

La représentation du développement durable dans le blog Smogey

Romaanisen filologian kandidaatintutkielma

Jyväskylän yliopisto

Syyskuu 2021

Emmi Kyllönen

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen -yhteiskuntatieteellinen	Laitos – Department Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä – Author Kyllönen Emmi Kerttuli	
Työn nimi – Title La représentation de développement durable dans le blog Smogey	
Oppiaine – Subject Romaaninen filologia	Työn laji – Level kandidaatintutkielma
Aika – Month and year 09/ 2021	Sivumäärä – Number of pages 22
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tutkimuksessani käsittelen kestävästä kehityksestä luotua kuvaa. Analysoitavaksi materiaaliksi olen valinnut Smogey -ekoalustan blogin kestävästä kehityksestä. Tavoitteeni on analysoida, kuinka kirjoittaja luo representaation kestävästä kehityksestä.</p> <p>Käytän analyysissäni työkaluina diskurssianalyysia sekä argumentaation keinoja. Diskurssianalyysi perustuu ajatukselle, että kielenkäyttö on kontekstuaalista ja se, kuinka kieltä käytämme, muokkaa todellisuutta. Argumentaation analysoinnissa hyödynnän tarkemmin käsitteitä <i>logos</i>, <i>pathos</i> ja <i>ethos</i>, jotka viittaavat järkeilyyn, toisten vakuuttamiseen tunteisiin vedoten sekä puhujan itsestään luomaan kuvaan oman puheen kautta.</p> <p>13 blogiartikkelista olen valinnut vain neljä, joissa aihetta käsitellään mahdollisimman yleisellä tasolla ilman yksityiskohtaisempia, ”vihreitä” projekteja. Analysoin tätä aineistoani <i>logos</i>-, <i>pathos</i>- ja <i>ethos</i>-luokittelun avulla. <i>Logos</i> -kategoriassa keskityin kirjoittajan esittämiin faktoihin, järkeilyyn, tarkkoihin tietoihin, esimerkkeihin sekä uskottavuuden luomiseen. <i>Pathos</i> -kategoriassa tarkastelin voimakkaiden sanavalintojen käyttöä, pilkkaavan tai alentavan sävyn käyttöä sekä liioittelua. <i>Ethos</i> -kategoriassa tarkkailin sitä, millaisen kuvan kirjoittaja itsestään luo omien voimakkaiden sanavalintojensa, myönnytysten sekä arkisten ekoteko-ohjeistusten kautta.</p> <p>Mahdollisimman konkreettisilla ja perustelluilla neuvoilla blogin kirjoittaja yrittää saada lukijat kannustettua toteuttamaan arkisia ekotekoja. Hän tukee omia perustelujaan faktoin, esimerkein, poliittisin auktoriteetin sekä tutkimuksiin viitaten. Kirjoittajan käyttämät voimakkaat sanavalinnat ja kertomat tarkat tiedot luovat kuvan henkilöstä, joka on sitoutunut aiheeseen ja kokeen aiheen hyvin tärkeäksi.</p>	
Asiasanat – Keywords diskurssianalyysi, argumentaatio, logos, pathos, ethos, representaatio, kestävä kehitys, blogi	
Säilytyspaikka – Depository Jyx.jyu.fi	
Muita tietoja – Additional information	

Table des matières

1. Introduction	7
2. Cadre théorique	8
2.1. L'analyse de discours	8
2.1.1. L'analyse du discours – vue d'ensemble	8
2.1.2. La représentation	9
2.1.3 L'intertextualité	10
2.2. L'argumentation	10
2.2.1. Les approches de l'argumentation	10
2.2.2. L'argumentation dans le discours	12
2.2.3. Le logos, le pathos et l'ethos	12
3. Description	14
3.1. Le genre du blog	14
3.2. Le blog et la plate-forme de Smogey	16
4. Analyse	18
4.1. Méthode de l'analyse	18
4.2. Le langage dans les publications	18
5. Conclusion	21
Bibliographie	22

1. Introduction

Le développement durable est un sujet quotidien dans les journaux et dans les autres médias. On discute sur les nouveaux projets durables pour réutiliser l'eau, sur la disparition des glaciers et ses conséquences, sur les impacts du tourisme sur l'environnement et aussi sur les pertes économiques si les gens continuent à négliger leurs responsabilités à respecter l'environnement. Tous ces aspects sont réels, c'est donc important de comprendre les manières dont on en parle.

Un locuteur peut donner un point de vue sur le sujet mais ce faisant il peut négliger un autre point de vue ou une question importante. Si c'est volontaire, le locuteur utilise son pouvoir et cherche à persuader les autres de la légitimité de son argument (Pietikäinen & Mäntynen 2009 : 136) (Amossy 2016 : 15).

Pour comprendre comment le locuteur convainc les lecteurs et justifie ses arguments, il est important de se familiariser avec les théories de l'analyse de discours et de l'argumentation. L'analyse de discours théorise comment le langage crée la réalité et l'argumentation inclue le raisonnement (*logos*), les émotions (*pathos*) et la présentation de l'interlocuteur (*ethos*) (Pietikäinen & Mäntynen 2009 : 12) (Amossy 2016 : 12-13).

Le but dans cette étude est de découvrir comment l'auteur du blog Smogey construit une représentation sur le développement durable. D'abord, la partie théorique introduit l'analyse de discours et définit les notions de représentation et d'intertextualité, avant de traiter de l'argumentation et des concepts de *logos*, *pathos* et *ethos*. Après cela, nous définirons le genre du blog et ses aspects et présenterons la plate-forme et le blog Smogey. Dans la partie d'analyse sera présentée la méthode utilisée et sera faite l'analyse du corpus.

2. Cadre théorique

L'objectif de cette étude est d'analyser la représentation donnée sur le développement durable dans le blog Smogey. Pour ce faire, nous devons nous intéresser à l'analyse du discours et comprendre le concept de la représentation. Il y a plusieurs manières discursives pour créer la représentation, nous avons donc besoin de les déterminer. Nous examinons ensuite les aspects de l'argumentation et les concepts du *logos*, du *pathos* et de l'*ethos* qui nous aident à comprendre les moyens de convaincre les lecteurs.

2.1. L'analyse de discours

2.1.1. L'analyse du discours – vue d'ensemble

L'analyse de discours se place dans le champ du constructivisme social où l'on étudie comment une réalité sociale et des significations sont construites. Selon le constructivisme social, la langue peut être utilisée avec des sens variés dans différentes situations. (Pietikäinen & Mäntynen 2009 : 12) Dans le constructivisme social, il y a deux aspects importants à considérer. On suppose que les gens rationalisent leurs expériences en créant un modèle de la réalité sociale et de son fonctionnement. Le deuxième aspect est qu'on croit que la langue est le système le plus essentiel à travers lequel les gens construisent la réalité (Leeds-Hurwitz 2009, citée par Amineh & Asl 2015 : 13).

En premier lieu, le terme discours peut être compris de deux façons : il y a le concept de *discours* (d) et celui du Discours (D). Cette distinction est établie par un chercheur Américain, James Gee. Le Discours (D) est défini comme des façons caractéristiques de décrire des choses, phénomènes et événements. Elles sont historiquement assez enracinées. On peut les identifier et elles ont été utilisées dans des situations d'interaction différentes (Pietikäinen & Mäntynen 2009 : 27). Un bon exemple peut être le Discours (D) politique, où un politicien essaie de persuader et de convaincre les gens que ses idées sont bonnes et celles des autres mauvaises.

Dans le *discours* (d), il s'agit du langage comme activité sociale. En analyse de discours, le langage est toujours une interaction dans un certain contexte. Les sens naissent de l'interaction avec d'autres usagers d'une langue et de l'influence des autres discours. Les

mots seulement ne suffisent pas pour accéder au sens : une langue est construite par des normes, des règles et des valeurs discursives et sociales. La langue évolue tout le temps. Dans l'analyse de discours, on se concentre sur ce que la langue fait à son usager, sur ce que l'usager fait à sa langue et comment la langue fonctionne dans des situations différentes. Les différents choix linguistiques rendent possible les significations différentes (Pietikäinen & Mäntynen 2009 : 13-15).

Nous avons tous des ressources linguistiques qui nous donnent des possibilités et mettent des limites à notre utilisation de la langue. L'analyse de discours voit le langage comme moyen de construire la réalité, de construire les identités dans le contexte et de construire les hiérarchies et les opinions sur le sujet. La réalité sociale a aussi une influence sur la façon selon laquelle on utilise la langue. Il est important de comprendre que les ressources linguistiques peuvent influencer la façon selon laquelle la réalité est construite et la qualité de cette construction (Pietikäinen & Mäntynen 2009 : 15-18, 22). Par exemple, l'usage d'une langue étrangère peut limiter les capacités d'une personne à s'exprimer.

Toute interaction verbale est passée dans un certain contexte qui définit les significations possibles de l'énoncé. C'est le micro-niveau du langage. Le contexte de la situation est inclus dans un contexte de genre qui fait aussi partie du micro-niveau. Le macro-niveau du langage est le contexte socio-culturel. On le définit comme un vaste cadre d'action sociale et culturelle qui est liée à la société. Cela inclue le contexte de la communauté et le contexte institutionnel (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 29-36).

2.1.2. La représentation

Une représentation est définie comme une image construite par le langage. Une représentation est créée dans une certaine situation. Elle inclut le sujet traité, les gens liés et les relations entre eux et aussi leurs identités. C'est l'idée que les usagers d'une langue profitent des ressources linguistiques et sémiotiques et aussi discursives quand ils construisent et décrivent des informations différentes. Un aspect essentiel de la représentation est comment l'interlocuteur nomme, hiérarchise et met en valeur ou supprime des identités et des phénomènes du monde. Cet aspect donne à l'interlocuteur le pouvoir de persuader, voire de manipuler les autres. Le choix des mots qu'on utilise dans le texte est donc fondamental. Une représentation est toujours contextuelle et obtient sa signi-

fication dans la relation aux représentations précédentes (Pietikäinen & Mäntynen 2009 : 53-59).

2.1.3 L'intertextualité

D'autre part, un texte est toujours lié à quelque chose qui le précède et projette des significations et des hiérarchies déjà existantes. L'intertextualité est la liaison entre le texte de ce moment et tous les textes précédents dans leur contextes sociaux et historiques. Quand on utilise une langue, on emprunte toujours des expressions d'autres et on réutilise des significations qui existent déjà avant sa propre parole. Les situations du langage laissent des marques à une expression : quand elle est utilisée dans un nouveau contexte, elle obtient une nouvelle fonction. Tout texte est en relation avec des situations de langage précédentes, du moment et à venir. (Pietikäinen & Mäntynen 2009 : 116-117, 136).

2.2. L'argumentation

1. L'argumentation dans le discours se concentre sur l'analyse du discours dans sa dimension persuasive. Elle se base sur différentes approches de l'argumentation.

2. **2.2.1. Les approches de l'argumentation**

Selon la rhétorique classique d'Aristote, l'argumentation est basée sur la rationalité, la légitimité, une logique de valeurs et la raison pratique. Le raisonnement doit être acceptable par la majorité pour être bon et plausible. L'objectif de l'argumentation est d'influencer et de persuader les autres que son propre point de vue est le bon. Quand le locuteur essaye de convaincre l'auditoire, il doit tenir compte des valeurs et des idées de l'auditoire. La persuasion demande l'adaptation du locuteur à son auditoire. Le discours entend agir sur les esprits - et ce faisant aussi sur le réel. Le *logos*, le *pathos* et l'*ethos* sont ici importants : le *logos* désigne la raison dans la parole et voit l'auditoire comme des personnes capables de raisonner. Le *pathos* concerne les émotions utilisées pour convaincre l'auditoire. L'*ethos* est l'image du locuteur construit par la parole. Le discours est construit en usant de techniques et de stratégies pour parvenir à ses fins de persuasion : parler, c'est un moyen de mobiliser de ressources verbales dans un ensemble organisé et orienté (Amossy 2016 : 12-15).

Selon la nouvelle rhétorique, l'argumentation recouvre les techniques discursives qui permettent d'augmenter l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment. L'argument est naturellement dirigé vers un auditoire que l'orateur veut influencer. L'auditoire peut être une personne ou un plus grand ensemble des gens. Avec une personne, il est plus facile à prendre en considération ses croyances, ses valeurs et ses opinions et d'adapter la parole à celles-ci.

Selon Pierre de la Ramée, un logicien français, il y a cinq grandes parties dans la rhétorique. Quand on forme l'argument, on doit préparer et rechercher des matériaux qu'on utilise dans le discours, c'est l'invention. La disposition est l'organisation des matériaux dans le discours. On doit aussi décider du style selon lequel on présente l'argument, c'est l'élocution. La partie suivante s'appelle la mémoire, donc la mémorisation du discours. La dernière partie est l'action qui inclut la parole publique elle-même qui porte sur la voix et la geste (Amossy 2016 : 17-18).

Oswald Ducrot a développé une conception linguistique de l'argumentation : d'après lui, il y a six principes de l'analyse argumentative. Une approche langagière voit l'argumentation comme une construction de la mise en œuvre des moyens qu'offre le langage au niveau des choix, des manières et des parties. En deuxième, une approche communicationnelle souligne l'importance du contexte et aussi bien des interlocuteurs que de l'auditoire. En troisième, l'approche dialogique désigne l'adaptation à l'auditoire et les confrontations de l'auditoire sur les points de vue de l'interlocuteur. La quatrième approche est générique : il s'agit d'un type et un genre de discours institutionnalisés ce qui détermine des buts, des cadres d'énonciation et une distribution des rôles préalables dans la situation de discours. En cinquième, une approche figurale inclut des effets de style et des figures avec lesquelles on crée l'impact persuasif. La dernière approche est textuelle : elle voit l'argumentation comme un ensemble cohérent d'énoncés qui forment un tout (Amossy 2016 : 40-42).

Généralement, on peut dire qu'il y a argumentation quand une prise de position, un point de vue et une façon de percevoir le monde s'exprime sur le fond de positions ou visions tout simplement divergentes et tentent de les faire prévaloir. On n'argumente pas sur ce qui est évident. Selon Christian Plantin, un linguiste et un théoricien de l'argumentation française, « la situation dans laquelle naît toute argumentation est

structurée par une question rhétorique qui permet des réponses antagonistes ». Ceci a pour conséquence inévitable la nature dialogique du discours, comme Bakhtine-Volochinov, un linguiste russe l'a défini : « toute énonciation est une réponse à quelque chose et est construite de cette façon. Elle est juste un maillon de la chaîne des actes de parole » (Bakhtine-Volochinov 1977 : 105.) L'argumentativité apparaît comme une conséquence du dialogisme inhérent au discours, donc on considère que l'argumentation traverse l'ensemble des discours. Plantin dit que toute parole est argumentative et essaye de transformer le système de pensée d'un destinataire (Plantin 1996 : 18) (Amossy 2016 : 41-43).

Comme on l'a mentionné, pour convaincre, l'interlocuteur doit adapter sa parole et ses arguments à l'auditoire. Il y a plusieurs éléments qu'on doit prendre en considération dans ce champ de l'argumentation. Chaim Perelman définit le concept de l'auditoire, ou du destinataire, comme un ensemble de ceux sur lesquels l'interlocuteur veut influencer par son argumentation. Cette définition est valable pour l'argumentation écrite et orale et peut inclure une ou plusieurs personnes. L'adoption de la persuasion est plus ou moins consciente. Elle est dépendante de l'attitude de l'auditoire : il peut être passif ou impassible, il peut élever des contre-arguments et rendre l'argumentation plus difficile pour l'interlocuteur (Amossy 2016 : 50-52).

2.2.2. L'argumentation dans le discours

Amossy définit l'argumentation dans le discours comme : « tous les moyens verbaux qu'une instance de locution met en œuvre pour agir sur ses allocutaires en tentant de les faire adhérer à une thèse, de modifier ou de renforcer les représentations et les opinions qu'elle leur prête, ou simplement d'orienter leurs façons de voir ou de susciter un questionnement sur un problème donné ». (Amossy 2016 : 47).

2.2.3. Le logos, le pathos et l'ethos

Il y a trois concepts essentiels dans le champ de l'argumentation : le *logos*, l'*ethos* et le *pathos*. Le *logos* est la capacité à raisonner. Il s'agit de convaincre le lecteur avec des arguments rationnels et des preuves. L'*ethos* concerne l'image que l'orateur projette de lui-même dans le discours. Avec l'*ethos*, il veut créer crédibilité et autorité. Le *pathos* inclue

les émotions que l'orateur cherche à provoquer chez son auditoire. Pour persuader quelqu'un, on doit le toucher.

Aristote définit l'*ethos* comme une image discursive : il est produit par le discours et projeté par l'orateur désireux d'agir par sa parole. L'*ethos* se compose du bon sens (*phrónesis*), de la vertu (*areté*) et de la bienveillance (*eùnoia*). Comme Eggs le souligne, les arguments et les conseils doivent être compétents, raisonnables et délibérés, montrer de la solidarité, de l'obligeance et de l'amabilité envers les auditeurs et aussi être sincères, honnêtes et équitables. La construction de l'*ethos* est basée sur la moralité et sur l'intellectualité (Amossy 2016 : 82-85).

Dans le concept de l'*ethos*, on doit prendre en considération les mœurs oratoires ou les dimensions extra verbales. C'est important d'être conscient de l'*ethos* dans l'argumentation parce que l'*ethos* est véritablement l'image qu'une personne projette d'elle-même. Cela définit sa renommée et sa réputation, donne une impression sur son statut et son prestige, ses qualités propres et sa personnalité et, sur son mode de vie (Amossy 2016 : 86-87).

Pour Emile Benveniste, l'*ethos* est lié à la notion d'énonciation, définie comme l'acte par lequel un locuteur mobilise la langue. L'énonciation est une allocution, donc elle a une relation discursive au partenaire. Selon Benveniste, l'image de soi est appréhendée à travers les marques verbales qui la construisent. Les marques verbales réfèrent aux « procédés linguistiques par lesquels locuteur imprime sa marque à énoncé, s'inscrit dans le message et se situe par rapport à lui » (Kerbrat-Orecchioni 1980 : 32) (Amossy 2016 : 87-89).

Le *pathos* vise à enseigner, plaire et toucher. La capacité à émouvoir est considérée comme un don d'éloquence qui fait la supériorité du véritable orateur. Les émotions ont des fonctions un peu différentes : elles rendent possible la véritable éloquence, elles permettent d'atteindre un résultat et sont aussi un moyen sûr pour manipuler l'auditoire. Les émotions ont une influence très forte sur les gens et elles peuvent bloquer la pensée logique quand une personne n'est pas capable d'évaluer des choses et des arguments objectivement. Les émotions ne sont pas définies et sont liées à interprétation, donc elles sont aussi des jugements (Amossy 2016 : 209-230).

3. Description

3.1. Le genre du blog

Les blogs peuvent être définis comme les pages internet fréquemment mises à jour avec des articles qui sont organisées en ordre inversé (Herring, Scheidt, Wright & Bonus 2005 : 1). Ils se développent et s'adaptent avec le temps et les genres de blogs différents se sont multipliés (Miller & Shepherd 2009 : 263). Le blog comme genre peut offrir plus possibilités pour l'auteur que par exemple un article dans un magazine. Le genre du blog est défini plus comment il est utilisé et comment ces utilisations construisent les identités sociales, et moins par son contenu (Myers 2010 : 15).

Les blogs comprennent et façonnent des manières, des façons à faire des choses. Le contenu est variable : ce peut être des journaux personnels, des commentaires politiques, des rapports, des critiques, des recettes, des photos, et cetera. Le style peut aussi varier. En général, on utilise plutôt un style familier. La raison pour la variabilité est qu'un blog est disponible partout et constamment. La plateforme est facile à utiliser. N'importe qui peut commencer à écrire un blog (Myers 2010 : 15, 17-21).

Les blogs se caractérisent par la possibilité d'insérer des liens. Un lien peut mener à des articles précédents de l'auteur, à d'autres pages, à une vidéo, et cetera. Ces liens souvent créent des effets ingénieux qui ne sont pas possibles dans les autres médias. Les liens sont utilisés comme support pour donner une information complémentaire pour le lecteur et pour conforter le texte et les pensées de l'auteur. L'auteur peut aussi soutenir d'autres auteurs, offrir un autre point de vue, donner plus d'information sur le lien et son contenu, ou guider le lecteur à l'action. Les liens créent l'intertextualité mentionnée auparavant dans la partie théorique (2.1.2) (Myers 2010 : 20-21, 28-46).

Les blogs sont sans lieu par défaut. Ainsi, les auteurs peuvent de temps en temps donner aux lecteurs une idée d'où ils ont écrit les articles. Par ces indications l'auteur peut créer une identité, un contraste et une comparaison, ou justifier et expliquer ses pensées. Les indications rendent l'auteur concret et physique : l'auteur n'est pas juste dans l'imagination des lecteurs, il est réel. Avec internet, l'auteur a une vision globale sur le monde et toute l'information est facilement accessible et courante. Les auteurs des blogs utilisent

aussi des références de temps. Par exemple, ils connectent leurs textes et leurs pensées au contexte étendu, comme à un sujet actuel (Myers 2010 : 48-75).

Il y a plusieurs outils indirects et directs pour l'auteur pour engager des lecteurs. L'auteur peut s'adresser aux lecteurs, par exemple avec les expressions *mes amis* ou *chers lecteurs*. Avec les pronoms *tu* ou *vous* et *nous*, l'auteur peut exclure ou inclure des lecteurs dans le texte et son sujet. Il peut aussi référer à l'audience pour définir, identifier et catégoriser les gens et les groupes. L'auteur peut poser des questions pour les lecteurs ou les guider vers l'action. En utilisant des expressions et phrases conversationnelles, l'auteur donne l'impression d'une interaction conversationnelle (Myers 2010 : 77-93).

Avec tous les effets dans le blog, l'auteur veut créer une sorte de réponse ou réaction. Le blog est commenté. Il pousse à l'action, par exemple faire la cuisine ou faire du yoga, si le thème d'un article est une recette ou des exercices de yoga. Des lecteurs peuvent détester le blog et vouloir le vandaliser, en dénaturant les pensées et les mots de l'auteur. Les lecteurs peuvent aussi aimer tellement le blog qu'ils recommandent le blog aux autres (Myers 2010 : 21-22).

Les auteurs de blogs sont souvent prudents sur la façon de représenter leurs opinions. Ils utilisent plusieurs signes pour suggérer comment ils représentent cet énoncé. C'est fait avec les aspects de *position* qui comprend les expressions lexicales et grammaticales des sentiments, attitudes, jugements ou engagement concernant le contenu propositionnel d'un message. Les expressions lexicales signifient les choix de mots et les expressions grammaticales font référence aux choix et mode de temps des verbes utilisés. Par exemple, on peut dire : "Cet article pourrait être lisible, si l'auteur avait ajouté les sous-titres." Le verbe *pourrait* et son temps et mode indiquent que la phrase est un avis de quelqu'un. Les aspects de *positions* indiquent leur position grâce à trois sous-aspects : l'aspect épistémique indique comment nous savons ce que nous savons et la certitude ou l'incertitude d'un énoncé. L'aspect préjugé marque les préférences esthétiques, les jugements moraux, ou les réponses émotionnelles de l'auteur. L'aspect stylistique marque le ton des propos. L'auteur indique sa position dans son texte grâce à la grammaire et le discours. La grammaire inclut le choix des verbes, des adverbes, et aussi la nominalisation et la séparation des phrases. Le discours indique la parole rapportée ou

citée, les questions rhétoriques, l'ironie, les concessions et les effets de style conversationnels (Myers 2010 : 95-112).

L'auteur d'un blog peut marquer son énoncé comme fondé sur l'induction, la déduction, l'ouï-dire ou la croyance. L'induction indique que l'auteur raisonne du détail au général, donc des cas spécifiques à une conclusion. Dans la déduction, l'auteur raisonne des vérités générales aux cas spécifiques. L'ouï-dire signifie que quelqu'un a dit ou écrit. La croyance est la certitude secrète : ce qu'une personne sait. Ce n'est pas soutenu par des preuves mais peut marquer l'engagement de l'auteur (Myers 2010 : 114-124).

Dans les blogs, il y a plusieurs choses qu'on peut aussi trouver dans les autres genres des textes parce que dans les articles du blogs différents l'auteur peut mélanger les styles différents. Ainsi, il y a quelques aspects qui définissent le genre du blog. Les liens, mentionnés antérieurement dans ce paragraphe, sont des caractères uniques pour blogs. Les blogs doivent être interactifs. Finalement, tous les énoncés dits par l'auteur d'un blog sont, par défaut, considérés comme étant révisables. Les énoncés peuvent être corrigés ou définis postérieurement (Myers 2010 : 45, 93,112, 124-127).

3.2. Le blog et la plate-forme de Smogey

Smogey est la plate-forme pour conseiller, conscientiser, sensibiliser et informer les citoyens et les entreprises à réduire les impacts sur l'environnement. La plate-forme veut soutenir la participation un développement durable plus facile et offrir tous les outils à agir de cette manière. Elle encourage à préférer la consommation alimentaire locale, à utiliser les solutions de l'énergie verte, à aimer l'économie partagée, à se familiariser avec les réglementations régionales et aussi à recycler et à faire soi-même.

Le fondateur de Smogey s'appelle Tanguy et c'est un randonneur qui parcourt le globe. Une de ses destinations a été le Cambodge. Il a travaillé dans la région de Phnom Penh, ce qui lui a ouvert les yeux pour les impacts des gens sur la nature. C'est alors qu'il a pris la décision de commencer à écrire le blog Smogey.

Les quatre articles que j'ai choisis pour mon analyse sont *Belgique vs plastique, En finir avec l'obsolescence programmée, Le gaspillage alimentaire, l'heure est au changement et Réduire au quotidienne son empreinte écologique*. Ils parlent de plastique, d'obsolescence

programmée des téléphones, du gaspillage alimentaire et de la réduction de son empreinte écologique. J'ai choisi des articles ayant un sujet le plus général possible. Je veux analyser au niveau général la représentation que l'auteur du blog donne sur le développement durable et ses aspects.

4. Analyse

4.1. Méthode de l'analyse

J'ai analysé mon corpus en classant les arguments selon les catégories *logos*, *pathos* et *ethos*. Les aspects du *logos* sont présentés avec la logique et les faits. Le *pathos* est vu avec les mots forts et comment l'auteur suscite des émotions. Avec l'*ethos*, je recherche les signes comment l'auteur se présente, donc comment la personnalité de l'auteur est présentée dans les articles.

4.2. Le langage dans les publications

En général, le style est instructif et informatif. L'auteur peut donner des trucs pour les lecteurs et convaincre qu'il n'est pas trop difficile de penser à leur environnement dans les actions quotidiennes. Il utilise des justifications variées, de faits concrets aux discours des autorités, en montrant qu'il s'y connaît dans le sujet traité. L'auteur raisonne, suscite des émotions et se représente positivement pour amener les lecteurs à s'intéresser au sujet.

En premier, j'analyse comment l'auteur a utilisé le *logos*, ou le raisonnement, pour convaincre les lecteurs. L'auteur du blog Smogey utilise beaucoup d'exemples pour offrir l'information la plus concrète possible. Dans les articles, il y a des nombres et des pourcentages. L'auteur a aussi référé aux autorités et a relevé les aspects politiques dans les articles. Avec les informations précises, les pourcentages et les exemples concrets, l'auteur convainc les lecteurs qu'il a des bonnes connaissances sur le sujet (extrait 1).

Extrait 1 (Publication 1)

Sur les neuf milliards de tonnes que le monde a produit jusqu'à aujourd'hui, seulement 9% ont été recyclées et 12% incinérées. Le reste a trouvé sa place dans notre environnement et mettra des milliers d'année à se décomposer.

Il réfère aux recherches et aux autorités, comme le ministre de l'environnement de Wallonie et le ministre de l'économie et de développement de la Belgique ou encore l'Union Européenne et ses règlements, comme de l'interdiction totale de certains produits contenant du plastique. Ce sont des moyens très bons pour établir la crédibilité et se rattacher au champ politique. Ces références sont aussi un moyen pour gagner et utiliser le

pouvoir puisque l'auteur a des opinions fortes et indique, avec les références, qu'il s'est appuyé sur certains concepts et règlements politiques. Il manque cependant dans les articles des références valables. Il y a mentionné une recherche japonaise, mais il n'y a pas d'indications détaillées (extrait 2).

Extrait 2 (Publication 2)

Selon une recherche scientifique japonaise, les déchets d'appareils électriques et électroniques représentent environ le tiers des réserves mondiales de terres rares et de métaux précieux.

L'auteur fait appel aux émotions des lecteurs, ou profite du *pathos*. L'auteur du blog a suscité les émotions des lecteurs en utilisant des mots forts, des points d'exclamation et l'exagération. Dans les articles, l'auteur a utilisé des sous-titres forts et provocants, par exemple "Le plastique explose le score" (Publication 1). L'auteur assimile la consommation du plastique à une « aberration » (Publication 1), ce qui dégrade notre perception de la valeur du plastique. Même chose en parlant de l'obsolescence programmée (extrait 3) :

Extrait 3 (Publication 2)

il semblerait que les grands groupes usent et abusent de l'obsolescence programmée pour inciter les consommateurs à faire de nouveaux achats.

Deux entreprises, Epson et Apple, sont mentionnées, ce qui stigmatise ces entreprises. L'obsolescence programmée est traitée comme étant une tromperie. Avec l'interpellation des lecteurs, l'auteur veut inclure et impliquer ses lecteurs et souligne que les actions importantes proviennent d'eux-mêmes.

L'auteur a voulu représenter les actions durables comme les plus faciles que possible : elles sont concrètes, justifiées et expliquées en détail. L'auteur a dit comment les grandes organisations et entreprises, comme les écoles ou Lidl et McDonald's, ont réussi à diminuer les déchets alimentaires ou l'utilisation du plastique. Avec ça, il exprime que les personnes individuelles peuvent faire de même aussi. Avec les exagérations, l'auteur souligne l'importance de sujet et suscite la discussion (extrait 4).

Extrait 4 (Publication 1)

Le reste [de plastique] a trouvé sa place dans notre environnement et mettra des milliers d'année à se décomposer.

L'auteur fait appel aux lecteurs et à leur solidarité pour aider les autres habitants et leur environnement. Comme le blog est un genre libre, l'utilisation de l'ironie ou de la

moquerie, avec les questions directes et rhétoriques, est un moyen efficace de faire appel aux lecteurs. Quand l'auteur parle de l'obsolescence programmée comme une tromperie, il souligne le sujet et met en avant quelque chose qui est traité un peu comme un tabou.

Finalement, je me suis intéressée à la représentation que l'auteur crée de lui-même, l'*ethos*, et ses effets sur le lecteur. L'utilisation des mots forts, comme « boucher », « contre-attaque » et « tromperie » (Publications 1 et 2), donne une sorte de sûreté en créant une image déterminée sur l'auteur et cela peut amener le lecteur à oublier de remettre en question tous les détails mentionnés. Les mots forts et le style direct pour parler du développement durable renforcent l'impression que le sujet est très important pour l'auteur, et qu'il tient vraiment à l'environnement et à la nature. Malgré ce style, l'auteur est discret à propos de ses propres avis : il ne les dit pas directement mais utilise les choix des mots pour indiquer ses pensées. L'auteur n'est pas trop modeste bien qu'il tienne compte de ses lecteurs. Il comprend que les gens peuvent avoir des difficultés à suivre les changements de style de vie et à cause de cela il a écrit des listes détaillées et concrètes et donne des exemples concrets. L'auteur sait que c'est bon qu'on traite le sujet avec une façon franche et souple. Avec ce moyen, c'est plus facile de subjuguer les gens. Donc, l'auteur dit différents points de vue et offre des alternatives pour des actions et des exemples. Les concessions, comme « ...plus facile à dire que faire... », dit que l'auteur est sympathique vers les lecteurs et veut les aider à faire les changements assez petits mais significatifs.

5. Conclusion

Dans cette étude, nous avons examiné le blog de Smogey et la représentation donnée sur le développement durable. Pour l'étudier, nous avons utilisé l'analyse de discours et la théorie de l'argumentation. Nous avons classé les arguments suivant leur appartenance au *logos*, au *pathos* et à l'*ethos*.

L'auteur utilise beaucoup de mots forts, donne des faits, des exemples, des conseils concrets et se connecte au champ politique. Il représente le développement durable comme un champ vaste qui inclue des problèmes variés : l'utilisation du plastique et son accumulation dans les mers, les habitudes alimentaires, les attitudes de consommation et les pollutions. L'auteur convainc que les problèmes sont réels et pas seulement une production de son imagination. Nous devons faire quelque chose face à ces problèmes et nos actions ont de l'importance. Le développement durable n'est pas un aspect qu'on peut omettre mais les lecteurs devraient le considérer et en parler. Ces façons d'utiliser le *logos*, le *pathos* et l'*ethos*, selon lesquelles l'auteur exprime les aspects du sujet, disent beaucoup de son engagement sur le sujet et suggère que l'auteur lui-même a adopté un style de vie durable. C'est clair que le développement durable, la nature et l'environnement sont importants pour l'auteur du blog. Selon lui, c'est important d'aider l'environnement et faire au moins des petits changements "verts" dans la vie quotidienne.

Cette analyse aurait pu être plus approfondie et les résultats auraient pu être plus approfondis. De même, la recherche pourrait être étendue aux journaux, aux médias sociaux et aux autres sources. Par exemple je crois que la discussion sur ce sujet dans le champ politique serait intéressante à analyser.

Bibliographie

Corpus

Publication 1 : Smogey. La plateforme éco-responsable. « Belgique vs plastique ». < <https://smogey.org/be/fr/blog/belgique-vs-plastique/> > 10/07/2018. Consulté 12/02/2020

Publication 2 : Smogey. La plateforme éco-responsable. « En finir avec l'obsolescence programmée ». < <https://smogey.org/be/fr/blog/obsolescence-programmee/> > 05/01/2018. Consulté 12/02/2020

Publication 3 : Smogey. La plateforme éco-responsable. « Le gaspillage alimentaire, l'heure est au changement ». < <https://smogey.org/be/fr/blog/gaspillage-alimentaire/> > 04/08/2017. Consulté 12/02/2020

Publication 4 : Smogey. La plateforme éco-responsable. « Réduire au quotidienne son empreinte écologique ». < <https://smogey.org/be/fr/blog/reduire-empreinte-ecologique/> > 04/08/2017. Consulté 12/02/2020

Sources

Amineh, R. J. & Asl, H. D. 2015. « Review of Constructivism and Social Constructivism ». *Journal of Social Sciences, Literature and Languages*. Vol. 1(1). 9-16.

Amossy, R. 2016. *L'argumentation dans le discours*. Paris : Armand Colin.

Konishi, T. 2003. *Establishing Informal Logic through Dissociation*. Dans *Informal Logic at 25: Proceedings of the Windsor Conference*, éd. J. Anthony Blair, Daniel Farr, Hans V. Hansen, Ralph H. Johnson, & Christopher W. Tindale. Windsor, Ontario, Canada : OSSA.

Myers, G. 2010. *The discourse of blogs and wikis*. New York. Continuum.

Miller, C. R. & Shepherd, D. 2009. « Questions for genre theory from the blogosphere ». Dans *Theories of Genre and Application to Internet Communication*, éd., Janet Giltroe & Dieter Stein. 263-290. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company.

Pietikäinen & Mäntynen. 2009. *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere : Vastapaino.