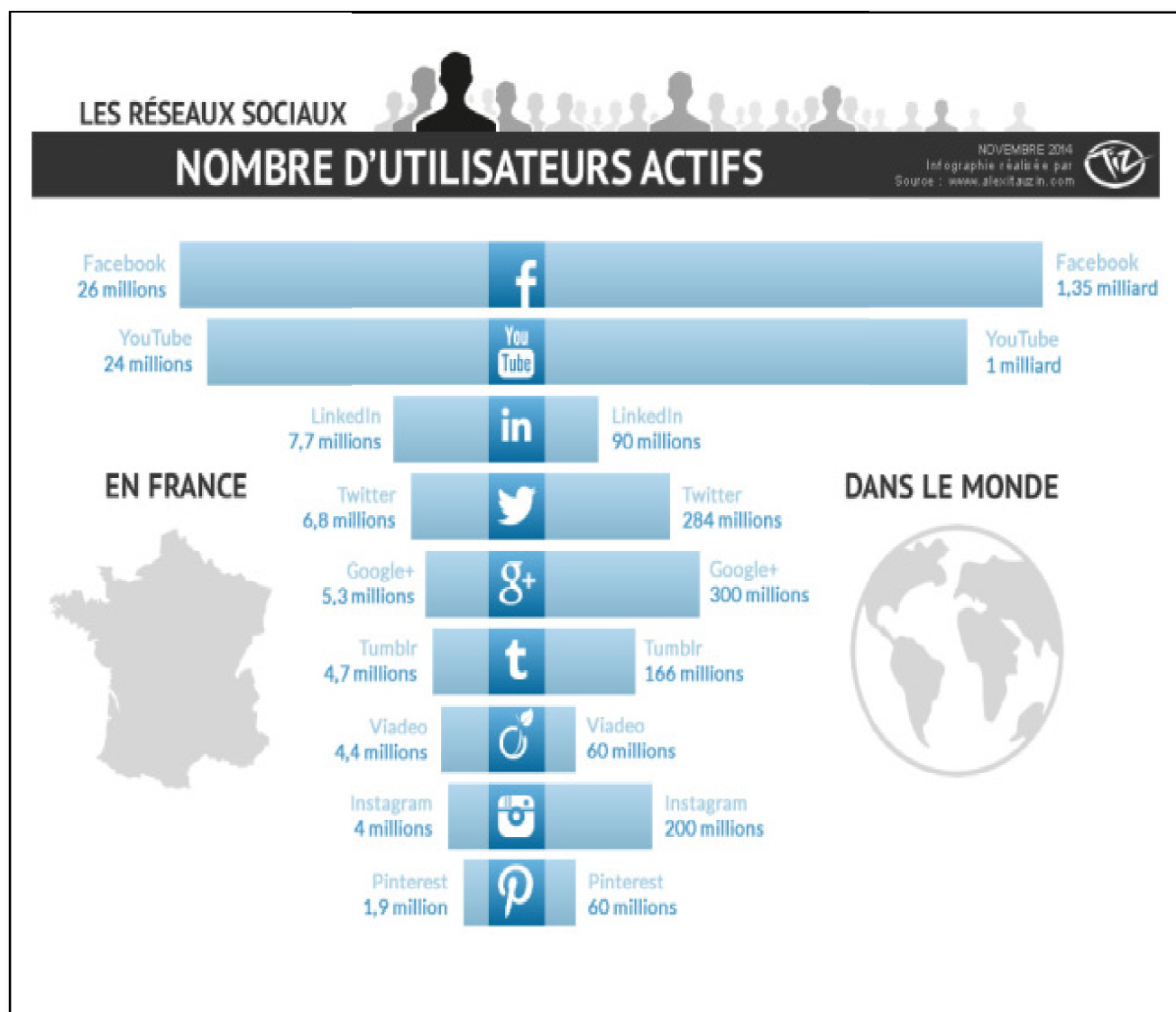
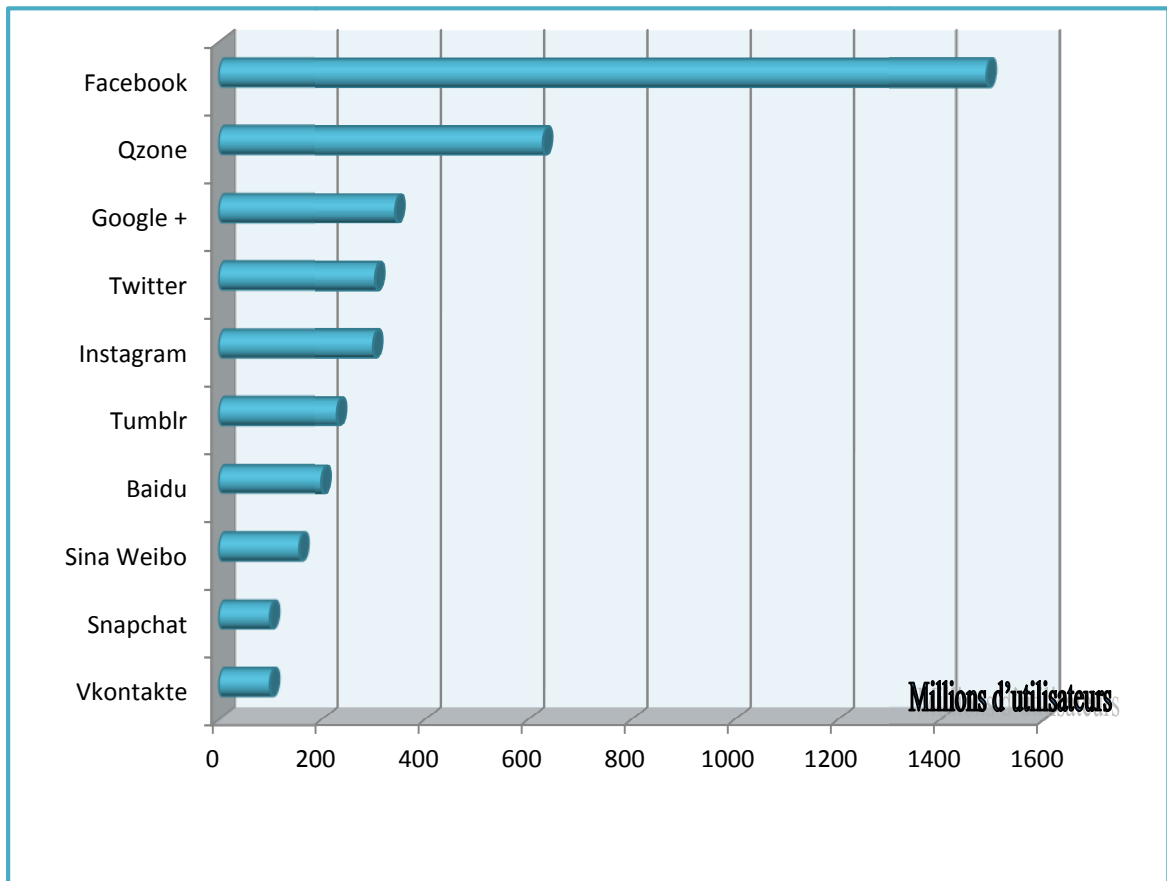


Figure n° 04 : Nombre d'utilisateurs actifs des réseaux sociaux

- Alors que la plupart des chiffres ont changé au début de l'année 2015, voici le Top 10 des réseaux sociaux en 2015 en chiffres et en classement :



**Figure n° 05 : Top 10 des réseaux sociaux en 2015 | Create infographics**

Si on compare les chiffres des utilisateurs actifs, on remarque qu'il y a un niveau constant des utilisateurs actifs sur facebook (**1490 Millions**), alors **que** environ **65%** d'utilisateurs actifs entre l'ensemble des réseaux sociaux qui existent, **44,85%** de l'ensemble des internautes du monde ont des comptes sur facebook et **18,72%** de la population mondiale qui sont branché sur facebook.

## IV.2. Le corpus

[Labouza Polly](#)

[13 janvier](#) 21 :15



Bjr

salaaaaamo

[Chahra Houda](#)

03 mars 17 :56



Hi

Cv

hmd

نوسة نسنوسة

21 mai 2014 14:51



SalEEEEEEEEem

how r u

good

lhmdlh

I miss u

Nacer Wouroud

25 juillet 23:55



SlT

B1

C bon?

Touha la Fleur

16 août 22:04



ahl  
momkn nt3arf  
dzi

Jalil Jalilou

27 août Jeudi 21:18



slt  
alhanana

***TROISIEME  
PARTIE***

**RESULTATS**

**ET**

**DISCUSSION**

## - Résultats

### I. Les types d'inférences dans les messages

Nous constatons à partir de cette analyse (**tableau n°08**) que la formule de politesse est considérée comme un stimulus qui réveille ou provoque les réactions des lecteurs sous forme de dialogue. La formule de politesse prend sa forme par le choix des mots qui représente tel ou tel évènement, cette formule peut exercer une influence soit consciente ou non sur le lecteur. Ce dernier qui cherche à s'informer et enrichir ses connaissances, il fait appel à ses expériences et son savoir sur les sujets diffusés comme dans les messages électroniques.

Autrement dit à partir des informations contenues dans la formule, et d'autres fournis par le contexte, le lecteur pense à des hypothèses (inférences) sur l'intention du locuteur et sur son message. C'est le cas de notre étude qui montrerait l'influence de la formule de politesse sur les messages, et à partir de ce tableau ci-dessus, nous avons essayé d'attribuer à chaque formule un type d'inférence (logique, pragmatique, créative).

Tableau n°8 : Types d'inférence

Messages	Manifestation des formules de politesse	Les Types d'inférences
<u>Labouza</u> <u>Polly</u>	Salaaaaaamo Cv Hmd	Logique ; Le lecteur inférerait que lui-même fait parti de la formule. Créative ; peut-être par rapport aux connaissances et détails avancé par le lecteur.
<u>Chahra</u> <u>Houda</u>	Hi Cv hmd	Pragmatique ; peut-être le lecteur essayé de mélangé entre les langues de métrisation. Créative ; le lecteur a ouvert un autre sujet.
<u>نوسة نسنوسة</u>	Saleeeeeeeeem how r u good lhmdlh I miss u	Créative ; peut-être le lecteur interpréterait par rapport à ses connaissances personnels. Logique ; le lecteur comme s'il félicite son ami pour ses déclaration.
Nacer Wouroud	Sl B1 C bon?	logique; le lecteur dans un premier temps peut-être il est d'accord avec son ami. Créative ; peut-être pour dire que le lecteur réforme les idées.
<u>Touha la</u> <u>Fleur</u>	Sl Ahl momkn nt3arf dzl	Créative ; l'intervention de la langue maternelle peut signifier que le lecteur est contre la discussion avec une autre langue. pragmatique ; le lecteur inférerait que lui-même partie de les même connaissances.

<p><u>Jalil</u> <u>Jalilou</u></p>	<p>slt alhanana cv B1 Hmd</p>	<p><b>Logique ; il chercherait le but des déclarations.</b> <b>Pragmatique ; le lecteur peut-être il a perdu la connaissance et il ne peut pas croire.</b></p>
--	---	--

Nous commençons par les messages (1, 3,4), nous constatons dans la formule deux types d'inférence ;

**\*créative** comme si le lecteur ne s'intéresse pas au message, c'est-à-dire le lecteur a parlé avec son ami clairement.

**\*logique** : les lecteurs ont essayé de lire entre les lignes et peut-être ont proposé des changements de leur connaissances, que ce soit pour ou contre.

Passons aux autres messages restants (2, 5,6), nous constatons la présence d'une variété d'inférences ou chaque lecteur a interprété le message soit d'une manière créative ou pragmatique ;

**\*créative** : que le lecteur a parlé de ses relations et non pas d'une autre chose ;

**\*pragmatique** : les lecteurs a réagi plus au moins sur le contenu du message ou ils ont mentionné des mots mélange entre la langue maternel et les langues étrangères (français-anglais).

D'après tout ce qui précédé, les messages ont subdivisé les réactions des lecteurs en deux niveaux ; ceux qui ont interprété le message par rapport au statut et la discussion entre les amis peut-être en termes des connaissances personnelles montreraient des inférences créatives. Tandis que les lecteurs qui ont interprété au niveau situés plus proche au contenu du message monteraient des inférences logiques. Le lecteur négligé le sujet évoquer dans les messages, peut-être il cherche a crée un autre sujet sur la scène de la discussion avec les deux langes (arabe, français) monteraient des inférences pragmatique.

Enfin nous pouvons dire que le message marquerait une influence représentée par des formules, ou de chaque lecteur a choisi de se positionner par rapport au contexte de ces déclarations, même on remarque et à partir des formules que les

lecteurs général à échouer à donner une bonne image de lui-même, tandis que les lecteurs sont inclus de ce qui se passe dans la scène de discussion algérienne. Nous tirons cela de ce qui est dit dans les messages (Saleeeeeeeeeem, Hi, Cv, hmd,.....).

### I.1. Les résultats d'inférences dans les messages

Les différents types d'inférences des formules dans chaque message, et les pourcentages de chaque inférence sont récapitulés dans le tableau ci-dessus.

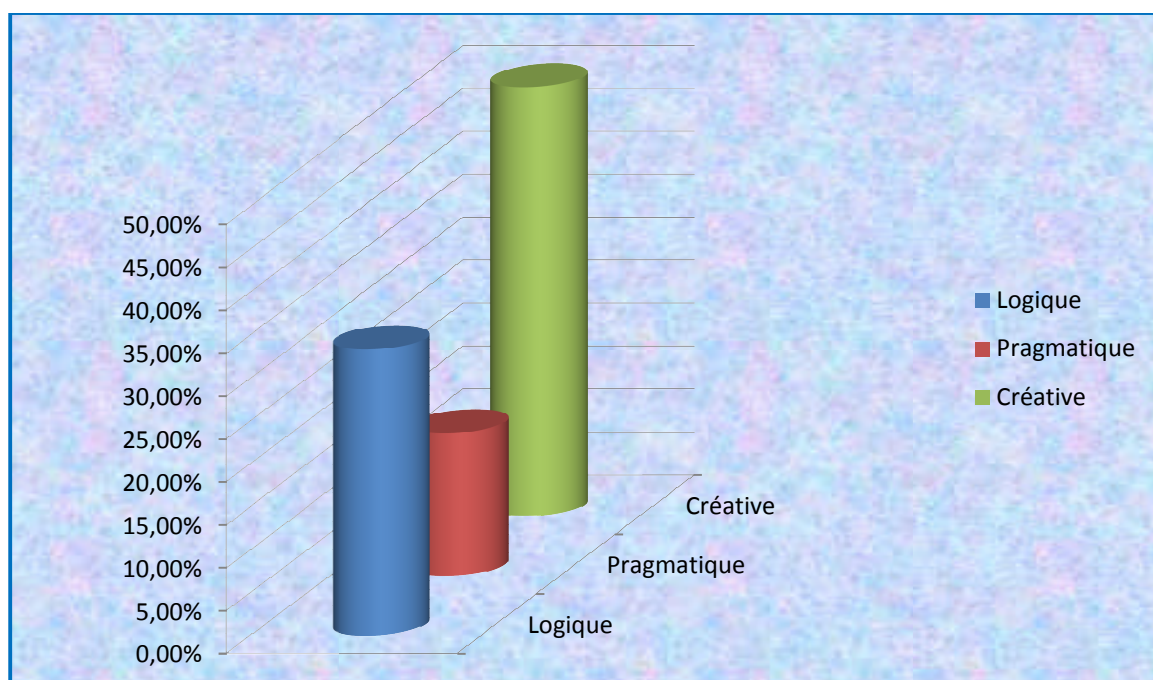
**Tableau n°09: Représentation des résultats d'inférences**

Messages	La formule de politesse	Types d'inférences		
		Logique	Pragmatique	Créative
Mess 1	2	1	0	1
Mess 2	3	0	2	1
Mess 3	5	3	0	2
Mess 4	3	1	0	2
Mess 5	3	0	1	2
Mess 6	2	1	0	1
$\Sigma$	18	6	3	9
%	100 %	33.33 %	16.66 %	50 %

Nous constatons l'influence de la formule politesse par rapport aux types d'inférence, là où la formule joue un rôle primordial sur l'influence des lecteurs pour tirer et dégager plusieurs interprétations selon divers sujets tel que, le message3, et le message5, et aussi le contexte électronique favorise de plus en plus les lecteurs à commenter. De part et d'autre ceux qui commentent pour confirmer ou infirmer ce qui était dans le message. Aussi ce qui est remarqué d'après cette analyse, qu'il y a des lecteurs qui ont peut-être une opinion à contre-courant de la pensée générale des autres lecteurs.

Outre dans la manière d'approcher des thèmes sensibles, et sa relation avec les parties de la discussion. Certains lecteurs cherchent à dire la variété quand les médias sont sous le contrôle du régime par passion pour l'élargissement du sujet d'actualité.

## I.2. Représentation graphique



**Figure n° 06 : Types d'inférences.**

Les résultats représentés dans cet histogramme monteraient le nombre des inférences créatives (50%) qui est supérieur à celui des inférences pragmatiques (16.66%) et en troisième position vinerait les inférences logiques avec (33.33%) de l'ensemble des formules. Le pourcentage des inférences créatives dénoteraient d'un niveau des lecteurs assez élevé sont susceptibles d'être influencés par la formule et qui réagiraient rapidement.

En revanche, les inférences pragmatiques des lecteurs qui ont des connaissances communes et partager dans leurs groupes d'appartenance sont plus au moins susceptibles d'être influencé et de réagit.

Les inférences logiques des lecteurs montreraient une faible influence du message sur les formules, peut-être certain lecteurs cherchent uniquement d'être informé.

## II. Les fréquences des mots

Lorsque les messages rapportent l'information, ils se présentent comme des rapporteurs sélectifs, en mettant l'accent sur les formules, partiellement les informations. C'est dans les façons de reformuler les messages, et de rapporter l'information que les messages inféreraient une influence et un statut au lecteur pour commenter.

De plus, nous constatons les messages électroniques n'apporterait pas uniquement l'information, mais a suscité l'évènement auprès des lecteurs. Autrement dit, les acteurs de l'information (message et lecteurs) sont en situation d'échange la ou il y a une possibilité de s'exprimer.

Le nombre des mots fréquents dans les messages est représenté dans le tableau suivant :

**Tableau n°10 : Fréquences des mots**

N° de messages	Mots fréquents dans le message	Nombre Fréquences	%
1 et 3	Salam	2	16.66 %
4 ,5 et 6	Slt	3	25 %
1,2 et 6	Cv	3	25 %
1,2,3 et 6	Hmd	4	33.33 %

Les réactions des lecteurs, pourraient être interprétées selon des mots clés utilisés dans les messages, peut-être ont un poids et une ampleur dans la scène de la discussion algérienne. Les messages des lecteurs nous ont poussés à étudier les

fréquences des mots là où il y a une ressemblance entre les mots utilisés dans les messages. Qui pourrait signifier une certaine influence ou une provocation de l'opinion générale par exemple :

La formule **hmd**, a été utilisé par les lecteurs peut-être ce mot clé dans les messages à orienter les réactions des lecteurs pour parler avec politesse et de son statut au sein du parti de la discussion.

Ensuite nous constatons les deux mots **slt** et **cv** qui est en deuxième position des fréquences dans les formules des lecteurs, pourrait indiquer la connaissance de l'implication de la connaissance algérienne.

Pour le mot **slm** n'a pas influencé les lecteurs, vu que peut-être il joue un rôle de comédie de la discussion dans la société algérienne avec ses expressions.

## II.1. Représentation graphique

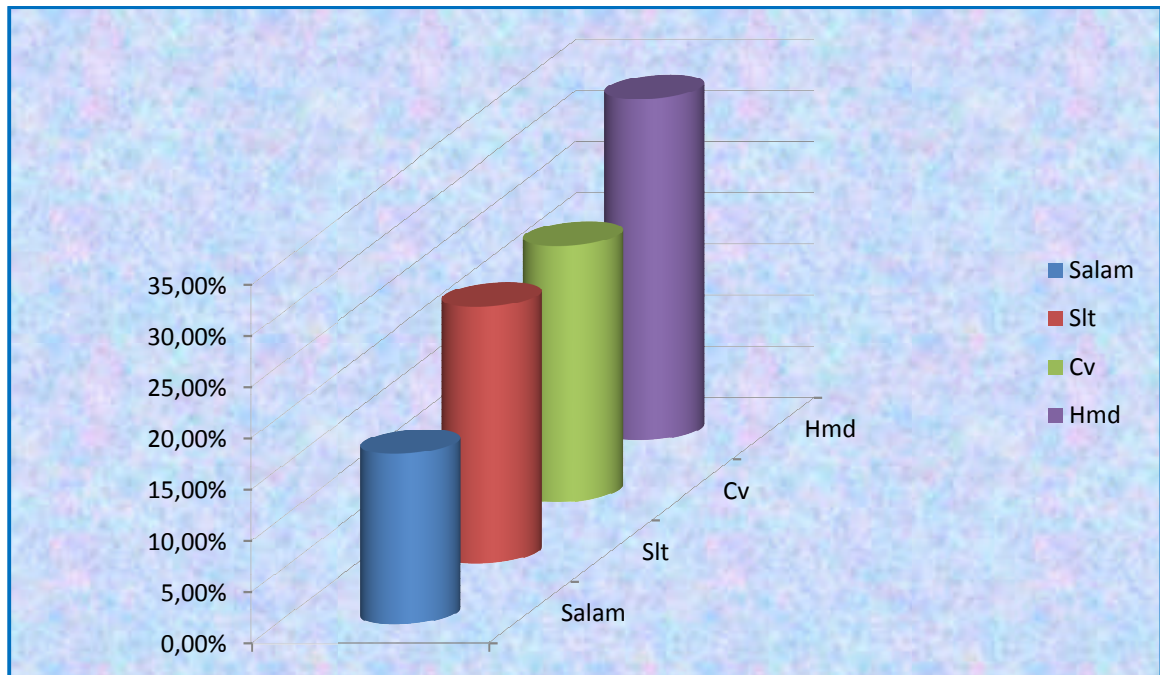


Figure n°07: Fréquences des mots

---

Les résultats monteraient que les formules des lecteurs ont été orientés peut-être par les mots :(**hmd,cv,slt,slm**), qui a apparaitrait majoritairement dans les messages, monteraient que les lecteurs n'ont pas oublié son connaissances, les messages à réussit à mobiliser certain lecteurs au tour de mot **hmd**, pourrait aussi indique des règlements de compte personnel de **slt** contre le **slm** dans la première parti du message et en même temps il répond par (**cv,b1,ahl,c bon**), toutes les crises ne sont alimentés que par un seul intérêt .

Ensuite nous remarquons le mot (**cv et slt 25%**) en deuxième position pourrait être par rapport à sa place dans le message comme premier adversaire apparait dans les déclarations, succéder du deuxième adversaire (slm 16.66%) qui reflète un pourcentage plus diminue par rapport aux autres formules

CONCLUSION

## CONCLUSION

---

Cette investigation relative à l'étude de l'analyse des formules de politesse et leurs influence sur les correspondances électroniques, notamment dans notre cas « facebook », a été menée en vue de caractériser l'arrière effet des formules de politesses sur les messages des médias sociaux et de rechercher plus particulièrement la réaction éventuelle sur l'esprit humain, voire même la pensée des émetteurs.

Les objectifs littéraires de cette thèse ont été de mettre en évidence une analyse des données du corpus du mode d'entretien la statistique des inférences d'une part, puis d'évaluer d'autre part la fréquence des mots d'un point de vue pragmatique.

Pour tenter de répondre à cette double problématique, nos travaux se sont articulés autour de 2 axes principaux.

Cette étude à été réalisé pour contrôlées l'expérience des connecteurs, et a nécessité l'emploi de deux techniques : l'analyse de profil pour l'étude de la présentation du facebook, la fréquence des mots pour l'étude des messages.

Sur le plan du comportement de message, différents tests comportant différentes inférences ont été effectués pour suivre les pourcentages de ces dernières dans les messages traités et ce en employant la pragmatique comme technique d'analyse.

La notion de la pragmatique est inclus à la fois à un certain courant d'étude de discours, et aussi est une sous discipline de la linguistique et plus largement une certaine conception du langage.

Dans les conditions de cette analyse, il apparaît que les résultats d'inférences sont principalement exprimés par une augmentation de l'inférence créative comparativement aux autres inférences (logique et pragmatique).

L'utilisation courante des formules de politesse, n'est pas sans conséquence néfaste sur la vie des gens. La présente étude a montré que L'inférence **créative** est plus utilisée avec un pourcentage élevé (**50%**). Parallèlement ; on trouve en deuxième position l'inférence **logique (33.33 %)**, de même la présente étude a

## CONCLUSION

---

révélé que l'inférence **pragmatique** est classée la dernière avec un pourcentage réduit (**16.66 %**).

Sur le plan de la fréquence des mots, l'analyse des formules utilisées dans les six messages choisis montre que le nombre fréquent du mot « **Hmd** » est plus élevé (**33.33 %**), comparativement aux nombres des deux mots « **Slt et Cv** » (**25%**, **25%**), alors qu'on trouve dans le mot « **Salam** » avec un faible nombre (**16.66%**).

Cette perturbation des mots est un risque important pour un esprit cultivé dans la mesure où l'activité professionnelle est un indicateur de la « bonne personnalité ». Une utilisation abusive et non maîtrisée des formules de politesse peut donc être un risque pour la forme du message puisqu'elle revient à adapter en fonction de la personne à qui vous écrivez.

Dans un deuxième temps, il devient nécessaire suite à ces résultats d'orienter nos travaux vers une étude de longue durée afin de mieux élucider l'importance des utilisations des formules polies. Nous évoquerons également des perspectives d'études ouvrant ainsi la réflexion sur d'éventuels travaux complémentaires.

Les utilisateurs futures sur les protocoles des apprenants devrait établir les relations entre la fréquence des mots et de nouvelles méthodes plus civilisés, et devrait comprendre les répercussions sociologiques possibles de la diversité des formules modifiées pour la politesse des gens.

Il nous semble nécessaire aussi, d'apporter un éclairage nouveau sur les mécanismes d'action des mots fréquents sur le discours. Cependant, l'évaluation des esprits des utilisateurs sur les autres médias communicatifs.

# REFERENCES

### I. REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

\* **CAI-FI-courrier-electronique.**

[www.cai.gouv.qc.ca/documents/CAI\\_FI\\_courrier\\_electronique.pdf](http://www.cai.gouv.qc.ca/documents/CAI_FI_courrier_electronique.pdf).

\* **Christian JULIEN, IEN Maurienne :**

LE COURRIER ELECTRONIQUE.

\* **Collège François-de-Laval (août 2011) :** (Petit Séminaire de Québec)

Facebook et autres médias sociaux,

Guide pour un usage sécuritaire et responsable à l'intention des élèves et des

parents. \* **Magdalena Grębosz, Jacek Otto** (Ecole Polytechnique de Lodz,

Pologne) :

L'impact des réseaux sociaux sur les comportements des jeunes consommateurs.

\* **Rouvillois Frédéric (1789) :**

Histoire de la politesse de 1789 à nos jours.

\* **Linnéa Gunnarsdotter (2013) :**

Les manifestations de la politesse dans le français parlé à la télévision ivoirienne et française.

\* **G.N.Leech ( apudC.Alberdi Urquizi 2009,28) :**

Les maximes de politesse.

\* **Jaques Moeschler,Anne Reboul (1994) :**

Dictionnaire Encyclopédique de Pragmatique, seuil, 1994, p.1-3.

\* **Dominique Maingueneau (2002) :**

Dictionnaire d'analyse du discours, seuil, 2002.p.222.

## REFERENCES

---

\* **Jaques Moeschler, Anne Reboul (1994) :**

Dictionnaire Encyclopédique de Pragmatique, seuil, 1994, p.71.

\* **Jaques Moeschler, Anne Reboul (1994) :**

Dictionnaire Encyclopédique de Pragmatique, seuil, 1994, p.6.

\* **Catherine Kerbrat-Orecchioni (2002) :**

Dictionnaire d'analyse du discours, seuil, 2002.

\* **Jocelyne Giasson (1990) :**

« La compréhension en lecture », 1990.

\* **Jocelyne Giasson (1990) :**

« La compréhension en lecture », 1990.p.4.

\* **Armengaud Françoise, (2007) :**

La pragmatique, P.U.F. « Que sais-je ? », 2007 (5<sup>e</sup> éd.), p. 7-15.

## REFERENCES

---

### II. REFERENCES SITOGRAPHIES

\* **CAI-FI-courrier-electronique :**

[www.cai.gouv.qc.ca/documents/CAI\\_FI\\_courrier\\_electronique.pdf](http://www.cai.gouv.qc.ca/documents/CAI_FI_courrier_electronique.pdf).

\* **«Facebook», Wikipedia, [En ligne] :**

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Facebook> (Page consultée le 11 mai 2011).

\* [Www.facebook.com](http://www.facebook.com),

\* [Www.google.pl](http://www.google.pl),

\* [Www.youtube.com](http://www.youtube.com),

\* [Www.linkedin.com](http://www.linkedin.com),

\* [Www.myspace.com](http://www.myspace.com),

\* [Www.twitter.com](http://www.twitter.com).

\* **Définitions Marketing:**

<http://www.definitions-marketing.com/Definition-Reseaux-sociaux>.

\* **Charaudeau, (1993) :**

<http://www.patrick-charaudeau.com/Un-modele-socio-communicationnel.html>.

\* **URL :** [www.cairn.info/la-pragmatique--9782130564003-page-3.htm](http://www.cairn.info/la-pragmatique--9782130564003-page-3.htm)

**<http://www.tiz.fr/utilisateurs-reseaux-sociaux-france-monde/>**

Novembre 2014, infographie réalisée par source des chiffres : [alexitaubin.com](http://alexitaubin.com).

\* <http://web-hobbies.com/2015/02/top-10-reseaux-sociaux-2015-analyse-comparative.html>

Top 10 réseaux sociaux au monde en chiffre.

Plus de chiffres : <http://bit.ly/stats-reseaux-sociaux>.

AWNENK

*LISTE DES ABREVIATIONS*

*Svp : S'il vous plis*

*\*Slt : Salut*

*\*Bjr : Bonjour*

*\*2MI : Demain*

*\*SLM : Salam*

*\*CV : ça va*

*\*MRC ou MR6 : Merci*

*\*HMD ou 7MD : Hamdoulillah*

*\*B 8 : Bonne nuit*

*\*Hi : Hay (mot en anglais qui veut dire salut)*

*\*B 1 : Bien*

*\*How r u : How are You (question en anglais qui veut dire comment ça va)*

*\*Dzl : Désolé*

*\*Good : Mot en anglais qui veut dire très bien*

*\*MSGE : Est un message électronique*

Tableau n 3 : Fiche d'identité d'un facebook

<b>Création</b>	<b>4 février 2004</b>
<b>Fondateurs</b>	Mark Zuckerberg Dustin Moskovitz Chris Hughes Eduardo Saverin
<b>Siège social</b>	Palo Alto, Californie ( Etats-Unis )
<b>Direction</b>	Mark Zuckerberg (PDG) Sheryl Sandberg
<b>Activité</b>	Réseau social
<b>Produit</b>	Timeline,  Ticker,  Facebook Music,  Facebook Lieu
<b>Effectif</b>	+ 1700 (2010)
<b>Site web</b>	facebook.com
<b>Chiffre d'affaires</b>	1080 M USD (2009)
<b>Résultats net</b>	500 M USD (2010)

Tableau n° 06 : Les données du corpus

Numéro de message	Message électronique	La rubrique	L'adresse de message	Le style de police	La taille de police	La couleur de la trace écrite
N° 1						
N° 2						
N° 3						
N° 4						
N° 5						
N° 6						

Tableau n° 07 : Types d'inférences

Message	Manifestation de la politesse	Types d'inférences		
		Logique	Pragmatique	Créative

Tableau n°8 : Types d'inférence

Message	Manifestation des formules de politesse	Les Types d'inférences
<a href="#">Labouza</a> <a href="#">Polly</a>	Salaaaaamo Cv Hmd	<b>Logique</b> ; Le lecteur inférerait que lui-même fait parti de la formule. <b>Créative</b> ; peut-être par rapport aux connaissances et détails avancé par le lecteur.
<a href="#">Chahra</a> <a href="#">Houda</a>	<b>Hi</b> <b>Cv</b> <b>hmd</b>	<b>pragmatique</b> ; peut-être le lecteur essayé de mélangé entre les langues de métrisation. <b>Créative</b> ; le lecteur a ouvert un autre sujet.
<a href="#">نوسة</a> <a href="#">نسنوسة</a>	SalEEEEEEEm how r u good lhmdlh I miss u	<b>Créative</b> ; peut-être le lecteur interpréterait par rapport à ses connaissances personnels. <b>Logique</b> ; le lecteur comme s'il félicite son ami pour ses déclaration.
<a href="#">Nacer</a> <a href="#">Wouroud</a>	Slt B1 C bon?	<b>logique</b> ; le lecteur dans un premier temps peut-être il est d'accord avec son ami. <b>Créative</b> ; peut-être pour dire que le lecteur réforme les idées.
<a href="#">Touha la</a> <a href="#">Fleur</a>	<b>Slt</b> <b>Ahl</b> <b>momkn nt3arf</b> <b>dzl</b>	<b>Créative</b> ; l'intervention de la langue maternelle peut signifier que le lecteur est contre la discussion avec une autre langue. <b>pragmatique</b> ; le lecteur inférerait que lui-même partie de les même connaissances.
<a href="#">Jalil</a> <a href="#">Jalilou</a>	slt alhanana cv B1 Hmd	<b>Logique</b> ; il chercherait le but des déclarations. <b>Pragmatique</b> ; le lecteur peut-être il a perdu la connaissance et il ne peut pas croire.


Tableau n°09: Représentation des résultats d'inférences

Messages	La formule de politesse	Types d'inférences		
		Logique	Pragmatique	Créative
Mess 1	2	1	0	1
Mess 2	3	0	2	1
Mess 3	5	3	0	2
Mess 4	3	1	0	2
Mess 5	3	0	1	2
Mess 6	2	1	0	1
$\Sigma$	18	6	3	9
%	100 %	33.33 %	16.66 %	50 %

Tableau n°10 : Fréquences des mots

N° de messages	Mots fréquents dans le message	Nombre Fréquences	%
1 et 3	Salam	2	16.66 %
4 ,5 et 6	Slt	3	25 %
1,2 et 6	Cv	3	25 %
1,2,3 et 6	Hmd	4	33.33 %

Figure n° 01. Les réseaux sociaux mondiaux

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in a white, lowercase, sans-serif font on a dark rectangular background.The Google+ logo, featuring the word "Google+" in a black, sans-serif font.The YouTube logo, with "You" in a black, sans-serif font and "Tube" in a white, sans-serif font inside a dark rounded rectangle.The Myspace logo, featuring a white icon of three stylized figures on the left and the text "myspace.com" in a white, lowercase, sans-serif font on a dark background.The LinkedIn logo, with "Linked" in a black, sans-serif font and "in." in a white, sans-serif font inside a dark square.The Twitter logo, featuring the word "twitter" in a lowercase, rounded, sans-serif font with a white outline and a light gray fill.