



République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la recherche Scientifique
Centre universitaire Abdelhafid BOUSSOUF. Mila



Institut des Lettres et des Langues

Département des Langues Etrangères

Filière : Langue française

Énonciation et modalisation dans le discours des influenceurs algériens sur TikTok.

**Mémoire élaboré en vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences
du langage**

Présenté par :

1/ BENDEKICHE Nada

2/ MEDJDOUB Reyane

Sous la direction de :

Dr. SENSRI Meriem

Devant le jury composé de :

Président : Dr. LABED Fatima

Rapporteur : Dr. SESRI Meriem

Examineur : Dr. BENDIB Hanane

Année Universitaire 2024/2025

***Enonciation et modalisation dans
le discours des influenceurs algériens
sur TikTok***

Dédicace

Je dédie ce modeste travail :

À mes chers parents, ma source inépuisable de motivation, de force et de détermination, qui ont toujours cru en moi.

À ma mère, Farida, ma source d'amour et de prières, qui m'ont portée bien au-delà de mes propres forces.

À mon père, Abdeldjalil, dont le regard fier m'a toujours poussée à viser plus haut.

À ma sœur Ayda et à mon frère Ayoub, à qui je souhaite un avenir rempli de succès.

À Reyane, ma partenaire dans l'effort, la fatigue et les réussites. Dans ce mémoire se trouvent aussi nos insomnies partagées, nos échanges d'idées et nos encouragements. Merci pour ta patience, ton soutien et ta confiance.

À notre encadrante, Mme. SENSRI MERIEME, pour sa patience, ses conseils et son accompagnement bienveillant.

Et à toute personne ayant contribué de près ou de loin à l'aboutissement de ce travail.

Nada

Dédicace

Je dédie ce modeste travail :

À mes honorables parents Mourad et Soria pour leur amour, leurs conseils ainsi que leur soutien inconditionnel, à la fois moral qui m'a permis de réaliser les études que je voulais.

Que Dieu les protège

À mon cher mari Salim pour son aide et ses conseils qui ont été toujours un guide pour moi.

À mes chères sœurs : Khouloud, Issra, Aridj, Doha et mon beau-frère Abderezak qui m'ont encouragé inlassablement.

À ma belle-mère Nacéra, mes belles sœurs et mes beaux-frères.

À Nada qui a partagé ses efforts avec moi. Merci pour ton soutien moral, ta patience et ta compréhension tout au long de ce projet. Je ne peux pas l'apprécier en mots.

À mes oncles et mes tantes surtout mon oncle Wadah.

À toutes la famille MEDJDOUB et BENZAID.

À notre directrice de recherche, Madame SENSRI Meriem pour sa patience et sa disponibilité et surtout ses conseils précieux, un franc merci à vous !

REYANE

Remerciements

*Nous nous adressons en premier lieu notre reconnaissance à **Allah** Le Tout Puissant de nous avoir donné la santé et la volonté de pouvoir continuer nos études.*

*Tout d'abord, nous tenons à remercier notre directrice de mémoire, Mme **Meriem SENSRI**, pour l'aide qu'elle nous a apportée et les connaissances qu'elle a su nous transmettre. Nous la remercions également pour le temps qu'elle nous a consacré et pour sa supervision éclairée tout au long de la rédaction de ce mémoire.*

Nous tenons à saisir cette occasion et adresser nos profonds remerciements aux membres de jury, qui ont accepté d'évaluer ce mémoire.

Nous souhaitons adresser nos plus sincères remerciements à nos familles, pour leur soutien moral indéfectible et leurs encouragements constants.

Nous remercions aussi tous les enseignants de l'université de Mila, plus particulièrement les enseignants de lettres et des langues étrangères pour leurs qualités scientifiques et pédagogiques

Enfin, nous exprimons notre gratitude profonde envers tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de cette recherche.

Déclaration

1. Ce mémoire est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original.
2. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par l'Arrêté N° 933 du 28 juillet 2016 fixant les règles relatives à la prévention et la lutte contre le plagiat.
3. Les citations reprises mot à mot à mot à d'autres auteurs figurent entre guillemets avec la mention, en bas de page, du nom de l'auteur, l'ouvrage et la page.

Nom : BENDEKICHE **Prénom :** Nada.....

Signature :.....

Nom : MEDJDOUB **Prénom :** Reyane

Signature :.....

Résumé

Notre sujet de recherche s'inscrit dans le domaine de l'analyse du discours et porte sur l'étude de l'énonciation et de la modalisation dans les contenus d'influenceurs algériens sur TikTok, notamment ceux de The DollBeauty, Hayet Louni et Khoubai.

L'objectif de notre étude est d'analyser les différentes stratégies discursives employées dans le but de mettre en évidence leur contribution à la construction d'une relation et d'un engagement avec leur audience.

Mots-clés : énonciation, modalisation, influenceurs algériens, Tiktok, engagement.

الملخص:

يندرج موضوع بحثنا ضمن مجال تحليل الخطاب، ويهدف إلى دراسة الأنساق التلفظية والتعديل المقامي، في محتوى المؤثرين الجزائريين على منصة تيك توك، لا سيما دا دول بيوتي، حياة لوني وخُبي. تهدف دراستنا إلى تحليل الاستراتيجيات الخطابية المختلفة المعتمدة، بهدف إبراز دورها في بناء علاقة والتفاعل مع جمهور هؤلاء المؤثرين.

الكلمات المفتاحية: التلفظ، التعديل المقامي، المؤثرون الجزائريون، تيك توك، التفاعل.

Abstract:

Our research topic falls within the field of discourse analysis and focuses on the study of enunciation and modality in the content produced by Algerian influencers on TikTok, particularly that of TheDollBeauty, Hayet Louni, and Khoubai. The aim of our study is to analyze the various discursive strategies employed, in order to highlight their contribution to building a relationship and fostering engagement with their audience.

Keywords : enunciation, modalization, Algerian influencers, TikTok, engagement.

Liste des tableaux

Tableau 1: Les profils des créateurs de contenu sur TikTok	30
Tableau 2: Présentation de The Doll Beauty	31
Tableau 3: Les vidéos publiées par TheDollBeauty	31
Tableau 4: Présentation de Hayet Louni	32
Tableau 5: Les vidéos publiées par Hayet Louni	33
Tableau 6: Présentation de Khoubai	34
Tableau 7: Les vidéos publiées par Khoubai.	35
Tableau 8 : Grille d'analyse	36
Tableau 9 : Les indices de l'énoncé ancré	42
Tableau 10 : Les embrayeurs subjectifs (personnes (qui parle ?)).....	78
Tableau 11 : Les embrayeurs subjectifs (personnes (A qui parle ?)).....	80
Tableau 12 : Les embrayeurs subjectifs (non- personnes).....	83
Tableau 13 : Les déictiques spatiaux	85
Tableau 14 : Les déictiques temporels.....	88

Liste de figure

Figure 1: Le schéma de la communication des sentiments et attitudes proposé par le chercheur américain Mehrabian.....	21
Figure 2 : Modèle de la communication de Jacobson.....	23
Figure 3:Les interactions « mixtes ».....	28
Figure 4: Enonciation / Enoncé ancré.....	41
Figure 5:Enonciation / Enoncé coupé.....	44
Figure 6:Reformulation du schéma de Jakobson par Orecchioni	52

Liste des abréviations

K : Mille

Loc.O: Le locuteur Original.

Loc.R: Le locuteur Original.

Trad : Traduction.

Table des matières

Dédicace.....	2
Remerciements.....	4
Déclaration.....	5
Résumé.....	6
Liste des abréviations.....	9
Introduction générale	13
Chapitre 01 :.....	18
Repère théorique, méthodique et description du corpus	
1. La communication	19
1.1. La communication Verbale.....	20
1.2. La communication non verbale.....	20
1.3. La communication numérique	21
1.4 Les composants de la communication	22
1.5 Le schéma de la communication.....	22
2. Les réseaux sociaux	23
2.1 La définition.....	23
2.2 Les réseaux sociaux en Algérie.....	24
3. L'interaction.....	25
3.1 La définition de l'interaction	25

3.2. Les composants de l'interaction.....	26
3.3. Les types de l'interaction	26
3.4 L'objectif des interactions.....	28
Description du corpus	29
1. La présentation des influenceurs.....	30
Méthodologie	35
Chapitre 02 :.....	38
L'énonciation et la modalisation dans le discours des influenceurs	
1. Le discours	39
1.1 La définition.....	39
2. L'énoncé	40
2.1. Les types de l'énoncé.....	41
3. L'énonciation	44
3.1 La définition.....	44
3.2 Aperçu historique.....	45
4. La théorie de l'énonciation	46
4.1. De la linguistique structurale à la linguistique énonciative	46
4.2. La linguistique structurale.....	47
4.3. La linguistique de l'énonciation.....	48
5. L'approche théorique de l'énonciation	49
5.1 Emile Benveniste	49

5.2. Oswald Ducrot	50
5.3. Catherine Kerbrat-Orecchioni.....	51
5.4. Dominique Maingueneau.....	52
6. Les éléments constitutifs de l'énonciation.....	53
6.1. Locuteur/interlocuteur et les modalités allocutives	54
6.2. Locuteur /propos et les modalités élocutives	59
6.3. Locuteur/ « autre-tiers » et les modalités délocutives.....	68
7. Les marques de l'énonciation	77
7.1. Les embrayeurs subjectifs : Personne et non-personne	77
7.2. Les déictiques spatio-temporels	84
Conclusion générale.....	91
Références bibliographiques	94
Annexes.....	97

Introduction générale

L'homme est un être vivant qui, par nature, a besoin de communiquer. Sa vie est fondée sur l'interaction avec les autres, la transmission de messages et l'échange d'informations. Pour répondre à ce besoin, il n'a cessé de développer des moyens de communication lui permettant d'assurer ces échanges : les lettres, le téléphone, la radio, la presse... Une évolution progressive a mené à l'émergence des réseaux sociaux actuels, parmi lesquels TikTok, qui a connu un succès croissant et une popularité mondiale ces dernières années, séduisant des millions d'utilisateurs à travers le monde. Cette plateforme dédiée aux vidéos courtes s'est imposée comme un véritable phénomène culturel, influençant les tendances, la musique, ainsi que notre manière de consommer le contenu en ligne.

À cet égard, les influenceurs, qui maîtrisent les outils numériques et les réseaux sociaux, produisent un contenu susceptible de leur assurer une source de revenus à la fois rapide et accessible. Ils sont capables de bouleverser et de diviser l'opinion publique sur des sujets sensibles ou, au contraire, de constituer une communauté fidèle, stable et étendue. En effet, ces influenceurs se sont transformés en véritables forces agissantes : devenus riches, médiatisés, et sollicités par les médias, les programmes télévisés et les grandes marques. De plus, les jeunes cherchent à tout prix à les imiter et à suivre leur parcours, les considérant désormais comme des modèles, voire comme des références.

Les moyens de communication changent avec le temps, mais l'élément qui demeure constant dans chacun d'eux, c'est la langue à travers laquelle les messages sont transmis. La langue est l'objet d'étude des sciences du langage, et l'analyse du discours s'intéresse à l'étude de la langue comme moyen de communication et de transmission des messages dans différents contextes. Puisque le discours des influenceurs a un impact sur leurs abonnés, il nécessite une analyse du discours, et plus précisément une analyse énonciative, qui en constitue l'un des éléments essentiels. Cette dernière permet de mettre en évidence les signes de la présence du locuteur dans le discours et permet ainsi de révéler et de mieux comprendre

les mécanismes de modalisation. L'analyse des stratégies discursives dans les discours des influenceurs, notamment sur la plateforme TikTok, a suscité un intérêt croissant dans le champ des sciences du langage et de la communication. Plusieurs approches théoriques ont été mobilisées pour étudier les phénomènes d'énonciation et de modalisation, deux dimensions fondamentales dans la construction du discours numérique.

Parmi nos références majeures figurent les travaux de Charaudeau et Maingueneau, dont les contributions ont permis de poser les bases d'une analyse discursive prenant en compte les rapports entre langage, situation de communication et enjeux de pouvoir. À cela s'ajoutent les apports de Émile Benveniste, à travers ses *Problèmes de linguistique générale* (Tomes I et II), où il théorise notamment la subjectivité dans le langage, ainsi que ceux de Kerbrat-Orecchioni, qui approfondit les mécanismes énonciatifs en lien avec la position du locuteur (*L'énonciation. De la subjectivité dans le langage* (3^e éd.), 1999). Ces cadres théoriques, souvent articulés dans les recherches en analyse du discours, constituent un socle fondamental pour appréhender la spécificité des discours produits par les influenceurs dans les environnements numériques. Par ailleurs, la thèse de doctorat qui nous a servi de guide tout au long de notre travail est celle de Mme Bendib (2018) intitulée « *Les stratégies publicitaires télévisuelles algériennes et françaises. Étude sémio-pragmatique comparative* ».

Notre motivation à choisir ce sujet réside d'abord dans notre spécialisation en sciences du langage, qui nous pousse à nous intéresser à ce phénomène linguistique. Cette recherche est aussi portée par une motivation personnelle. Faisant partie d'une génération particulièrement attentive et attachée aux réseaux sociaux, nous avons remarqué une transformation sociale et mondiale portée par les créateurs de contenu. Ces derniers ont la capacité d'influencer et de façonner l'opinion publique, devenant ainsi des modèles pour la jeunesse. Ce constat, qui écarte et marginalise souvent les intellectuels au second plan, nous a amenés à nous interroger sur ce phénomène et à en faire l'objet de notre recherche. Par

ailleurs, l'analyse du discours constitue un champ de recherche à la fois riche et dynamique. C'est aussi l'une des raisons qui nous ont poussés à explorer une problématique touchant à la notion de discours, dans un domaine d'analyse à la fois stimulant et pertinent. En plus de sa cohérence avec notre formation, le sujet choisi soulève une problématique contemporaine et d'actualité, ce qui le rend plus captivant et adéquat avec notre champ d'étude.

Cette observation nous a conduites à analyser leurs discours en posant la problématique suivante : Comment les stratégies d'énonciation et de modalisation dans les discours des influenceurs sur TikTok influencent-elles la relation avec leurs abonnés et l'engagement généré ?

Cette problématique nous amène à poser d'autres interrogations secondaires :

1. Quels sont les éléments constitutifs de l'énonciation dans le discours des influenceurs ?
2. Quelles sont les stratégies et les procédés énonciatifs utilisés par les influenceurs ?
3. Quels sont les mécanismes discursifs auxquels ont eu recours les influenceurs dans leurs discours en vue de persuader leurs abonnés ?

Afin d'éclaircir cette problématique et répondre aux questions posées, il convient d'énoncer au préalable les hypothèses que notre travail tentera de vérifier :

1. Les influenceurs marquent leur présence dans leurs discours par l'utilisation du pronom « je », ils impliquent leurs abonnés en utilisant les deux pronoms « nous » et « vous ».
2. Les influenceurs utilisent une énonciation personnalisée (usage de pronoms, tonalité familière) pour établir un lien de proximité avec leur audience, favorisant ainsi l'engagement et la confiance.
3. Les influenceurs utiliseraient dans leurs discours des stratégies énonciatives, pragmatiques et la modalisation pour exercer une influence sur leurs abonnés.

Notre corpus se concentre principalement sur les réseaux sociaux, et plus spécifiquement sur TikTok. Il sera constitué de vidéos publiées par des influenceurs, afin de les soumettre à une analyse. Notre étude vise à analyser le discours des influenceurs algériens dans des vidéos publiées sur TikTok. Nous allons nous concentrer sur une sélection de vidéos de Khoubai, TheDollBeauty et Hayet Louni, qui représentent des influenceurs et TikTokers en Algérie.

Notre travail de recherche se divise en deux chapitres. Dans le premier chapitre, nous tenterons de présenter les repères théoriques de notre sujet, ainsi que la méthodologie adoptée et la description de notre corpus. Le deuxième chapitre sera consacré à l'analyse de ce corpus, accompagnée de la présentation de quelques notions clés nécessaires à la bonne conduite de cette analyse.

Chapitre 01 :

**Repère théorique, méthodique et description
du corpus**

La continuité de la vie humaine est étroitement liée au processus de communication qui est imposé de nos jours sur tous les supports écrits et audiovisuels, où les locuteurs interagissent, transfèrent leurs expériences, expriment leurs idées et échangent des informations. Dans ce chapitre intitulé « Repère théorique, méthodologie et description du corpus ». Nous commençons par la définition de la communication et de ses différents types, nous abordons ensuite les réseaux sociaux, puis l'interaction et ses différents types, et enfin, nous présentons notre corpus ainsi que la méthodologie adoptée.

1. La communication

Étymologiquement, le mot « communication » vient du verbe latin « communicare » qui signifie « partager », « rendre commun » ou « mettre en commun ». Ce n'est pas évident de donner une définition précise de la communication, tant cette notion est vaste et complexe, elle est en effet utilisée et adoptée par nombreux spécialistes et théoriciens issus de disciplines variées : Didactique, linguistique, pragmatique, etc. Nous citons ci-après quelques définitions, dont celles proposées par de différents dictionnaires et théoriciens. Selon le dictionnaire Larousse, la communication est définie comme une : « action d'établir une relation avec quelqu'un ; échange verbal, gestuel ou écrit entre deux personnes » (Dictionnaire Larousse, 2005). Quant à Le Robert, il la définit comme suit « La communication est le fait de communiquer, d'échanger des informations à l'aide de la parole, de gestes ou de signes. » (Dictionnaire Le Robert, 2012). De leur part, les deux théoriciens de l'analyse de discours, Charaudeau et Maingueneau (2002, pp. 109-110) affirment que : « La communication permettrait aux hommes d'établir entre eux des relations [...] la communication humaine comme un processus de transmission entre une source (émetteur) et une personne cible du message (récepteur), selon un schéma symétrique autour des notions de code, canal, émetteur, récepteur, encodage et décodage». Autrement dit pour que la communication humaine soit effective, il faut qu'au moins deux personnes échangeant des

messages dont le but initial est la réalisation d'une intercompréhension. Partant de ces différentes définitions, nous pourrions dire que la communication un processus complexe et multiforme d'échange d'informations, de significations et d'interactions entre des individus ou des groupes, à travers divers canaux (verbaux, non verbaux, écrits ou médiatisés).

1.1. La communication Verbale

La communication verbale désigne l'ensemble des éléments d'informations transmis par la voix lors d'une situation de communication. Pour qu'elle soit efficace, plusieurs composantes essentielles doivent être réunies : L'émetteur, le récepteur, le message, le code, le canal, le contexte et le référent. Jakobson, propose un schéma de la communication verbale, « *longtemps considéré comme une référence* » (Maingueneau et Charaudeau, 2002, p. 110), basé sur six fonctions du langage : émotive, conative, référentielle, poétique, métalinguistique et phatique. Ce type de communication est qualifié de communication verbale, car il repose sur l'échange linguistique (parole, écriture). Sur TikTok, elle se caractérise par :

- Oralité spontanée : Ton conversationnel ("*Hey les gars, !*").(thedollebeauty, vidéo 4)
- Hybridité linguistique : Alternance français/arabe dialectale (darja) ("*y a ouahed shmata en français!*").(Hayat louni, vidéo 5)
- Adaptation au format court : Messages concis et percutants.

1.2. La communication non verbale

La communication non verbale est une forme de communication qui permet de transmettre des messages sans utiliser la parole. Elle repose sur des signes comme les gestes,

le regard, les mimiques du visage ou le ton de la voix. Pour le chercheur américain Mehrabian, lorsqu'un locuteur parle seulement 7% de son message se passe. Cependant, le ton et la voix font passer 38% du message. En revanche, le langage non verbal réserve 55% (gestes, mimiques, postures,...). Voici le schéma proposé par le chercheur utilisant les résultats, les effets et le poids du paralangage sur la communication.

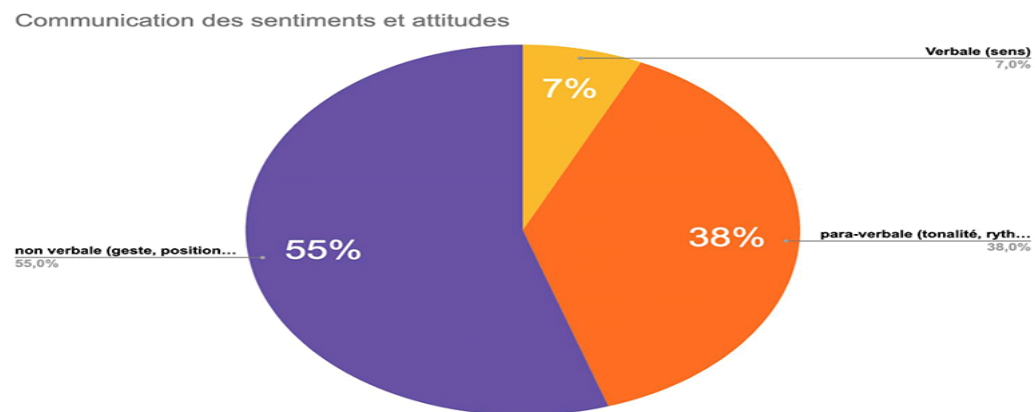


Figure 1: Le schéma de la communication des sentiments et attitudes proposé par le chercheur américain Mehrabian

<https://www.todoskills.com/le-message-inaudible-dalbert-mehrabian-sur-la-communication-non-verbale/> (consulté le 25-02-2025)

A cet effet, la communication non verbale complète le message verbal et sert à le rendre plus compréhensif.

L'évolution des technologies dans le domaine de la communication offre à l'être humain la possibilité d'entrer en contact avec autrui en recourant à une multitude de supports autres que le langage verbal, tels que la gestuelle, les expressions faciales, le montage vidéo, la musique ou encore les sons.

1.3. La communication numérique

L'utilisation du terme « numérique » permet de désigner l'ensemble des échanges communicationnels qui s'effectuent à travers des dispositifs technologiques connectés, et qui

sont médiatisés par des outils digitaux (ordinateurs, smartphones, tablettes, etc.). Elle est caractérisée par des pratiques langagières spécifiques et des modes d'interaction renouvelés : « *La communication numérique renvoie à toute forme d'échange communicatif dont les messages sont véhiculés par les réseaux télématiques* » (Marcoccia, 2016, p. 16) . Donc, cette forme de communication recouvre une variété de situations aussi bien privées que publiques et repose sur des supports tels que le courrier électronique, la messagerie instantanée, les forums de discussion, les chats ou encore les plateformes de réseaux sociaux.

1.4 Les composants de la communication

Tout acte de communication repose sur la présence de six composantes essentielles.

1.4-1.Émetteur également désigné sous les termes de destinataire ou énonciateur, c'est celui qui envoie le message à un récepteur.

1-4 -2.Récepteur aussi appelé destinataire ou énonciataire, c'est celui qui reçoit et interprète le message transmis par l'émetteur.

1-4- 3.Le message est l'objet de la communication, l'information ou la connaissance qui est transmis durant l'acte de communication.

1-4-4.Le contexte appelé aussi référent, correspond à la situation ou à la réalité dont il est question dans l'acte de communication.

1-4-5. Le canal est le moyen par lequel le message circule entre l'émetteur et le récepteur. Il peut être auditif ou visuel.

1-4- 6. Le code est le système utilisé pour transmettre l'information qui est constituée de signes et de règles à respecter entre le récepteur et l'émetteur, il leur permet de se comprendre aussi bien à l'oral qu'à l'écrit.

1.5 Le schéma de la communication

Toute communication, qu'elle soit orale ou écrite, suit le processus suivant : un émetteur (ou destinataire) produit un message (ou énoncé) destiné à un récepteur (ou

destinataire), dans un contexte précis. Ce message est transmis à l'aide d'une langue commune (code) et d'un moyen de communication spécifique (canal). Ce processus peut être représenté par le schéma suivant :

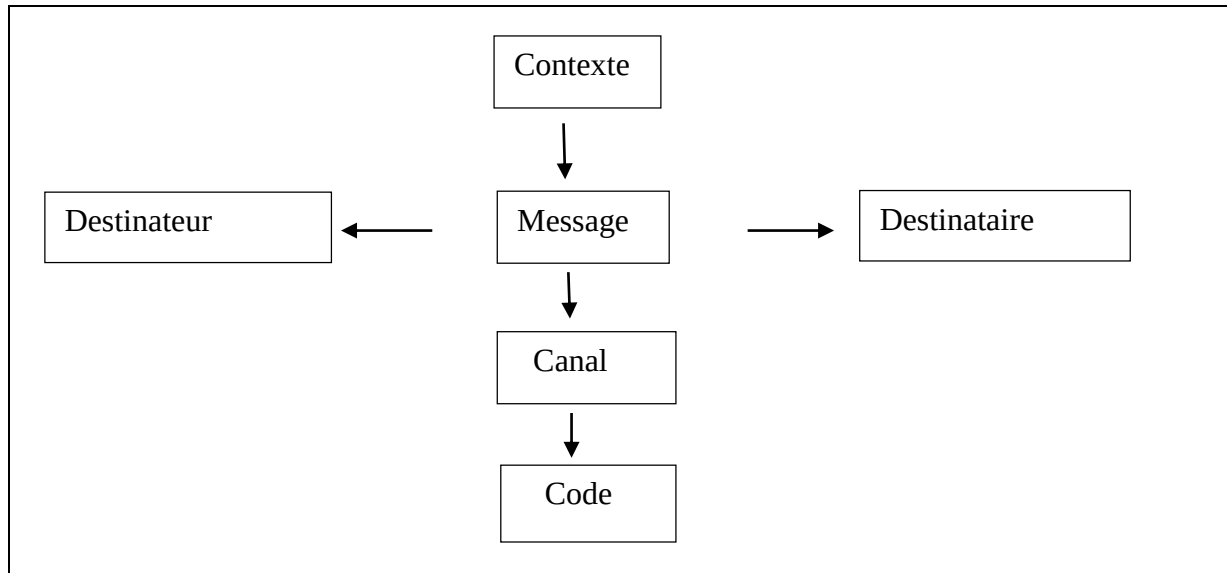


Figure 2 : Modèle de la communication de Jacobson

<https://alf.asso-web.com/uploaded/le-sch-communication.pdf> (consulté le 18/04/2025)

2. Les réseaux sociaux

2.1 La définition

Nous sommes actuellement dans une ère numérique, caractérisée par une utilisation intensive des réseaux sociaux, grâce au progrès des nouvelles technologies de l'information et de la communication. À ce propos, Lefebvre (2005, p. 25) fait remarquer que le véritable auteur de l'expression « réseaux sociaux » est le sociologue John Barnes, en 1954, dans le contexte d'une étude menée en Norvège visant à examiner l'ensemble des interactions sociales au sein d'une petite ville peuplée de 4600 habitants. Dans cette même perspective, (Dupin, 2010, p. 14) considère qu'un réseau social se réfère à : « *L'ensemble des plateformes en ligne*

créant une interaction sociale entre différents utilisateurs auteur de contenus numériques (photos, textes, vidéos) et selon divers degrés d'affinités ». Selon Boyd et Ellison (2007, p. 211) ,Un réseau social représente : « *Un service web permettant aux individus de construire un profil public ou non créé par une combinaison de contenu et, d'autre part, d'articuler ce profil avec d'autres ».* En se basant sur ces définitions, nous pouvons affirmer qu'un réseau social renvoie à l'ensemble des plateformes en ligne et des sites web où les internautes partagent des informations personnelles (textes, images, vidéos), formant ainsi une communauté à la fois visuelle et interactive.

2.2 Les réseaux sociaux en Algérie

L'usage des réseaux sociaux a connu une expansion significative en Algérie au cours des dernières années. D'après une enquête réalisée en janvier 2025 par Data Reportal, une source internationale spécialisée dans les statistiques numériques environ 25,6 millions d'utilisateurs actifs sur les réseaux sociaux, représentant 54,2 % de la population totale,). Les réseaux sociaux les plus répandus dans le pays sont Facebook, WhatsApp, Instagram, , et plus récemment TikTok :

2.2.1 Instagram s'agit d'un réseau social dédié au partage de photos et de vidéos, sur lequel certaines personnes exercent même une activité professionnelle. Cette application a été créée par Kevin Systrom, programmeur, informaticien et entrepreneur américain rachetée par Facebook en 2012 ;en Algérie plus de 12 millions d'utilisateurs, en hausse de 600 000 (+5,3 %) par rapport à 2024.

2.2.2 whatsApp s'agit d'une application américaine développée par la société « Meta », initialement créée en 2009 par Jan Koum et Brian Acton. Elle permet d'envoyer des messages, de passer des appels vocaux ainsi que des appels vidéos. WhatsApp a connu un succès remarquable dès 2010 et comptait plus de deux milliards d'utilisateurs dans le monde en 2020.

2.2.3 Facebook est l'un des réseaux sociaux les plus célèbres et les plus utilisés à travers le monde. Il a été créé en février 2004 par Mark Zuckerberg, étudiant en psychologie à une université américaine et géré par la société Meta. Facebook est une plateforme gratuite accessible via Internet, permettant aux utilisateurs d'interagir avec leurs amis, de partager des photos, des vidéos, et diverses publications. En Algérie, en 2025, 25,6 millions d'utilisateurs, en hausse de 700 000 (+2,8 %) par rapport à 2024.

2.2.4 TikTok est le réseau social sur lequel portera notre attention. Cette application permet le partage de vidéos à l'échelle mondiale. Depuis son lancement en 2016, elle est devenue de plus en plus populaire au fil du temps. Selon les statistiques fournies par Sensor Tower, entreprise spécialisée dans l'analyse des applications mobiles, l'Algérie fait partie des pays comptant le plus grand nombre d'utilisateurs de TikTok au début de 2025, TikTok compte également 21,1 millions de membres (âgés de 18 ans et plus) d'après TSA (Tout Sur l'Algérie). Cette plateforme a connu une croissance remarquable, avec une augmentation de 3,69 millions (+21,2 %) en nombre d'utilisateurs entre début de 2024 et début 2025. L'usage de TikTok en Algérie est particulièrement répandu chez les jeunes, même si les adultes en constituent la majorité des utilisateurs.

3. L'interaction

3.1 La définition de l'interaction

La communication et l'interaction sont deux concepts étroitement liés. La première se concentre sur la manière dont le message est transmis, tandis que la seconde met l'accent sur l'influence réciproque, que les participants ont les uns sur les autres, dans un cadre de communication. Etymologiquement, l'interaction est un mot composé du préfixe du latin *inter* « entre » et *actio* « action » fait d'agir. Cette notion ne possède pas une définition uniforme en raison de sa nature pluridisciplinaire. Le dictionnaire Larousse (2005, p. 743) définit ce concept comme « *l'influence réciproque de deux phénomènes de deux personnes* ».

De ce qui précède, il ressort que l'interaction désigne une action ou une influence réciproque exercée entre deux ou plusieurs éléments qu'il s'agisse d'objets, de corps, de phénomènes ou de systèmes entretenant une relation ou exerçant une influence mutuelle.

3.2. Les composants de l'interaction

- a) **L'émetteur** est la personne qui produit et transmet un message (verbal ou non verbal) adressé à un récepteur. Il joue un rôle proactif en exprimant son intention de communication.
- b) **Le récepteur** est celui qui perçoit, décode et interprète le message de l'émetteur. Il peut fournir une réponse (feedback)¹, ce qui en fait à son tour un émetteur dans un échange dynamique.
- c) **La synchronisation interactionnelle** désigne la coordination temporelle entre les participants d'une interaction (exemple : tours de parole, ajustement des gestes, rythme de la conversation). Elle permet une communication fluide et cohérente.

3.3. Les types de l'interaction

L'interaction est un concept général qui peut se présenter sous différentes formes. On distingue principalement trois sortes d'interactions :

3.3.1 L'interaction verbale est une forme d'expression directe par laquelle les locuteurs participent à l'élaboration d'un discours construit de manière coopérative. Elle représente un exercice de la parole fondé sur un échange dynamique entre des interlocuteurs qui s'influencent réciproquement. C'est le cas d'une discussion en Classe (Un professeur explique une leçon et interagit avec ses élèves) ou une conversation téléphonique.

3.3.2 L'interaction non verbale et para verbale occupe une place centrale dans toute forme de communication humaine, dans la mesure où les composantes non verbales, visibles dans l'échange, telles que les expressions faciales, les gestes et les postures corporelles, révèlent la

¹ Feedback mot en anglais qui signifie " retour "ou "commentaire"

personnalité, les convictions, les valeurs et le statut social des interlocuteurs au cours de leurs interactions conversationnelles. Par ailleurs, les marqueurs para verbaux, qui désignent la caractéristique vocal accompagnant le langage verbal, jouent également un rôle essentiel dans cette dynamique. On peut évoquer :

- **L'intensité articulatoire** est liée au timbre de la voix et utilise des changements de voix brutaux (passant d'un murmure à un cri pour un effet comique) ou bien (utilise un chuchotement exagéré pour imiter des conversations secrètes, créant une complicité avec le public)
- **Le débit** s'adapte au contexte relationnel, il s'accélère pour accentuer l'humour et ralentit dans les scènes dramatiques. À titre d'exemple, l'influenceuse Hayat Louni explique une règle de grammaire complexe dans une vidéo où elle ralentit son débit pour assurer une meilleure compréhension (vidéo 4 et 10).
- **Pauses expressives** marquent l'émotion, renforcent le sens du message ou captent l'attention de l'interlocuteur.

Extrait : « قالولي كاين جنة مخفية في صحراء تمنراست القاحلة... و لازم عليك تلقاها »

Trad : « Ils m'ont dit qu'il y a un paradis caché dans le désert aride de Tamanrasset ... et que je devais absolument le trouver. » (Khoubai, vidéo 2) il y a une pause juste avant « et que je devais absolument le trouver ». Elle crée un effet de suspense et attire l'attention de l'auditoire.

- **Articulation** désigne la clarté avec laquelle les sons sont prononcés ; elle influence la compréhension du message et reflète l'implication de l'orateur.

Extrait : "Ce produit est... INCROYABLE." (TheDollBeauty, vidéo 2). TheDollBeauty articule de façon exagérée, claire et volontaire afin de mettre en valeur le produit présenté.

Les deux types d'interactions mentionnés peuvent être combinés pour former une interaction mixte tel que "Je suis d'accord" accompagné d'un hochement de tête, ce qui

favorise la compréhension et renforce le message transmis. Nous pouvons illustrer ces types à l'aide du schéma 01 suivant :

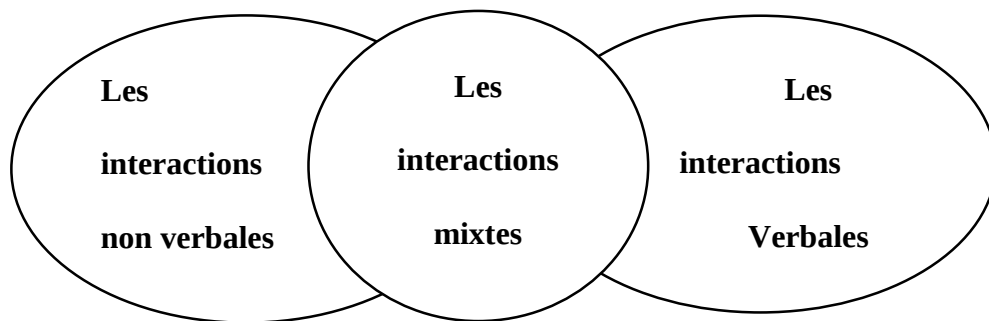


Figure 3: Les interactions « mixtes »

3.4 L'objectif des interactions

Renvoie à la finalité qui motive la rencontre entre les individus, comme le souligne Traverso dans son ouvrage *L'analyse des conversations* (2007, p. 17) « *la raison pour laquelle les individus sont réunis* ». Les interactions peuvent être classées selon leurs objectifs en deux catégories : les interactions à objectif externe, comme la recherche d'un accord ou la prise de décision, et celles à objectif interne, comme les conversations visant le plaisir d'échanger ou le renforcement des liens. Dans le contexte des réseaux sociaux, et notamment sur TikTok, l'interaction vise principalement à divertir (à travers des sketches humoristiques) et à créer une communauté (via des hashtags comme #TeamDZ).

Extrait : "Ce produit améliore la texture de votre peau !" (thedollebeauty, vidéo 2), l'objectif de TheDolleBeauty est la persuasion pour promouvoir un produit.

Description du corpus

Le corpus que nous avons sélectionné porte principalement sur les réseaux sociaux, et plus spécifiquement sur TikTok. Il se compose de discours d'influenceurs publiés sous forme de vidéos sur leurs comptes TikTok. Il comprend 4 vidéos de TheDollBeauty, 10 vidéos de Hayet Louni, et 3 vidéos de Khoubai. Ces discours sont destinés aux internautes, et plus particulièrement aux abonnés de ces créateurs de contenu. Notre corpus a été constitué à la suite d'une recherche approfondie menée à travers différents comptes TikTok. Tout d'abord, le choix des influenceurs s'explique par leur popularité sur les plateformes numériques algériennes : leur forte audience (entre 500 000 et 2,4 millions d'abonnés) témoigne d'une influence considérable sur TikTok et au-delà. Ensuite, la nature de leur discours est diversifiée et riche en marques énonciatives et modalités : TheDollBeauty propose un contenu promotionnel dynamique, marqué par un ton expressif et une volonté claire de convaincre, Hayet Louni varie entre éducation, humour, critique sociale et complicité avec le public, en employant plusieurs marqueurs discursifs, quant à Khoubai, adopte un style narratif et centré sur l'expérience vécue, souvent chargé d'émotions et de suspense, axé sur des récits personnels ou culturels.

La sélection des vidéos s'est appuyée sur plusieurs critères rigoureux : d'abord, leur richesse linguistique et expressive; ensuite, la diversité des objectifs communicationnels qu'elles poursuivent, tels que convaincre, émouvoir, divertir ou informer. De plus, la durée de chaque vidéo, comprise entre 30 secondes et 2 minutes, permettant une analyse détaillée tout en conservant la cohérence du message. Enfin, la majorité des vidéos retenues ont été publiées entre janvier et avril 2025, afin de garantir la pertinence et l'actualité du corpus. En ce qui concerne la langue dominante utilisée par chaque influenceur, TheDollBeauty s'exprime principalement en français, avec un style clair et articulé, souvent exagéré à des fins promotionnelles. Hayet Louni alterne entre le français et l'arabe algérien dialectal, selon

l'effet discursif recherché, tandis que Khoubai utilise essentiellement l'arabe algérien, dans un registre narratif et émotionnel. Notre analyse vise à étudier comment ces TikTokeurs organisent leurs discours en mobilisant des procédés énonciatifs et des stratégies de modalisation.

1. La présentation des influenceurs

1.1 Les profils des créateurs de contenu sur TikTok

Tableau 1: Les profils des créateurs de contenu sur TikTok

TheDollBeauty	Hayet Louni	Khoubai
 TheDollBeauty @thedollbeauty 940 Suivis 537,3 K Followers 13,9 M J'aime Message tout ce que tu recherches est là :) https://linktr.ee/thedollbe... et 2 plus Home Haul Ramadan Épinglé 3 M 4 M 4,1 M	 Hayet Louni @hayetlouni 294 Suivis 837 K Followers 7,3 M J'aime Message New account @hayetlouni.official Extincteurs Louni Cours de français www.louniextincteurs.com et 2 plus Abonnement Épinglé 1 M 1,6 M 3,4 M	 khoubai @khoubai 46 Suivis 2,4 M Followers 22,8 M J'aime Message عجائب وغرائب ومغامرات حول العالم مع خبيب pro@khoubai.com instagram.com/khoubai et 1 plus Spain - رحلة مجهولة Caravanti - كرفاني 136,6 K 122,4 K 634,4 K

1.2. TheDollBeauty

1.2.1 La présentation de TheDollBeauty

Tableau 2: Présentation de The Doll Beauty

Nom complet	Maroua Bekkouche
Pseudonyme	TheDollBeauty
Date de naissance	27 août 1995
Origine	Franco-algérienne
Domaines d'activité	Beauté, mode, lifestyle
Plateformes principales	YouTube:+2,16Mabonnés. Instagram:+3,5Mabonnés TikTok : +537 K abonnés
Type de contenu	Beauté, soins de la peau, lifestyle, conseils féminins
Public cible	Jeunes femmes intéressées par la beauté, les soins, et la confiance en soi
Thèmes des vidéos	Routine beauté, motivation personnelle, réponses aux commentaires, partages d'expériences

1.2.2. Les vidéos publiées par TheDollBeauty

Vidéo 1 : « la prochaine fois j’invite pleine de copine !! »

Vidéo 2 : « on m'a caché cette pépite trop longtemps »

vidéo 3 : « j'ai envie de refaire toute la deco »

Video 4 : « skincare du soir bonsoir ».

Tableau 3: Les vidéos publiées par TheDollBeauty

Vidéo 1	Vidéo 2	Vidéo 3	Vidéo 4

1.3. Hayet Louni

1.3.1 La présentation de Hayet Louni

Tableau 4: Présentation de Hayet Louni

Nom complet	Hayet Louni
Date de naissance	1977
Nationalité	Algérienne
Lieu de résidence	Alger, Algérie
Langue de contenu	Français
Plateformes principales	TikTok, Instagram, YouTube
Nombre d'abonnés	+837000 sur TikTok +1 million sur Instagram
Type de contenu	Leçons de français, expressions idiomatiques, erreurs fréquentes, culture algérienne
Profession	Cheffe d'entreprise – dirige « Extincteurs A Louni » à Alger
objectif	Rendre l'apprentissage du français agréable et utile pour les locuteurs arabophones

1.3.2 Les vidéos publiées par Hayet Louni

La majorité des vidéos publiées par Hayet Louni ne portent pas de titre, y compris celles que nous avons sélectionnées. Cependant, chacune aborde un thème précis que nous allons présenter ci-dessous.

Vidéo 1 : (Un conseil sur l'amitié)

Vidéo 2 : Demande à votre médecin (les bienfaits de la tisane des oliviers)

Vidéo 3 : Si quelqu'un te dit quelque chose de méchant

Vidéo 4 : Comment appelle-t-on une personne qui ne supporte pas l'autorité ?

Vidéo 5 : Demande de trouver un mot

Vidéo 6 : Comment appelle-t-on une personne qui change d'avis tout le temps ?

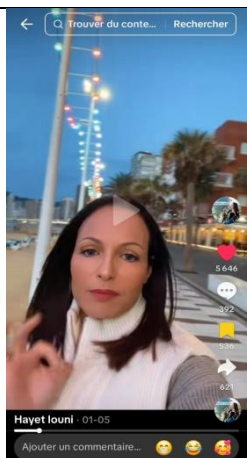
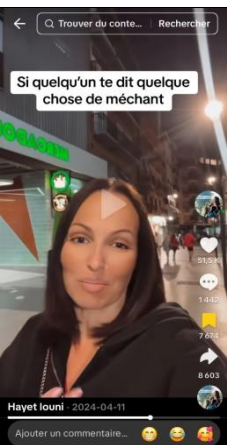
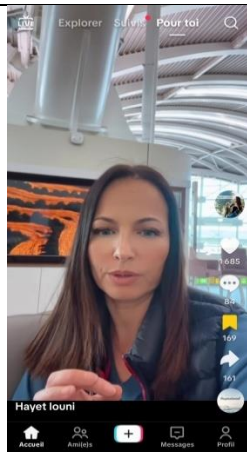
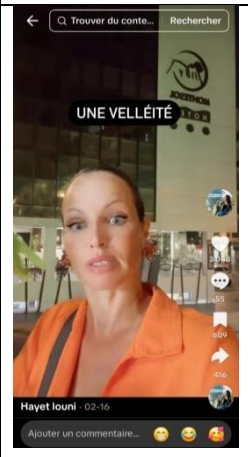
Vidéo 7 : Pléonasmes à éviter

Vidéo 8 : Mettez les gens au niveau où ils vous mettent

Vidéo 9 : Des conseils pour la réussite

Vidéo 10 : une velléité

Tableau 5: Les vidéos publiées par Hayet Louni

Vidéo 1	Vidéo 2	Vidéo 3	Vidéo 4	Vidéo 5
				
Vidéo 6	Vidéo 7	Vidéo 8	Vidéo 9	Vidéo 10
				

1.4. Khoubai

1.4.1 La présentation de Khoubai

Tableau 6: Présentation de Khoubai

Nom complet	Khoubaib Kouas
Pseudonyme	Khoubai
Âge	31 ans (en 2025)
Origine	Constantine, Algérie
Domaines d'activité	Créateur de contenu, vlogueur, explorateur, photographe animalier
Spécialité	Vidéos de voyage et d'aventure à travers le monde
Réseaux sociaux	YouTube : 1,8 million d'abonnés Instagram : 2,2 millions d'abonnés Facebook : 3,8 millions d'abonnés TikTok: 2,4millions d'abonnés
Langues de contenu	Arabe, anglais
Style de contenu	Narration immersive, exploration culturelle, visuels captivants

1.4.2 Les vidéos publiées par Khoubai

Vidéo 1 « هل يمكننا الدخول الى سفار الغامضة »

Traduction : Pouvons-nous entrer dans la mystérieuse ville de Séfar ?

Vidéo 2 « جنة مخفية وسط الصخور البركانية في تمنراست الجزائر »

Traduction : Un paradis caché au milieu des roches volcaniques à Tamanrasset en Algérie »

Vidéo 3 « اغرب مصنع في العالم وجدته في كوبنهاغن »

Traduction : L'usine la plus étrange du monde que j'ai trouvée à Copenhague

Tableau 7: Les vidéos publiées par Khoubai.

Vidéo 1	Vidéo 2	Vidéo 3

Méthodologie

Les réseaux sociaux sont aujourd'hui considérés comme une partie intégrante de notre vie quotidienne. À travers ces plateformes, les créateurs de contenu sont devenus des influenceurs, en raison de l'impact qu'ils exercent, qu'il soit positif ou négatif. Nous rappelons que notre objectif d'étude est de comprendre la relation entre le discours de ces personnes et l'influence qu'ils exercent sur les membres de leur communauté en ligne. Dans le présent travail, nous avons choisi d'analyser les discours des influenceurs, plus précisément ceux diffusés sur TikTok. Nous allons nous concentrer sur une sélection de vidéos de Khoubai, Th DollBeauty et Hayet Louni, qui comptent parmi les tiktokeurs les plus célèbres. Afin de répondre aux différentes questions soulevées dans notre problématique, nous comptons adopter une recherche qualitative et de réaliser une étude analytique des échantillons. De ce sens, notre étude s'inscrit dans le domaine de l'analyse du discours, plus précisément dans l'analyse énonciative, à fin d'explorer l'impact des stratégies d'énonciation et de modalisation dans les discours des influenceurs sur la relation avec leurs abonnés ainsi que sur l'engagement qu'ils suscitent.

Nous allons analyser notre corpus en se basant sur les travaux de Charaudeau et Benveniste. Pour ce faire, nous avons élaboré la grille d'analyse suivante :

Tableau 8 : Grille d'analyse

Les éléments constitutifs de l'énonciation			
Les modalités allocutives	Proposition		
	Suggestion		
	Interdiction (variante d'injonction)		
	Information (variante de l'avertissement)		
	Interrogation		
Les modalités élocutives	L'influenceur expose	A) Ses connaissances	
		B) Ses motivations	
		C) Son engagement	
		D	Constat
			Déclaration
			Promesse
			Opinion-conviction
			Appréciation
			Proclamation
Les modalités délocutives	Assertion		
	Discours Rapporté	Position des interlocuteurs	
		Les façons de rapporter un discours	
		Description du mode d'énonciation d'origine	
Les marques de l'énonciation			
La personne	Qui parle ?		
	A qui parle ?		
La non-personne			
Les déictiques spatiaux	Les démonstratifs		
	Les présentatifs		
	Les éléments adverbiaux		
Les déictiques temporels	Adverbes de temps		
	Temps des verbes		

En conclusion, la communication, entendue comme la transmission ou l'échange d'un message entre un émetteur et un récepteur dans un contexte donné, trouve une nouvelle forme sur les réseaux sociaux. TikTok, en particulier, constitue aujourd'hui l'un des moyens de communication les plus utilisés, favorisant une interaction constante entre ses utilisateurs.

Après avoir exposé les concepts clés constituant les repères théoriques nécessaires à la bonne conduite de notre étude, nous passerons au deuxième chapitre, consacré à l'analyse de notre corpus. Celui-ci est composé de 17 vidéos publiées sur TikTok par différents influenceurs algériens. L'analyse s'appuiera sur l'une des approches en analyse du discours : l'analyse énonciative, dans le but de répondre à notre problématique de recherche.

Chapitre 02 :

L'énonciation et la modalisation dans le discours des influenceurs

À la suite du chapitre 01, dans lequel nous avons tenté de présenter, d'une part, des repères théoriques de notre sujet, et d'autre part, la méthodologie ainsi que la description de notre corpus, nous poursuivons ce parcours avec le deuxième chapitre, qui porte sur l'analyse de notre corpus. Il s'agit, plus précisément, d'une analyse énonciative du discours des influenceurs, accompagnée de la présentation et de l'explication de quelques notions clés nécessaires à la bonne conduite de cette analyse. À cet effet, nous commencerons par présenter les concepts de discours, d'énoncé et d'énonciation, qui s'inscrivent dans le cadre de l'analyse du discours. Nous analyserons ensuite la manière dont s'organise l'énonciation, ainsi que les différentes stratégies de modalisation mobilisées dans le discours des influenceurs, afin d'adopter une terminologie plus adéquate et moins ambiguë dans le cadre de notre recherche.

1. Le discours

1.1 La définition

Le discours fait l'objet de diverses définitions: Selon le dictionnaire Larousse (2005, p. 419), le discours est : « *un développement oral sur un sujet déterminé, prononcé en public* » et il est défini en linguistique comme : « *une suite de mots et de phrases utilisée à l'écrit ou à l'oral, par opposition à la langue en tant que système* ». D'après le Robert (2012), le discours correspond à des « *Paroles prononcées en public pour une occasion particulière.* » En science de langage, le discours est un système qui permet de produire un ensemble de textes destinées vers un ou plusieurs récepteurs.

En s'appuyant sur les définitions mentionnées plus haut, le discours désigne un développement oral ou écrit qui s'articule autour d'un sujet déterminé par le locuteur et dans une occasion particulière, pour un objectif précis. Il peut englober toutes les énonciations qui se produisent dans les activités sociales, et qui peuvent également être exprimées à travers le langage visuel ou corporel.

2. L'énoncé

Accepte plusieurs définitions : Selon le Larousse (2005, p. 491) il s'agit d' « *un texte qui exprime un jugement, qui formule un problème, qui pose une question, qui expose un résultat* ». Par ailleurs, Dubois (2002, p. 180) le définit comme « *toute suite finie de mots d'une langue, émise par un ou plusieurs locuteurs. La clôture de l'énoncé est assurée par une période de silence avant et après la suite de mots, silences réalisés par les sujets parlants* ». En d'autres termes, l'énoncé est le message échangé (oral ou écrit) qu'un énonciateur cherche à transmettre à un destinataire. Pour qu'il soit compris, il doit être placé dans une situation de communication, c'est-à-dire il doit être mis en relation avec l'émetteur, le récepteur et les circonstances spatio-temporelles de sa production. De manière plus explicite, en linguistique, on distingue le discours (sens large) de l'énoncé (sens plus restrictif).

Dans le cas des réseaux sociaux, on peut observer qu'un même contenu comme une vidéo TikTok représente un discours constitué de divers énoncés (phrases) reliés entre eux de façon cohérente. Ce discours englobe la totalité du message (écrit/filmé) avec ses éléments contextuels, alors qu'un énoncé fait référence à chaque unité minimale de parole ou d'écriture. Guespin (1971, p. 23) cité par Charaudeau (2002, p. 223) a clarifié la différence entre le discours et l'énoncé, selon lui : « *L'énoncé, c'est la suite de phrases émises entre deux blancs sémantiques, deux arrêts de la communication ; le discours, c'est l'énoncé considéré du point de vue du mécanisme discursif qui le conditionne. Ainsi, un regard jeté sur un texte du point de vue de sa structuration 'en langue' en fait un énoncé ; une étude linguistique des conditions de production de ce texte en fera un discours* ».

Donc, l'énoncé représente le produit ou le résultat d'un acte de l'énonciation qu'elle soit orale ou écrite, alors que le discours fait référence à ce même produit dans une dimension discursive.

2.1. Les types de l'énoncé

Il existe alors deux types d'énoncés : ancré et coupé par rapport à une situation d'énonciation déterminée.

2.1.1. L'énoncé ancré

Lorsque l'émetteur et le récepteur sont ancrés dans la même situation d'énonciation. Maingueneau (1998, p. 15) affirme que « *Le plus souvent, ce type d'énoncé contient, outre les embrayeurs, d'autres traces de la présence de l'énonciateur : appréciation, interjection, exclamation, ordre, interpellation du co-énonciateur...* ». L'énoncé ancré appelé aussi embrayé nécessite une situation d'énonciation précise pour être clair et compréhensible. Il contient les indices suivants :

- Les pronoms personnels : la première personne du singulier « je » et la première personne du pluriel « nous » qui renvoient à l'émetteur, les pronoms personnels de la deuxième personne du singulier « tu » et la deuxième personne du pluriel « vous » qui renvoient au récepteur.
- Les déictiques: comme le présent, appelé aussi de présent énonciatif, qui sert à exprimer ce qui se déroule au moment de l'énonciation, ainsi que les autres temps (passé / future) pour indiquer l'avant et l'après d'un moment d'énonciation.

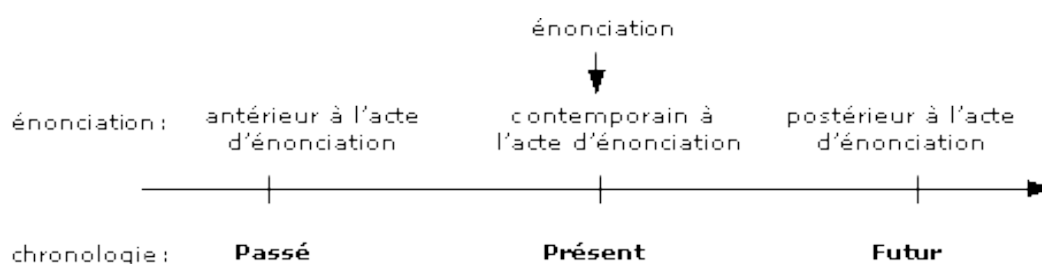


Figure 4: Enonciation / Enoncé ancré

Extrait : « أنا الآن فوق أنظف مصنع لتوليد الطاقة من النفايات في العالم »

Traduction : « **En ce moment, je** me trouve **au sommet** de l'usine la plus propre au monde. »

(Khoubai, vidéo 3)

=>Indices d'énonciation : Personne : je → énonciateur en position de locuteur, temps : en ce moment → marque temporelle de situation présente, lieu : au sommet de l'usine la plus propre au monde.

Dans les tableaux ci-dessous, nous avons relevé tous les passages concernant ce type d'énoncé.

Tableau 9 : Les indices de l'énoncé ancré

Tiktokeurs	Vidéo	Indices personnels	Indicateurs de temps et de lieu	Modalisateurs(Adjectives et adverbess)
TheDollBeauty	Vidéo 1	je reçois , je suis, j' aime , j' ai même envie , je sais je comprends, je vous avoue , j'ai galéré, je commence , je sais, j' adore , j' ai déjà hâte, ma tante et ma mère...	Aujourd'hui, en ce moment ,le weekend, Pendant des fêtes, à ce moment-là	Tellement ,Trop, Vraiment, Surtout, Incroyable, dingue, délicieux, un petit peu, très bien
Hayet Louni	Vidéo 2	- j'ai découvert -je vais vous mettre	- aujourd'hui -à Messonier	Énormément, Surtout, bien , franchement,
Khoubai	Vidéo 3	ركزو.. انا الان قولولي..	هنا Ici كل يوم Chaque jour	نظيف طبيعي Trad : Propre, Naturel,

		Trad :Concentrez-vous,...Je me trouve...Dites-moi	الان En ce moment, فوق المصنع Au sommet de l'usine, من جهة d'un côté,	
--	--	---	--	--

Commentaire

Donc, dans notre corpus, les influenceurs se caractérisent majoritairement par l'utilisation d'énoncés ancrés. Ces indices sont clairement observables dans les extraits analysés. En effet, ces derniers s'adressent directement à leur public, en employant des indices que nous avons trouvé : Pronoms de la 1^{re} et de la 2^{ème} personne (je, tu, nous, ma, ta, nos...), indices de lieu (à Messonier, d'un côté, Au sommet ...), indices de temps (Aujourd'hui, à 10h30...) liés à la situation de celui qui parle et les temps (présent, passé composé).

2.1.2. L'énoncé coupé (non-ancré)

On l'appelle aussi non embrayé lorsque le locuteur n'est pas impliqué dans la situation d'énonciation, alors il s'agit d'un énoncé qui ne contient aucune marque d'énonciation. Généralement c'est le cas des récits, des romans, des démonstrations scientifiques et des recettes. D'après Maingueneau (1998, p. 116) « *Les énoncés non embrayés ne sont pas repérés par rapport à la situation d'énonciation, mais s'efforcent de construire des univers autonomes. Bien entendu, ils ont un énonciateur et un co-énonciateur, et sont produits en un moment et un lieu particulier, mais ils se présentent comme coupés de leur situation d'énonciation, sans relation avec elle.* ».

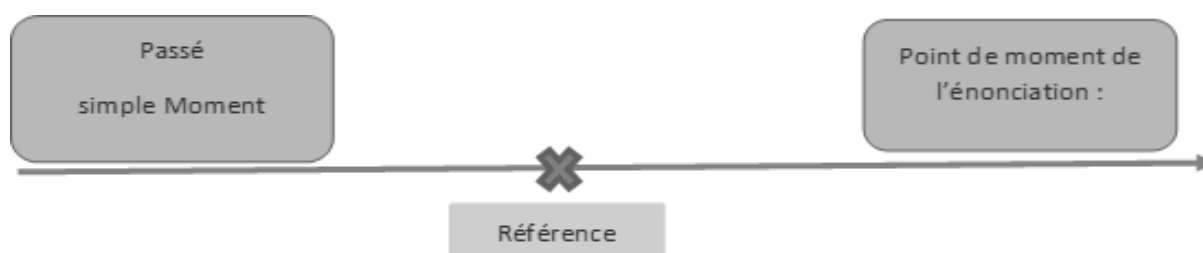


Figure 5:Enonciation / Enoncé coupé

On dit que l'énoncé est non-ancré quand il ne dépend pas d'une situation d'énonciation (Pas de présence d'un énonciateur ou d'un récepteur).

Exemple 1 : « Un vrai ami, il est là, il cherche à comprendre, il t'aime, il t'élève, il te donne du positif. » (Hayet Louni, vidéo 1) => L'énoncé ici se construit comme une vérité générale, sans ancrage direct dans une situation d'énonciation.

Exemple 2 : « Les olives, les feuilles, on peut faire une tisane. » (Hayet Louni, Vidéo 2)

=> L'énoncé décrit un fait objectif (faire une tisane), pas d'émetteur ou de récepteur.

Exemple 3 : « Il ne supporte pas qu'on le commande. Il ne supporte pas l'autorité. » (Hayet Louni, Vidéo 4) => Cet énoncé ne comporte aucun marqueur de situation, il se construit comme une vérité générale.

Commentaire

À côté des énoncés ancrés relevés dans le corpus analysé, nous avons identifié l'énoncé coupé ou non ancré qu'il apparaît dans certains extraits où les influenceurs ne sont pas impliqués directement dans la situation d'énonciation.

3. L'énonciation

3.1 La définition

Il est temps maintenant de définir plus précisément le champ de notre étude, c'est-à-dire de fournir une réponse à la question : qu'est-ce que l'énonciation ?

Le terme énonciation est construit à partir du verbe « énoncer » par l'addition du suffixe (ation) qui indique l'action, de produire oralement un énoncé (Dictionnaire Larousse, 2005). Elle s'agit de la production de la langue par un acte individuel, le résultat de l'acte d'énonciation est l'énoncé. De nombreux linguistes ont contribué à l'évolution de l'énonciation, un sujet qui a suscité leur intérêt. La définition la plus répandue de l'énonciation est celle proposée par Benveniste (1974, p. 80) cité par Kerbrat-Orecchioni dans son livre (*L'énonciation de la subjectivité dans le langage* (4^e éd.), 2009, p. 32): *« l'énonciation est cette mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation »*. Cela signifie que l'énonciation est l'utilisation de la langue par les individus en un moment et un espace donnés.

De ce fait, l'énonciation est l'acte individuel d'utilisation de la langue dans le cadre de la communication, on le distingue de l'énoncé, qui est le résultat d'une production phrase ou ensembles de phrases successives.

3.2 Aperçu historique

Le concept d'énonciation a été utilisé depuis le Moyen Âge avec une signification logique et grammaticale qui correspond à la proposition logique du terme. Dans les années 1960, la notion d'énonciation a émergé en rupture partielle avec le formalisme saussurien. Benveniste (1966, 1974) est considéré comme un précurseur et il distingue le langage/structure générale de l'énonciation (l'acte concret de parole). Cette avancée linguistique a créé un « nouveau terrain d'exploration » centré sur le rôle du locuteur et du contexte dans la production du discours.

Avant Benveniste, la linguistique structurale (Saussure, Chomsky) s'intéressait surtout aux structures en langue (les syntaxes et sémantiques des phrases) et considérait moins l'émetteur. L'énonciation révèle que certains phénomènes linguistiques (pronominaux,

temporels, modaux...) dépendent de la situation d'énonciation (qui parle ?, à qui ?, où ?, quand ?, etc.).

Des spécialistes en linguistique tels que Jakobson (qui a travaillé sur les fonctions du langage) ou Todorov (1966) avaient déjà exploité l'opposition « je/tu » vs « il » et le dédoublement du locuteur en discours. Cependant, c'est Benveniste qui formalise l'idée que « je » et « tu » ne réfèrent qu'en situation d'énonciation. En définitive, la linguistique a évolué d'une approche structurale vers une approche énonciative prenant en compte la subjectivité du locuteur.

4. La théorie de l'énonciation

4.1. De la linguistique structurale à la linguistique énonciative

Durant la première moitié du XXe siècle, les spécialistes en linguistique ont restreint leurs recherches à la langue, qu'ils considéraient comme un système de signes linguistiques associés à des ensembles de règles (la grammaire, la syntaxe, la phonologie ...). Cependant, cette approche, appelée structuralisme, a conduit à négliger certains éléments essentiels relatifs à l'emploi de la langue et ses utilisateurs, tels que l'énonciation. Ce n'est que plus tard qu'une évolution majeure des théories linguistique a eu lieu. La transition de la linguistique purement structurale (centrée sur langue/grammaire) à la linguistique de l'énonciation a été marquée par plusieurs innovations théoriques. Benveniste et ses suiveurs (Ducrot, Maingueneau, Kerbrat-Orecchioni, Charaudeau, etc.) ont introduit des notions-clés tels que le sujet énonciateur (celui qui parle), distinct du sujet grammatical de la phrase, ainsi que l'écart énonciatif entre le locuteur et son énoncé.

Charaudeau et Maingueneau ont aussi mis en place des typologies de paroles basées sur les actes de langage (constats, promesses, injonctions, etc.). Cet avancement, a révélé des aspects cruciaux : l'individu (je/tu/il), le temps de l'énonciation (ici et maintenant) et la

modalisation (certitude, incertitude, jugement). Dorénavant, nous prenons en compte la situation d'énonciation (les éléments extralinguistiques du contexte (identités du locuteur et de l'allocutaire, lieu, moment, situation de l'interaction)) comme un élément essentiel pour l'analyse du discours. Par exemple, une vidéo TikTok se caractérise souvent par le lieu (« ici » chez l'influenceur), le moment présent, un mode oral spontané, des paramètres qui influenceront la forme de l'énoncé et les marqueurs utilisés. L'approche énonciative associe donc toujours un énoncé à une scène de communication précise, qu'il s'agisse d'un dialogue réel (live) ou d'un monologue filmé adressé à un public virtuel.

4.2. La linguistique structurale

Selon Auchlin et Moeschler (1983, pp. 7- 8): « *l'idée de clôture sur soi du système ou structure envisagé comme objet d'étude, idée qui a été prolongée dans l'assimilation de la langue à jeu. Il en découle les deux postulats de l'indépendance de la forme et de l'autonomie du langage.* » Ils critiquent l'idée principale du structuralisme linguistique, selon laquelle l'étude de la langue est purement descriptive, en analysant ce système (les formes linguistiques comme les mots et les phrases) sans tenir compte du contexte, de l'usage ou des intentions des locuteurs, c'est-à-dire sans lien direct avec la réalité extérieure (le langage est considéré comme autonome).

Les années 1960 ont connu une réaction contre cette vision de la linguistique structurale, à cette époque, un second groupe de linguistes remet en question les concepts du structuralisme, en affirmant que la langue est vivante, enracinée dans un contexte, et elle est toujours produite par un locuteur, adressée à un interlocuteur, à un moment précis et dans un lieu donné, c'est de cette perspective qu'a émergé l'idée de l'énonciation.

4.3. La linguistique de l'énonciation

L'évolution de la grammaire structurale durant les années 1960-1970 a donné naissance à la linguistique énonciative, qui a émergé dans les années 1970. Elle approfondit les concepts développés par le linguiste Benveniste dans les années 1950 et 1960, considérés comme les fondements de cette approche.

Bien que les définitions varient, tous les linguistes s'accordent sur le sens fondamental de l'énonciation. Selon le Grand dictionnaire : Linguistique et Sciences du langage (Dubois et al, pp. 180-181) elle est définie ainsi : « *l'acte individuel de production, dans un contexte déterminé, ayant pour résultat un énoncé ; les deux termes s'opposent comme la fabrication s'oppose à l'objet fabriqué.* » Benveniste présente l'énonciation dans son ouvrage (1974, p. 80) *Problème de Linguistique Générale*, comme « *cette mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation.* » De ce fait, l'énonciation correspond à l'action personnelle par laquelle un individu sélectionne, structure et utilise les éléments de la langue afin de transmettre un message dans un contexte spécifique.

Kerbrat – Orecchioni, considère l'énonciation comme « *la recherche des procédés linguistiques (Shifters, modalisateurs, termes évaluatifs ...) par lesquels le locuteur imprime sa marque à l'énoncé, s'inscrit dans le message (implicitement ou explicitement) et se situe par rapport à lui (problème de la "distance énonciative")* » (1999, p. 36). cette définition souligne que l'énonciation est l'étude de la manière dont un individu s'engage personnellement dans ses propos, par le biais d'indices linguistiques, et du positionnement qu'il adopte par rapport à son propre discours. Donc, l'énonciation s'intéresse à l'acte subjectif qui actualise la langue à travers son usage personnel et implique l'inscription du locuteur dans son discours à travers des procédés linguistiques (les embrayeurs et les modalisateurs).

5. L'approche théorique de l'énonciation

fil du temps, l'énonciation occupe une place centrale au sien de la linguistique moderne, contrairement à la linguistique structurale, et elle fait l'objet d'étude de plusieurs approches théoriques, élaborées par les travaux de Benveniste, Maingueneau, Kerbrat-Orecchioni et d'autres linguistes, qui ont un rôle essentiel à son évolution.

5.1 Emile Benveniste

Benveniste est considéré comme le pionnier de la théorie de l'énonciation en France, à travers ses travaux réalisés entre 1966 et 1974. Il a mis en avant le rôle central du locuteur, vu comme l'acteur principal de l'acte d'énonciation. Il affirme dans son ouvrage *Problèmes de Linguistique Générale* (1974, p. 80): « *l'énonciation est cette mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation.* ». Pour lui, l'énonciation est un acte individuel qui actualise la langue dans un contexte donné, révélant ainsi les éléments de la situation d'énonciation, notamment à travers les indices linguistiques comme les pronoms personnels, les déictiques spatio-temporels, et les formes verbales « *Des actes discrets à chaque fois uniques par lesquels la langue est actualisée par un locuteur.* » (1966, p. 252)

Il déclare dans son article « L'appareil formel de l'énonciation », publié dans *Problèmes de Linguistique Générale*, tome II (1974, p. 82) : « *En tant que réalisation individuelle, l'énonciation peut se définir, par rapport à la langue, comme un procès d'appropriation. Le locuteur s'approprie l'appareil formel de la langue et il énonce sa position de locuteur par des indices spécifiques, d'une part, et au moyen de procédés accessoires, de l'autre.* » Selon Benveniste, ces marqueurs, qu'il appelle aussi embrayeurs, permettent au locuteur d'inscrire sa présence subjective dans le discours. Le pronom « je » devient ainsi plus qu'une simple désignation grammaticale, il représente l'expression de la subjectivité, c'est-à-dire la trace de la personne dans le langage. Il affirme que c'est par le

langage que l'individu se constitue comme sujet pensant, capable de communiquer ses idées et de se représenter lui-même. Il précise ainsi que la subjectivité se manifeste notamment dans l'usage des pronoms « je » et « tu », définis par leur rôle dans l'instant même du discours : « je » étant celui qui parle, et « tu » celui à qui l'on s'adresse.

Cette théorie a posé les fondations de toute la « linguistique énonciative » qui a suivi, notamment en ce qui concerne l'analyse de la subjectivité et des modalités d'engagement du locuteur dans son discours.

5.2. Oswald Ducrot

La théorie énonciative de Ducrot met l'accent sur la particularité de l'énoncé, il (Ducrot, 1980, pp. 33 - 34) souligne que : « *C'est le développement constitué par l'apparition d'un énoncé. La réalisation d'un énoncé est en effet un événement historique : existence est donnée à quelque chose qui n'existe pas avant qu'on parle et qui n'existe plus après. C'est cette apparition momentanée que j'appelle « énonciation »* » Autrement dit, il veut dire qu'un énoncé ne prend véritablement sens que s'il est inséré dans une énonciation, laquelle constitue un processus dynamique inscrit dans un contexte précis.

Il a traité la notion de polyphonie en linguistique, particulièrement développée dans son ouvrage *Le dire et le dit* (1984). Il souligne que dans un énoncé, plusieurs voix ou points de vue peuvent coexister, même si une seule personne parle. Il distingue notamment entre le locuteur et l'énonciateur, ce qui a permis d'établir une analyse des expressions, des opinions de la part du locuteur.

Ducrot (1984, p. 184) affirme : « *ce qui communique le locuteur au moyen de son énoncé, c'est la qualification de l'énonciation de cet énoncé* » Ainsi, il a abordé la notion des actes illocutoires en leur accordant une place dans le plan de l'énonciation à partir d'une perspective sémantique, autrement dit, qu'il analyse ces actes non seulement comme des actions liées au langage, mais aussi comme des structures de sens portées par la relation entre

le « je » et « tu ». Selon lui, ces deux figures sont impliquées en permanence dans le discours, car c'est à travers leur interaction que l'acte illocutoire prend forme et que le sens se construit.

5.3. Catherine Kerbrat-Orecchioni

Kerbrat-Orecchioni approfondit la conception de l'énonciation en abordant la distinction traditionnelle entre énonciation et énoncé : *«il s'agit du même objet, et que la différence réside dans la mise en perspective de cet objet »* (2009, p. 32), cela signifie que l'énonciation et l'énoncé forment un ensemble, et qu'il faut considérer l'énonciation comme l'action qui produit l'énoncé, tandis que l'énoncé est le résultat de cette action d'énonciation.

Elle considère aussi les interlocuteurs non seulement comme des entités actives, mais aussi comme des entités sociales qui ont plusieurs compétences (linguistiques, culturelles, psychologiques). Cela lui a amené à apporter des ajustements dans le schéma de la communication en ajoutant d'autres facteurs comme le décodage et encodage, compétence linguistiques et paralinguistiques, compétence idéologique et culturelle. Elle contredit Jakobson en estimant que seuls les mécanismes d'encodage et de décodage sont communs à tous, tandis que les codes eux-mêmes varient d'un individu à l'autre. Ainsi, elle a accordé une grande importance aux procédés linguistiques comme les modalisateurs qui montre la présence du locuteur dans l'énoncé.

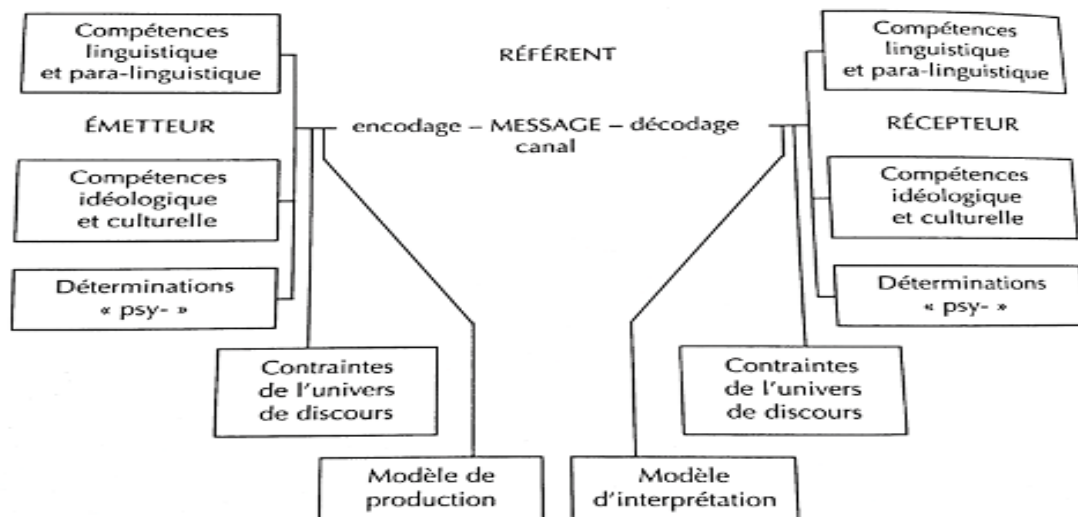


Figure 6:Reformulation du schéma de Jakobson par Orecchioni

<https://journals.openedition.org/ree/5474?lang=en> (consulté le 7avril 2025)

De plus, Orecchioni précise qu'il existe deux types d'énonciation : « étendue » qui vise à décrire les relations entre l'énoncé et les différents indices formant la structure de l'énonciation, et « restreinte » qui vise à décrire les éléments qui se rapportent à l'énonciateur. Dans ce sens, Orecchioni (1999, pp. 35-36) affirme : « *dans cette perspective restreinte, nous considérons comme faits énonciatifs les traces linguistiques de la présence du locuteur au sein de son énoncé* ».

5.4. Dominique Maingueneau

Selon la perception de Maingueneau l'énonciation est un événement particulier, c'est-à-dire qu'elle ne se reproduit jamais de la même façon. Pour lui, parler ou écrire ne se limite pas à la création de phrases, mais représente un acte de communication qui se déroule dans un contexte spécifique et entre un énonciateur et un destinataire.

6. Les éléments constitutifs de l'énonciation

Le discours des influenceurs sur les différentes plateformes des réseaux sociaux se distingue des discours académiques, politiques ou journalistiques par sa construction particulière, qui lui confère des fonctions spécifiques selon le sujet abordé. Il se caractérise notamment par une présence marquée du locuteur (l'énonciateur), qui s'adresse à ses abonnés (l'interlocuteur) en racontant des récits personnels et en partageant ses émotions. L'énonciateur s'exprime en son nom et expose souvent sa vie personnelle.

L'implication des influenceurs dans leurs discours constitue une manifestation directe de la subjectivité qui relève du phénomène de la modalisation. Certains linguistes estiment qu'il est essentiel de différencier la modalisation de la modalité. Quant à Charaudeau (1992), ces deux notions sont inséparables : elles constituent la structure des actes de langage et représentent des éléments centraux de l'énonciation, qui permettent au locuteur de marquer sa position par rapport à son interlocuteur (actes allocutifs : relation Locuteur/Interlocuteur), à lui-même (actes élocutifs : relation Locuteur/Locuteur) et à son propos (actes délocutifs : relation Locuteur/Discours). À cet effet, l'influenceur cherche à créer un effet d'authenticité et de sincérité à travers l'exposition de soi, favorisant ainsi une relation de confiance et d'identification avec les abonnés. Sa stratégie de persuasion s'appuie sur la proximité émotionnelle et la recommandation personnelle, incitant le public à recevoir son message non pas par illusion d'objectivité, mais par attachement à la personne même de l'influenceur. Dans le cas d'un influenceur qui s'adresse à ses abonnés, le destinataire est clairement intégré dans l'énonciation. Il est souvent nommé, interpellé directement (« tu », « vous », « les amis », etc.). L'influenceur le considère comme un interlocuteur réel, capable de réagir, de commenter, et surtout d'être influencé. Le destinataire est donc un acteur essentiel du discours.

6.1. Locuteur/interlocuteur et les modalités allocutives

Il existe toujours un rapport d'influence entre « les individus linguistiques », tels que les désigne Benveniste. Autrement dit, entre le locuteur et l'interlocuteur dans ce genre de discours.

Selon Charaudeau, le sujet parlant (le locuteur) peut être en position de supériorité ou bien en position d'infériorité par rapport à son interlocuteur.

a/ une position de supériorité vis-à-vis de son interlocuteur lorsque son discours exige ou impose un acte de la part de ce dernier, en le conduisant à faire et/ou dire quelque chose. Dans ce cas, il s'agit des modalités d'injonction et d'interpellation.

b/ ou, au contraire, une position d'infériorité par rapport à son interlocuteur lorsque son acte se limite à un besoin. Dans ce cas, le destinataire peut répondre à ces besoins grâce à «son savoir » et « pouvoir faire » : il s'agit des modalités d'interrogation et de requête.

La modalité « allocutive » met l'accent sur la relation entre le locuteur et l'interlocuteur, en précisant la manière dont le locuteur s'adresse à ce dernier (il impose, propose ...). Charaudeau distingue plusieurs modalités telles que : la proposition, la suggestion, l'injonction, l'avertissement, l'interrogation, l'interpellation, la requête, l'autorisation, le jugement, etc.

Dans le cas du discours d'un influenceur sur les réseaux sociaux, même s'il semble toujours occuper une position de supériorité en influençant les comportements et les façons de penser de son audience (en proposant des conseils ou en recommandant des produits), il peut également se retrouver en position d'infériorité en posant des questions à ses abonnés et en demandant leur avis, dans le but de renforcer leur engagement et leur fidélité. Extraits d'actes allocutifs tirés de notre corpus :

6.1.1. De la catégorie proposition

1. Extrait : « تبعدوا معاها هاد السلسلة للأخير »

Trad : « **Suivez-moi** jusqu'à la fin de cette série » (khoubai, vidéo 1)

2. Extrait : « هيا نبدأو الرحلة تاعنا »

Trad : « **Allez**, on commence notre voyage » (Khoubai, vidéo 2)

3. « Aujourd'hui j'ai une question spéciale pour **vous** les amis » (Hayat Louni, Vidéo 5)

4. « Vous **allez** voir **tout de suite** » (Hayat Louni, vidéo 7)

5. « Je vais **vous** montrer comment l'utiliser » (*TheDollBeauty*, vidéo 2)

6. « On va le découvrir ensemble » (*TheDollBeauty*, vidéo 3)

7. « Je vais **vous** expliquer » (*TheDollBeauty*, vidéo 4)

L'ensemble des mots en gras soulignés dans la liste ci-dessus semble exprimer une injonction de la part du locuteur (sujet communicant) envers son récepteur (abonné). Cette modalité apparaît dans la plupart des extraits sous une forme impérative: à la deuxième personne du pluriel (Suivez-moi et allez). Pourtant, dans les énoncés précédents, l'acte accompli est une proposition sous forme d'offre qu'avance l'influenceur à son public au profit des deux : le premier propose une interaction avec son public alors que le second bénéficierait de ses services, comme « On va le découvrir ensemble » (*TheDollBeauty*, vidéo 3) où l'influenceuse propose à ses abonnés de vivre l'événement avec elle. Ainsi, il est à noter que dans le discours sur TikTok nous trouvons la proposition de plan futur, tels que « Vous **allez voir**, Je **vais vous montrer**, On **va le découvrir**, Je **vais vous expliquer** » (Hayat Louni, vidéo 7, *TheDollBeauty*, vidéo 2, 3,4). L'influenceuse cherche alors à persuader ses abonnés dans l'espoir d'obtenir une réaction positive, cette stratégie maintient l'engagement et la participation du public.

6.1.2. De la catégorie Suggestion

- 1- « **Renseignez-vous** toujours auprès de votre médecin » (Hayet louni, vidéo 2)
- 2- « **Mettez** les gens au niveau où ils vous mettent » (Hayet louni vidéo 8)
- 3- « Chacun **peut** faire son propre petit toast » (TheDollBeauty, vidéo 1)
- 4- « On n’oublie jamais le cou **s’il vous plaît** » (TheDollBeauty, vidéo 4)

L'influenceuse suggère à son interlocuteur des directives à prendre, consciente que ce dernier cherche à améliorer sa situation. Dans cette forme de modalité, le destinataire de cette proposition a la liberté d'accepter ou de rejeter la réalisation de l'action. On peut noter que la proposition et la suggestion diffèrent peu, toutes deux considèrent le destinataire comme un bénéficiaire ou un co-bénéficiaire de l'action. Charaudeau nous offre une différenciation pertinente en ce qui concerne ces deux modalités : la suggestion implique une action à faire ou à ne pas faire, tandis que la proposition se limite à une simple offre de réalisation. Cependant, le destinataire d'une suggestion n'est pas toujours dans une position « défavorable ».

En revenant à notre discours, toutes les suggestions formulées par les créateurs de contenu s'inscrivent dans le cadre d'une analyse des besoins préalablement définie. En effet, lorsque l'influenceuse suggère à sa communauté de préparer un brunch qui est facile à réaliser soi-même « **Chacun peut faire** son propre petit toast » (TheDollBeauty, vidéo 1), elle incite les abonnés indirectement à voir que la préparation d'un brunch est très facile (**Chacun peut faire**) , si le destinataire se trouve dans une situation « défavorable », il pourrait éventuellement accepter cette suggestion. Dans l'extrait « **Mettez** les gens au niveau où ils vous mettent » (Hayet Louni vidéo 8), elle oriente son public vers une attitude à adopter dans les relations sociales, sans l'imposer, laissant ainsi à l'interlocuteur la liberté d'y adhérer ou non.

6.1.3. De la catégorie Interdiction (variante d'injonction)

- 1- « **Non il faut pas juger** les gens sur leur apparence extérieure » (Hayet louni, vidéo7)
- 2- « **Arrêtez** d'accorder de l'importance à des personnes qui n'ont aucune considération pour vous » (Hayet louni, vidéo 8)
- 3- Extrait : « ما تطلش فوق، لو كان تطلع راسك تعيا »

Trad : « **Ne lève pas** la tête, sinon tu te fatigues » (khoubai, vidéo 1)

Dans l'injonction relevée dans les extraits précédents, le locuteur utilise l'expression impersonnelle (**il ne faut pas**) (Hayet Louni, vidéo 7) afin de mobiliser et partager des valeurs éthiques, ainsi que le mode impératif (**Arrêtez, Ne lève pas**). Dans ces extraits, le destinataire est invité à adopter une attitude responsable envers les autres. Une telle attitude aurait des effets bénéfiques pour les deux interlocuteurs, en contribuant à instaurer une relation saine et équilibrée. Par ailleurs, dans l'extrait « **Ne lève pas la tête, sinon tu te fatigues** » (Khoubai, vidéo 1) l'injonction se transforme en interdiction lorsque Khoubai « présume que l'abonné est sur le point de réaliser, ou a déjà réalisé, une action qu'il lui déconseille.

6.1.4. De la catégorie Information (variante de l'avertissement)

1. Extrait : « التيهان فيها ممنوع ويعني الموت »

Trad : « **Se perdre ici, c'est interdit...** ça peut même être **mortel** » (khoubai, vidéo1)

2. Extrait : « هذه المنطقة جرداء مكان والو، ما تصلحش للعيش »

Trad : « Cette région est complètement **aride**, il **n'y a rien**. Elle **n'est pas habitable** (khoubai, vidéo 2).

Ces extraits que nous avons pu relever indiquent une *information* qui est plus proche d'un *Avertissement*, cela dépend du lien entre l'émetteur et le récepteur. En d'autres termes, l'énonciateur de ce message n'a absolument pas l'intention de donner une alerte, car il n'a pas

le pouvoir de l'utiliser. En effet, l'influenceur n'a le droit que d'informer et de juger que son destinataire mérite d'être informé sur les dangers des endroits arides et de lui transmettre des faits importants comme « **Se perdre ici, c'est interdit...** ça peut même être **mortel** » (Khoubai, vidéo 1).

L'interrogation, c'est faire réagir l'interlocuteur à donner une réponse à des demandes de dire et de faire. Elle a pour objectif de placer l'interlocuteur dans une situation libre pour répondre et dans ce sens Maingueneau (2001, p. 270) affirme que « *interroger quelqu'un c'est le placer dans l'alternative de répondre ou de ne pas répondre, c'est aussi lui imposer le cadre dans lequel il doit inscrire sa réplique* ».

6.1.5. De la catégorie Interrogation

1- « **Est-ce que** vous avez aussi des périodes comme ça ? » (TheDolleBeauty, vidéo 4)

2- Extrait : « قولولي اذا أعجبكم تصميم هذا المصنع »

Trad : « **Dites-moi**, vous aimez le design de cette usine ? » (Khoubai, vidéo 3)

3- Extrait : « واش تحبوا تعرفو »

Trad : « **Est-ce que** ça **vous** donne envie d'en savoir plus ? » (Khoubai, vidéo 3)

4- « **Vous connaissez l'olivier** ? » (Hayet Louni, vidéo 2)

5- « **T'es comme ça, comme moi ou pas** ? » (Hayet Louni, vidéo 6)

6- « **Savez-vous ce qu'est** une velléité ? » (Hayet Louni, vidéo 10)

Nous commençons par noter que dans les extraits : 1 (TheDollBeauty, vidéo 4) , 2 et 3 (Khoubai, vidéo 3), 6 (Hayet Louni, vidéo 10) les influenceurs s'adressent directement par ces questions aux abonnés en employant la deuxième personne du singulier « **Tu** » : « (Hayet Louni, vidéo 6) » ou la deuxième personne du pluriel « **vous** »: « Est-ce que vous avez ..., Dites-moi..., Est-ce que ça vous donne..., Vous connaissez l'olivier..., Savez-vous ce qu'est... », visant à créer une interaction. Alors, il serait possible de les classer dans la

catégorie de l'interrogation directe. Les abonnés sont susceptibles d'avoir la réponse s'ils ont suivi le contenu dès le début, ils n'ont pas dans l'obligation de répondre. Ils peuvent, cependant, répondre sans y participer ou répondre dans les commentaires.

6.2. Locuteur /propos et les modalités élocutives

Alors que la modalité allocutive implique l'interlocuteur dans l'acte locutif, la modalité élocutive s'en distingue par l'absence de cette implication. En effet, les propos du locuteur ne sont pas nécessairement adressés à un interlocuteur, et, dans ce cas, l'énonciateur ne s'implique pas dans l'énonciation. Cette modalité se caractérise par la subjectivité du sujet parlant dans son énoncé. Selon Charaudeau, cette subjectivité s'exprime à travers cinq manières qui permettent d'expliquer la relation entre le locuteur et ses propos.

- 1- Un mode de savoir : présente la manière dont le lecteur détient les connaissances de son propos.
- 2- une évaluation : indique comment le sujet parlant porte un jugement sur son discours.
- 3- une motivation : indique la raison pour laquelle le sujet parlant effectue son énonciation.
- 4- un engagement : présente le degré d'adhésion du locuteur au contenu qu'il présente et à ses propos.
- 5- une décision : présente l'acte d'énonciation en tenant compte du « statut » du locuteur et du « type de décision ».

A) Enoncés de subjectivité où l'influenceur expose ses connaissances

- 1- « Ce produit est à base de graines fermentées et si vous connaissez le NATO, vous savez les petites graines de soja fermenté japonaises. Bah c'est un peu le même principe. » (TheDollBeauty, vidéo 1)

2- « J'ai découvert qu'on pouvait faire des tisanes de feuilles d'olivier » (Hayet louni, Vidéo 2).

3- « C'est très intéressant parce qu'en fait c'est une volonté de faire quelque chose mais non suivie d'une action » (Hayet louni, vidéo 10)

B) Enoncés de subjectivité où l'influenceur expose ses motivations

1- Extrait : «تبعوا معايا هاد السلسلة للأخير، راح تكتشفوا واش الحقيقة تاع هاد الأقاويل»

Trad : « Suivez-moi jusqu'à la fin de cette série et vous découvrirez la vérité derrière toutes ces rumeurs. » (Khoubai, vidéo 1)

2- Extrait : «قالولي كاين جنة مخفية في صحراء تمنراست القاحلة، و لازم عليك تلقاها قوتلهم عليا»

Trad : « Ils m'ont dit qu'il y a un paradis caché dans le désert aride de Tamanrasset, et que je devais absolument le trouver. Je leur ai répondu : "Comptez sur moi." » (Khoubai, vidéo 2)

3- « J'aime trop recevoir, j'ai même envie de faire des dîners à thème. (TheDollBeauty, vidéo 1)

4- « J'ai ce besoin viscéral littéralement d'enlever tout ce qu'il y a sur mon visage dès que je rentre chez moi. » » (TheDollBeauty, vidéo 4)

C) Enoncés de subjectivité où l'influenceur s'engage

1. « J'ai donné un conseil aujourd'hui, mon ami... » (Hayet louni, Vidéo 1)

2. « Entoure-toi de personnes que tu aimes et que tu respectes » (Hayet louni, Vidéo 9).

3. « Travailler dur, rester juste » (Hayet louni, vidéo 9)

4. Extrait : «عليا»

Trad : « Comptez sur moi. » (Khoubai, vidéo 2)

5. Extrait : «الوصية لي دايمن نقولها لكم خليو المكان نظيف»

Trad : « Le conseil que je vous donne toujours : laissez l'endroit propre. » (Khoubai, vidéo 2)

6. « Ici, on ne gatekeep ² pas les gars !! » (TheDollBeauty, vidéo 2)
7. « On ne naît pas avec la science infuse donc on culpabilise pas, on va faire nos petites recherches pour se remercier dans 30 ans. » (TheDollBeauty, vidéo 4)

La relation entre le locuteur et son propos repose sur la modalisation élocutive, dans ce cas, l'énonciation s'organise selon la perspective du locuteur. L'interlocuteur est toutefois présent, mais n'accomplit le rôle que d'un simple « témoin » d'un « Constat », d'un « Savoir » ou d'une « Ignorance », de « l'Opinion », de « l'Appréciation », de la « Promesse », de « l'Acceptation/Refus », de la « Déclaration », de la « Proclamation » du locuteur et de « l'Obligation », de la « Possibilité », d'un « vouloir » exprimés par le locuteur.

Dans le discours des influenceurs, l'énonciation recourt également à certaines modalités élocutives évoquées précédemment :

D- 1-Modalité constat

- 1- « Il ne se sent pas bien dans sa peau » (Hayat louni, Vidéo 3)
- 2- « C'est une personne réfractaire » (Hayat louni, Vidéo 4).
- 3- Extrait : « بدينا على الساعة العاشرة و النصف »

Trad : « On a commencé à 10h30. » (Khoubai, Vidéo 1).

- 4- Extrait : « يعتبر هذا المسلك لوحيد اللي يوصلنا »

Trad : « C'est le seul chemin qui mène à cet endroit » (khoubai, Vidéo 1).

- 5- Extrait : « هذه المنطقة جرداء »

Trad « Cette région est complètement aride » (khoubai, Vidéo 2).

- 6- Extrait : « كل يوم تدخلو ما بين 250 و 300 شاحنة مملوءة بالنفايات »

Trad : « Chaque jour, entre 250 et 300 camions remplis de déchets y déversent leur contenu. » (Khoubai, Vidéo 3).

- 7- « Ce produit est à base de graines fermentées. » (TheDollBeauty, vidéo 2)

² Gatekeep mot anglais qui signifie : gardienne

Ces extraits expriment directement ou indirectement un constat, c'est-à-dire des énoncés où l'influenceur observe un fait ou une situation sans chercher à convaincre ni impliquer l'interlocuteur (constater), il dit ce qu'il observe objectivement. Dans les énoncés précédents, Hayet Louni multiplie les constats dans ses discours, sous forme de définitions linguistiques ou médicales, ainsi que d'observations sociales. De son côté, Khoubai mobilise également des modalités de constat, en particulier à travers des constats de situation et d'usage médiatique (vidéo 1), portant sur la perception collective et les discours autour de Séfar. Il recourt aussi à des constats chiffrés et techniques (vidéo 3), qui viennent appuyer la dimension factuelle de ses propos. Quant à TheDolleBeauty, elle privilégie les constats d'expérience personnelle, en s'appuyant sur son vécu et son ressenti. Par ailleurs, elle formule parfois des constats subjectifs ou émotionnels, ce qui contribue à enrichir son discours et à le rendre plus authentique et engageant.

D- 2-Modalité déclaration

1- Extrait : « أنا الآن فوق أنظف مصنع في العالم »

Trad : « Je me trouve au sommet de l'usine la plus propre au monde. » (Khoubai, Vidéo 3).

2- Extrait : « وصلنا لأعلى نقطة »

Trad : « On a atteint le point le plus haut » (khoubai, Vidéo 1).

3- Extrait : « و هايتها قدامي هاذ الآية »

Trad : « Et voici cette vérité juste devant moi » (khoubai, Vidéo 2).

4- « Un vrai ami, il est là » (Hayet louni, vidéo 1)

5- « C'est que le masque est tombé » (Hayet louni, vidéo 1)

6- « Aujourd'hui je reçois pour le brunch » (TheDollBeauty, vidéo 1)

7- « Ici on ne gatekeep pas les gars !! » (TheDollBeauty, vidéo 2)

8- « J'ai développé une nouvelle habitude » (TheDollBeauty, vidéo 4)

Une première analyse de ces déclarations ne mettrait certainement pas en évidence qu'il s'agit d'une déclaration, tout simplement parce que les verbes représentant la déclaration n'apparaissent dans aucun exemple. Par ailleurs, une autre analyse approfondie, tenant compte du contexte de leur apparition, indiquerait qu'il s'agit d'une sorte de « déclaration ».

En fait, dans les extraits mentionnés précédemment, le locuteur ne fait que « déclarer la vérité », en informant ceux qui ne savaient pas et en validant une connaissance pour ceux qui étaient douteux.

La déclaration dans l'énoncé 1 (Khoubai, Vidéo 3) est du type de déclaration descriptive à valeur de confirmation subjective où le locuteur déclare un fait qu'il présente comme évident à ses abonnés. Quant aux extraits : 3 (Khoubai , vidéo 2) et 5 (Hayet Louni , vidéo 1) l'acte déclaratif s'exerce sur la déclaration révélatrice dans l'exemple 3 (Khoubai , vidéo 2) il présente une vérité personnelle alors que dans l'exemple 5 (Hayet Louni , vidéo 1) l'influenceuse révèle d'une situation cachée. Comme nous avons trouvé une déclaration factuelle personnelle dans l'extrait de The Doll Beauty (vidéo1 + vidéo 4) où elle informe sur la situation actuelle dans la vidéo 1 et informe sur le mode de vie dans la quatrième vidéo .

Pour une meilleure compréhension, on peut simplement ajouter un verbe appartenant à la modalité en question afin d'obtenir une déclaration plus claire. On obtient ainsi des extraits tels que :

« **Je vous déclare que...** Ici on ne gatekeep pas » (TheDollBeauty , Vidéo 2)

« **Je vous informe que...**Aujourd'hui je reçois pour le brunch. » (TheDollBeauty , Vidéo 1)

« **Je confirme que.....**On a atteint le point le plus haut. » (Khoubai, Vidéo 1)

En plus de la modalité élocutive couramment utilisée dans les discours des influenceurs, il y a d'autres modalités comme la « Promesse ».

D- 3-Modalité Promesse

1- « Je **vais** vous **montrer** comment l'utiliser » (TheDollBeauty , vidéo 2)

2- Extrait : «تبعوا معايا هاد السلسلة للأخير، راح تكتشفوا واش الحقيقة»

Trad : « Suivez-moi jusqu'à la fin de cette série et vous **découvrirez** la vérité. »

(Khoubai ,vidéo 1)

3- « celui qui la trouve , j'offre un cadeau , c'est moi qui **vais** lui le **remettre**. » (Hayet louni, vidéo 5).

La modalité de promesse engage le locuteur à réaliser une action envers son interlocuteur. ce dernier qui est représenté généralement les abonnés reste extérieur à l'action mais concerné par son résultat comme dans la vidéo 5 de Hayet Louni « C'est moi qui vais lui le remettre » Hayet prend en charge la réalisation de l'action future par forme aller + infinitif (vaisremettre) qui marque implicitement la promesse, que nous pourrions rendre explicite : « je promets de lui remettre cela moi-même » , le destinataire observe cette décision sans intervenir. La majorité des énoncés sont censés répondre à cette modalité. Ainsi, le créateur de contenu ne peut sous aucun prétexte ignorer cette promesse qui pourrait le placer en situation de « parjure ».

Dans les cas de nos exemples, la modalité de promesse est souvent portée par des structures **aller + infinitif**, des énoncés au **futur** (Khoubai ,vidéo 1) « ... **découvrirez**.. », nous pouvons présenter des énoncés qui contiennent « aller + infinitif » comme « Je **vais** vous **montrer** comment l'utiliser » (TheDollBeauty, vidéo 2) « C'est moi qui **vais** lui le **remettre**. » (Hayet Louni, vidéo 5)

Parmi ces modalités, on retrouve notamment l'opinion, qui se situe entre la déclaration et la promesse. Celle-ci repose sur l'« univers de croyance » du locuteur. En d'autres termes, l'influenceur ajoute son propre point de vue à son discours.

D - 4 . Opinion-conviction

- 1- « C'est que le masque est tombé, c'est tout » (Hayet louni ,Vidéo 1)
- 2- « Quand on est bien avec soi-même, on n'a pas besoin d'agresser les autres »
(Hayet louni vidéo 3)
- 3- « Mettez les gens au niveau où ils vous mettent » (Hayet louni ,idéo 8).

Ces extraits relèvent de la modalité d'opinion-conviction, dans la mesure où ils traduisent le point de vue personnel des énonciateurs. En effet, Hayat Louni exprime à plusieurs reprises des convictions affirmées, comme dans l'énoncé : « C'est que le masque est tombé, c'est tout » (Vidéo 1), qui manifeste une certitude. De plus, l'affirmation : « Quand on est bien avec soi-même, on n'a pas besoin d'agresser les autres » (Vidéo 3) propose une opinion personnelle présentée sous forme d'une vérité générale, tandis que : « Mettez les gens au niveau où ils vous mettent » (Vidéo 8 adopte un ton prescriptif, fondé sur une conviction intime. De son côté, TheDolleBeauty mobilise des verbes d'opinion tels que « je trouve » et « je crois », révélateurs de son positionnement subjectif. Ainsi, dans l'extrait : « Je trouve que c'est la meilleure alternative » (Vidéo 2), elle formule une évaluation personnelle, et dans : « Je crois qu'avec les ans j'ai développé une vraie passion pour le skincare » (Vidéo 4), elle exprime une croyance fondée sur son expérience personnelle.

D - 5. Modalité Appréciation

- 1- « **Juste incroyable** » (TheDollBeauty, vidéo 1)
- 2- « Mais en vrai ça a **très bien marché**. » (TheDollBeauty, vidéo 1)
- 3- « Ce gadget ma découverte de l'année, non **j'adore** »(TheDollBeauty, vidéo 1)
- 4- « **Woow , j'adore**. » »(TheDollBeauty, vidéo 3)
- 5- « Cette lotion elle **est tellement bien** » (TheDollBeauty, vidéo 4)
- 6- « C'est **un plaisir** de me maquiller. » (TheDollBeauty, vidéo 4)
- 7- Extrait : « رائع »

Trad : « **C'est impressionnant !** » (Khoubai, vidéo 2)

8- Extrait : «هادي هي الجنة تاعكم»

Trad : « *C'est **votre paradis** ici !* » (Khoubai, vidéo 3)

9- « *Ça **c'est bien*** » (Hayat louni , vidéo 2)

Dans les extraits que nous venons de citer, la modalité ne s'agit pas d'une opinion rationnelle, mais d'une appréciation affective, où le locuteur exprime ses propres sentiments (positifs ou négatifs) à l'égard de ce dont il parle. The Doll Beauty (vidéo 1 et 3) exprime clairement ses sentiments (une appréciation affective forte et positive) par l'emploi du verbe « **adorer** », conjugué au présent de l'indicatif à la forme affirmative. Donc, la valeur apportée relève d'une forme de satisfaction de la part du locuteur. nous trouvons également des formes spontanées qui contiennent l'adverbe « **bien** » (ça *c'est bien*, ça a très *bien* marché ., tellement *bien*,... Eh *bien*) (The Doll Beauty, vidéo 1+4), (Hayet louni ,vidéo 2) qui reflètent la satisfaction de l'influenceur. Par ailleurs, l'expression de l'appréciation favorable se manifeste à travers des métaphores comme dans l'exemple de khoubai, vidéo 3 « **C'est votre paradis ici !** » où il a utilisé la métaphore *paradis* pour marquer une forte appréciation affective. Ainsi, tous ces énoncés relèvent de l'appréciation affective favorable, en fonction des émotions, goûts et valeurs personnelles des tiktokeurs.

D - 6. Modalité Proclamation :

1- « Eh les amis, dites-moi si vous êtes d'accord avec moi... arrêtez d'accorder de l'importance à des personnes qui n'ont aucune considération pour vous. » (Hayat louni, vidéo 8)

2- Extrait : « الوصية لي دايمن نقولها لكم خليو المكان نظيف، ربي سبحانه قال " و جعلنا من الماء كل شيء حي" و هايتها قدامي هاذ الآية، ما عليا غير نقول سبحانه الله

Trad : « Le conseil que je vous donne toujours : laissez l'endroit propre. Allah, le tout puissant a dit : 'Et Nous avons fait de l'eau toute chose vivante', et voici cette vérité juste devant moi. Je ne peux que dire : Sobhan Allah. »(khoubai , vidéo 2)

3- « Ici, on ne gatekeep pas les gars !! » (*TheDollBeauty*, Vidéo 2)

4- « Par contre si en 2024, vous ne faites toujours pas de double nettoyage, réveillez-vous. » (*TheDollBeauty*, Vidéo 4).

Selon Charaudeau, on qualifie cette modalité élocutive de « Proclamation ». Cependant, ce qui la distingue de la « déclaration » c'est que le locuteur prend une « position institutionnelle », en d'autres termes, l'acte exprimé devient une proclamation grâce au rôle que joue le locuteur.

Les énoncés choisis sont inclus dans la modalité de proclamation. L'exemple 1 (Hayet Louni, vidéo 8) s'agit d'une déclaration à rapprocher d'une proclamation car elle interpelle ses abonnés explicitement avec « **Eh les amis**, », sollicite l'accord par (**dites-moi si...**) et proclame une directive morale dans un ton autoritaire de conseil, qui lui permet de prendre une position forte d'autorité discursive. Dans le second cas (khoubai, vidéo 2) la déclaration inclut une proclamation de nature religieuse et environnementale où Khoubai se présente comme un transmetteur de message normatif et lance un appel à laisser l'endroit propre. Il déclare : « **Allah... a dit...** », (une expression religieuse qui révèle une vérité universelle), ce qui constitue une vérité proclamée et confirmée. Dans l'exemple 3 (vidéo 2 The Doll Beauty) ,il s'agit d'une proclamation collective bienveillante et normative sur l'apprentissage et l'amélioration personnelle où elle se définit comme une dirigeante bienveillante d'un espace de partage sans restriction d'information. Finalement, dans l'exemple 4 (The Doll Beauty , vidéo 4) , elle exprime une proclamation de qualité concernant un produit, dans un ton d'expertise experte et autoritaire dans le domaine des soins de la peau.

Chaque modalité se différencie des autres, par une spécificité linguistique et contextuelle. En d'autres termes, les facteurs qui nous ont permis de réaliser cette classification sont les constructions grammaticales de l'énoncé et le contexte dans lequel il apparaît.

6.3. Locuteur/ « autre-tiers » et les modalités délocutives

Selon Charaudeau, l'« autre-tiers » désigne le discours que le sujet émet sur le monde. À cet effet, il est possible dans le cadre d'un partenariat sponsorisé, lorsque les influenceurs sont encadrés par une équipe de communication ou une agence, ou encore lorsqu'ils s'expriment au nom d'une marque, on peut constater la présence de cette forme de modalité dans la conception énonciative du discours des influenceurs. Cela se manifeste notamment lorsqu'ils transmettent un message dicté par une marque communauté dont ils deviennent la voix collective. Dans ces cas, l'influenceur ne fait que rapporter les paroles d'un sujet implicitement présent, se limitant ainsi au rôle d'un être de parole. Par conséquent, c'est à l'auteur authentique que renvoient tous les actes de langage, qu'ils soient de nature allocutive (proposition, suggestion, interdiction, interrogation), élocutive (constat, déclaration, promesse, appréciation, proclamation) ou délocutive (assertion, discours rapporté).

Prenons des extraits de notre corpus où la modalité délocutive constitue l'une des stratégies énonciatives utilisées dans le contexte des influenceurs à côté des deux autres (allocutives et élocutives).

6.3.1. L'acte délocutifs de la modalité Assertion

1- « Un vrai ami, il est là, il cherche à comprendre, il t'aime, il t'élève, il te donne du positif. » (Hayat louni , vidéo 1)

2- « Quand on est bien avec soi-même, on n'a pas besoin d'agresser les autres. » (Hayat louni , vidéo 3)

- 3- « Pléonasme c'est quand il y a répétition. » (Hayat louni , vidéo 7),
- 4- « C'est doux avec votre peau, ça convient aux peaux sensibles et ça permet d'hydrater en même temps que ça exfolie » (the dollbeauty, vidéo 2)
- 5- Extrait : « هاد المنطقة إسمها أفيلال، هاد المنطقة واحة طبيعة تقع في قلب صحراء تمنراست »
Trad « Ce lieu s'appelle Afilal. C'est une oasis naturelle située au cœur du désert de Tamanrasset. » (khoubai, vidéo 2).

Les actes d'assertion sont des propos sur le monde par lesquels, le locuteur présente une description fidèle ou des affirmations qu'il considère comme vraies sans engagement personnel marqué.

Dans l'extrait 1, **il est évident que** « un vrai ami, il est là, il cherche à comprendre, il t'aime, il t'élève, il te donne du positif. »(Hayet Louni, vidéo 1). L'influenceuse présente une description sur l'amitié comme une vérité universelle avec une certitude. Ensuite, dans l'extrait 2, **il est certain que** « quand on est bien avec soi-même, on n'a pas besoin d'agresser les autres. » (Hayet Louni , vidéo 3) elle présente une vérité générale sur le comportement humain. Puis, dans l'extrait 3 (Hayet Louni , vidéo 7) « Pléonasme c'est quand il y a répétition. », elle présente des propos didactique (définition de Pléonasme) comme vrai. En outre, dans la vidéo de TheDollBeauty **Il est évident que** « c'est doux avec votre peau, ça convient aux peaux sensibles et ça permet d'hydrater en même temps que ça exfolie » (TheDollBeauty, vidéo 2) elle affirme avec certitude que les effets du produit sont garantis. Enfin, dans l'extrait 5, « Ce lieu s'appelle Afilal. C'est une oasis naturelle située au cœur du désert de Tamanrasset. » (khoubai, vidéo 2), il présente la toponymie et les caractéristiques géographiques et écologiques du lieu.

Dans tous les exemples, une vérité est affirmée, à la fois par une assertion explicite du propos et par ailleurs par une assertion implicitement articulée à travers des marques de modalisation telles que **il est évident que, il est certain que.**

6.3.2 . L'acte délocutifs du « Discours Rapporté »

À Côté de l'assertion en modalités délocutives, il y a aussi le « **Discours Rapporté** » qui renvoie à des « *Propos rapportés* » où le sujet parlant joue le rôle d'un simple « *rapporteur* » du discours d'un autre et ne s'engage pas dans la responsabilité de l'interlocuteur. Cette modalité est complexe car elle est basée, selon Charaudeau, sur trois situations : « *la position des interlocuteurs* », « *les façons de rapporter un discours déjà énoncé* » et « *de la description des modes d'énonciation d'origine* ».

a. La position des interlocuteurs.

- 1- « Ma mère elle me regarde et elle me dit : "Toi !" » (Hayet Louni , Vidéo 6)
- 2- « Ah mais pourquoi vous mettez autant de trucs sur votre peau, laissez-la respirer un petit peu Suzanne » (TheDolleBeauty, Vidéo 4)
- 3- Extrait : « سفار سفار سفار وبينما اندور مدينة الجن هاى لى يدخلها ما يخرجش، واش حكاية هاد المدينة صدعونا بيها »
Trad : « Séfar, Séfar, Séfar .. Peu importe où tu tournes la tête, on te parle de la "ville des djinns". On n'entend que ça ! » (Khoubai ,vidéo 1)
- 4- Extrait : « لى يدخلها ما يخرجش »
Trad : « Ceux qui y entrent ne ressortent jamais, disent-ils. » (Khoubai ,vidéo 1)
- 5- Extrait : « قالولى كاين جنة مخفية في صحراء تمنراست القاحلة، و لازم عليك تلقاها »
Trad : « Ils m'ont dit qu'il y a un paradis caché dans le désert aride de Tamanrasset, et que je devais absolument le trouver. » (Khoubai ,vidéo 2).

Le linguiste identifie deux catégories de locuteurs dans un discours : Le Locuteur Original (Loc. O)³ qui produit un discours initial destiné à un Destinataire d'Origine dans un

³ Loc. O = Le Locuteur Original

lieu et dans un temps donnés et le Locuteur Rapporteur (Loc. R) ⁴qui rapporte ce discours à un autre interlocuteur , dans un autre moment et lieu. Le rapport de discours peut poser plusieurs problèmes tels que :

Le degré de fidélité : le Loc. R peut modifier le contenu ou la forme du discours selon son objectif (changer les mots, tronquer des éléments, ou transformer le contexte).

Le mode de reproduction : le Loc. R interprète le discours selon ses perceptions (hésitations, gestes, intonations) ce qui peut déformer leur signification

Le type de distance : c'est la position adoptée par le Loc. R par rapport au discours d'origine (objectif ou subjectif).

Dans les extraits précédents, nous pouvons relever l'analyse suivante : commençons par la première phrase « Ma mère elle me regarde et elle me dit : "Toi !" » (*Hayet Louni, Vidéo 1*) où le **Loc. O** est la mère de Hayet et le **Loc. R** c'est Hayet Louni qui rapporte ce que sa mère lui a dit.

Degré de fidélité est élevé avec l'utilisation de la deuxième personne du singulier "**Toi !**" qui montre que la réplique est reproduite telle quelle, sans déformation.

Mode de reproduction : direct (discours avec guillemets.)

Type de distance : Hayet est proche de sa mère, cela est exprimé par l'utilisation de l'expression « *elle me regarde* ».

Dans le 2eme exemple (*TheDollBeauty, Vidéo 4*) , le **Loc. O** rapporte indirectement un discours de critique qu'il a entendu ou que l'on pourrait lui dire (il peut être ses abonnés ou ses proches) et **Loc. R** c'est elle « TheDollBeauty » prend le rôle de rapporteur en recréant ce que l'on pourrait lui dire.

Degré de fidélité : TheDollBeauty emploie un langage figuré qui marque son positionnement personnel.

⁴ Loc. R = Le Locuteur Rapporteur

Mode de reproduction : discours direct imaginaire.

Type de distance : créant une mise à distance ironique.

Pour khoubai dans la première vidéo, le **Loc. O** : les habitants ou les récits populaires sur Séfar, et le **Loc. R** : Khoubai rapporte ce qu'il les a entendus dire.

Degré de fidélité : élevé parce qu'il reprend la réputation et les dires collectifs sans modification explicite.

Mode de reproduction : discours rapporté synthétique (on te parle de...)

Type de distance : il relaie ces dires mais avec un ton personnel « on n'entend que ça ! »

C'est la même analyse pour les deux derniers exemples de khoubai (Vidéo 1 et vidéo2) où le

Loc. O est les habitants et pour le **Loc. R** c'est Khoubai.

Degré de fidélité : élevé , Il restitue l'idée générale de ce qui lui a été dit.

Mode de reproduction : discours rapporté au style indirect libre avec incise « disent-ils », « ils m'ont dit que... »

Type de distance : faible, il paraît qu'il restitue le contenu sans le modifier.

B . Les façons de rapporter un discours déjà énoncé :

Il y a plusieurs façons pour rapporter un discours :

B-1 Le discours cité : fidèle au discours d'origine, différent de l'énonciation du locuteur rapporteur. À l'écrit, signalé par des guillemets et à l'oral, par des pronoms à la 3^e personne et un verbe d'énonciation (dire, affirmer, prononcer, exprimer,..) conjugué selon un temps et un mode dépendant de la fonction pragmatique de la phrase. Les extraits qui montrent ce type de discours sont :

1- « Ma mère elle me regarde et elle me dit : « **Toi !** »(Hayet Louni, vidéo 6)

2- *Extrait* : « قالو هاي لي يدخلها ما يخرجش »

Trad :« Ceux qui y entrent ne ressortent jamais, **disent-ils.** » (Khoubai , vidéo 1)

3- *Extrait* : « **ري سبحانو قال** " وجعلنا من الماء كل شيء حي »

- 4- Trad : « Allah, le tout puissant **a dit** : « Et Nous avons fait de l'eau toute chose vivante » (Khoubai , vidéo 2)

Dans le premier exemple 1 « Ma mère elle me regarde et elle me dit : « **Toi !** »(Hayet Louni, vidéo 6),c'est un exemple de citation orale « **Toi**» où l'influenceuse rapporte fidèlement, les paroles de sa mère sous forme de discours direct.

Dans le deuxième exemple (khoubai, vidéo 1) « Ceux qui y entrent ne ressortent jamais **disent-ils.** » Khoubai reproduit un discours déjà énoncé par d'autres (les habitants de la région) sous forme d'une citation orale indirecte marquée par **la troisième personne du pluriel "ils"** et le verbe d'énonciation (**disent**) . Et dans le dernier exemple « Allah, le tout puissant **a dit** : « Et Nous avons fait de l'eau toute chose vivante » (khoubai, vidéo 2) où Khoubai cite un passage coranique, introduit par un verbe d'énonciation "a dit" et encadré par des guillemets dans la transcription sous forme d'une citation fidèle très formelle.

B- 2. Le discours intégré : le Locuteur Rapporteur modifie le discours d'origine (changements grammaticaux et temporels) selon son propre mode d'énonciation. Il peut passer du discours direct à indirect. Les extraits qui montrent ce type de discours sont :

- 1- « Rappel du jour, si **quelqu'un te dit** quelque chose de méchant, souviens-toi que ce n'est pas avec toi qu'il a un problème, c'est avec lui-même ».(Hayet Louni ,vidéo 3)
- 2- Extrait : « قالولي كايين جنة مخفية في صحراء »

Trad ; « Ils **m'ont dit** qu'il y a un paradis caché dans le désert » (Khoubai , vidéo 2)

Dans notre premier cas « *Rappel du jour, si **quelqu'un te dit** quelque chose de méchant, souviens-toi que ce n'est pas avec toi qu'il a un problème, c'est avec lui-même* ».(Hayet Louni ,vidéo 3) Elle rapporte une parole générale que « quelqu'un » pourrait dire, mais qui est intégrée dans son discours sous une forme indirecte : pas de citation directe, mais le contenu est rapporté en style indirect. Alors que dans le second cas, « Ils **m'ont dit** qu'il y a un paradis caché dans le désert » (khoubai , vidéo 2) il reformule un propos rapporté sans

guillemets mais en modifiant le temps et le mode (passage au discours indirect) sous forme d'une citation intégrée indirecte.

À l'inverse du procédé de discours intégré qui est partiel, le discours narrativisé est totalement intégré et disparaît dans les paroles de l'interlocuteur.

B- 3. Le discours narrativisé : Dans le discours rapporté, le discours original disparaît et seul l'acte de dire est évoqué, sans conserver les paroles exactes. Les extraits qui montrent ce type de discours sont :

1. « J'ai donné **un conseil** aujourd'hui, mon ami, mais alors un vrai conseil d'ami, hein...
» (Hayet louni , vidéo 1)
2. « Oui il nous **a donné** un faux prétexte pour ne pas venir. »(Hayet louni, vidéo 7)
3. "J'ai toujours vu ma tante et ma mère recevoir beaucoup d'invités le week-end ou pendant des fêtes, mettre les petits plats dans les grands. Préparer beaucoup de nourriture et même parfois acheter la nouvelle vaisselle, ça par contre je comprends pas encore."
(The DollBeauty, vidéo 1)
4. "Pour ceux qui font une mauvaise réaction à la bave d'escargot ou qui supportent pas le fait de mettre la bave d'escargot sur leur visage, je vous comprends." (The DollBeauty, vidéo 4)

Dans ce premier extrait de Hayet Louni elle rapporte ici un conseil qu'elle a donné à quelqu'un, sans reproduire textuellement ses propres paroles. Le contenu du conseil est intégré dans sa narration, il n'y a pas de discours direct. Et dans son deuxième extrait, elle évoque un discours d'un autre en utilisant le passé et en intégrant le contenu à son propre énoncé sous forme de narrativisation. Pour le discours de TheDollBeauty; elle rapporte un comportement et des habitudes de sa tante et de sa mère, mais sans les citer directement dans le premier exemple (vidéo 1) et elle rapporte indirectement ce que des gens (**Pour ceux**)

peuvent dire ou penser, sans citer personne précisément, mais en intégrant l'idée qu'ils auraient exprimée dans (la vidéo 4).

B - 4. L'allusion : Dans ce type, le discours d'origine est simplement évoqué et indirectement intégré dans les propos du locuteur rapporteur, souvent par un mot ou une expression dont l'auteur n'est pas l'énonciateur direct. Les extraits qui montrent ce type de discours sont :

1. « Mettez les gens au niveau où ils vous mettent, ils vous mettent là, mettez les là... »
(Hayet louni , vidéo 8)
2. « Vous savez pourquoi il est sorti, vous savez pourquoi il est là » (TheDollBeauty, vidéo 4)

Dans le premier cas (Hayet Louni , vidéo 8, il y a une évocation implicite des comportements que d'autres personnes pourraient tenir ou ont tenus sans les citer explicitement. Elle fait référence à des attitudes que les autres peuvent tenir sans rapport direct. *Dans le deuxième cas (TheDollBeauty, vidéo 4)il Ya* une allusion d'un discours implicite partagé qui n'est ni cité, ni narré, ni intégré mais simplement évoqué de façon elliptique.

C- La description du mode d'énonciation d'origine

La troisième situation du discours rapporté concerne la manière dont le locuteur d'origine prend la parole. Elle vise à décrire soit l'attitude communicative du Locuteur d'origine, soit l'acte énonciatif avec sa modalité (allocutive ou délocutive). Selon Charaudeau, on ne peut se référer qu'aux actes allocutifs et élocutifs, car les actes délocutifs n'engagent aucun locuteur directement, sauf s'ils sont intégrés dans le discours. Cependant, certaines situations (comme un narrateur-rapporteur ou des discours des influenceurs)

montrent des locuteurs rapporteurs qui s'approprient le discours initial, parfois sans l'accord du locuteur d'origine. Les extraits que l'on a pu relever du notre corpus :

1- « Si quelqu'un te dit quelque chose de méchant...souviens-toi que ce n'est pas avec toi qu'il a un problème, » (Hayet Louni, vidéo 3)

2- « Il ne supporte pas qu'on le commande. Il ne supporte pas l'autorité. » (Hayet Louni, vidéo 4)

3- « *Et d'ailleurs je pensais qu'on était COPS COPS, vous et moi personne ne m'en a parlé, il fallait que je tombe par hasard dessus sur TikTok.* » (The Doll Beauty, vidéo 2)

Dans la vidéo 3, Hayet Louni rapporte l'acte allocutif d'un locuteur d'origine imaginaire « quelqu'un te dit quelque chose de méchant » et décrit l'attitude communicative de cette personne (qui parle sous l'effet de son propre mal-être) pour expliciter indirectement le mode d'énonciation (attaque méchante motivée par un mal-être personnel). Et dans la vidéo 4, elle décrit l'attitude communicative d'un locuteur d'origine (un « il » anonyme), à travers ce qu'il ne supporte pas et son comportement face à l'autorité. C'est une description de l'attitude du locuteur d'origine et donc du mode d'énonciation. Dans l'extrait de TheDollBeauty, (video2), elle rapporte l'absence de discours, mais en décrivant l'attitude de ses abonnés qui selon elle, auraient dû lui dire, donc c'est une description du silence et de l'attitude communicative attendue (celle de lui parler du produit), ce qui est intégré dans la description du mode d'énonciation.

7. Les marques de l'énonciation

Une marque d'énonciation désigne tout élément linguistique indiquant la présence du locuteur dans l'énoncé. Divers termes sont utilisés pour nommer ces éléments, tels que « déictiques », « embrayeurs », « indices » ou encore « shifters ». Charaudeau (2002, p. 230) affirme que « *L'énonciation ou les traces énonciatives sont les unités linguistiques qui indiquent le renvoi de l'énoncé à son énonciation : les désinences des verbes, les adverbes de temps les adjectifs affectifs* ». Dans les diverses études en linguistique énonciative, l'utilisation des termes « déictiques » et « embrayeurs » demeure ambiguë. Certains linguistes, comme Orecchioni (1999), les emploient comme des synonymes, tandis que d'autres, tels que Maingueneau (1981), établissent une distinction en considérant les déictiques comme une sous-catégorie des embrayeurs. Aujourd'hui, la majorité des linguistes ne font pas de différence marquée entre ces deux notions. Ainsi, ces éléments linguistiques ne prennent leur sens qu'en relation avec la situation d'énonciation, c'est-à-dire, l'ensemble des circonstances et des conditions extralinguistiques dans lesquelles se fait la production (ou la réception) d'un énoncé. Autrement dit, elle correspond aux réponses aux questions : qui parle ? À qui ? Où ? Quand ? De quoi ?

7.1. Les embrayeurs subjectifs : Personne et non-personne

Les embrayeurs renvoient toujours à la situation d'énonciation. Les embrayeurs font références à l'énonciateur (qui parle ?) et au destinataire (à qui ?) sont appelés embrayeurs subjectifs ou embrayeurs personnels. Ils renvoient toujours à la situation d'énonciation. Ainsi, selon Benveniste (1966) , les pronoms personnels ne sont pas un homogènes. Il en résulte une série d'oppositions qui traduisent une différenciation à la fois discursive et linguistique. Parmi ces oppositions figure celle de **personne vs non-personne**, qui distingue les pronoms personnels de la première et de la deuxième personne du singulier « *je et tu* », marqués par la

notion de « personne », du pronom de la troisième personne « *il* », qui ne désignent aucune personne, est qualifié par Benveniste de « **non-personne** ».

7.1.1. La personne

7.1.1.1. Qui parle ?

Dans notre cas, les énonciateurs sont des influenceuses sur les réseaux sociaux qui s'adressent à leur public via des vidéos publiées sur TikTok.

La première personne « *je* » qui désigne celui qui parle et « *Nous* » la forme plurielle de ce pronom qui désigne (le locuteur + une tierce personne) sont des déictiques liés à la catégorie des personnes qui marquent l'énonciateur selon Benveniste : « *l'individu qui énoncer la présente instance de discours contenant l'instance linguistique je* ». (1966, p. 252)

Nous allons tracer un tableau comportant les embrayeurs subjectifs (personnes (qui parle ?)) contenus dans notre corpus :

Tableau 10 : Les embrayeurs subjectifs (personnes (qui parle ?)

<i>Les influenceurs</i>	Je	Nous
Hayet louni	« J'ai donné un conseil » (vidéo 1), « j'ai découvert ,.... je vais écrire en bas » (vidéo2) « Je t'explique » (vidéo 10)	
TheDollBeauty	« je reçois.. j'ai même envie J'ai toujours vu ... je commence » (vidéo 1) « je vais vous montre » (vidéo2) « Je me suis douchée » (vidéo4)	« Albertine nous a ramené des viennoiseries. » (vidéo 1),
Khoubai	انا دخلتها وأكتشفت السر " باللي- نقولهم - « moi, j'y suis allé, et j'ai découvertEst-ce que je vais leur dire » (Vidéo 1)	

	قوتلهم علياشوفوا معايا الجبال البركانية كيفاش مدابرة -« Je leur ai répondu : 'Comptez sur moi.....Regardez avec moi comment sont formées ces montagnes volcaniques, ... » (vidéo 2) -أنا الآن فوق أنظف مصنع "Je me trouve au sommet de l'usine la plus propre.."(vidéo 3)	
--	---	--

Commentaire

Le pronom personnel je apparait comme un marqueur de la subjectivité discursive dans notre corpus. Chez Hayet Louni, son emploi traduit l'implication personnelle de l'influenceuse dans ses actions et décisions, comme nous témoignons dans les extraits : « J'ai donné », « j'ai découvert », « je vais écrire en bas ». L'extrait « Je t'explique » (vidéo 10) instaure, quant à lui, un rapport direct et didactique avec les abonnés, révélant une posture de conseil. De l'appart de TheDollBeauty, l'usage du pronom « **je** » accompagne des séquences où l'influenceuse exprime ses ressentis et partage son quotidien : « je reçois », « j'ai envie », « j'ai toujours vu », « je commence ». Ces énoncés participent à création d'une proximité affective par rapport à son public. Des formulations telles que « Je vais vous montrer » ou « Je me suis douchée » relèvent d'actes performatifs et de récits personnels, renforçant la présence énonciative. Pour Khoubai, le pronom **je** valorise l'expérience personnelle et crédibilise les récits d'exploration : « Moi, j'y suis allé », « j'ai découvert », « je vais leur dire ». Il adopte ainsi une posture d'acteur de terrain notamment dans : « Je leur ai répondu », « Comptez sur moi » et « Je me trouve au sommet ». En revanche, le pronom **nous** est

totalement absent dans le discours de **Hayet Louni** et **Khoubai**, et peu fréquent chez **TheDollBeauty**. Lorsqu'il apparaît « Albertine nous a ramené... », il contribue à instaurer une proximité collective et à renforcer le sentiment d'appartenance au sein de son discours numérique.

7.1.1.2. A qui parle ?

Dans notre cas, lorsque l'émetteur parle de lui-même, le destinataire est le public (les abonnés).

La deuxième personne « tu » qui désigne celui à qui le locuteur s'adresse et « vous » la forme plurielle de ce pronom qui désigne (tu + autres), sont des déictiques liés à la catégorie des personnes qui marquent le récepteur selon Benveniste « l'individu *allocutif* dans la présente instance de discours contenant l'instance linguistique tu » (1966, p. 252)

Nous allons tracer un tableau comportant les embrayeurs subjectifs (personnes (à qui parle ?)) contenus dans notre corpus :

Tableau 11 : Les embrayeurs subjectifs (personnes (A qui parle ?))

Les influenceurs	Tu	Vous
Hayet louni	- « <i>Écoute-moi</i> » (vidéo 1) - « ...Le savais-tu cher ami ? » (vidéo 2) - « T'abonner aussi si tu veux... Abonne-toi... » (Vidéo 4) -« T'es comme ça, comme moi ou pas ? » (vidéo 6)	- « <i>Regardez les amis</i> » (vidéo 2) -« Dites-moi si vous êtes d'accord avec moi » (vidéo 8) -« Savez-vous ce qu'est une velléité ? »(vidéo10) - « arrêtez d'accorder de l'importance à des personnes qui n'ont aucune considération pour vous » (Vidéo 8)

<i>TheDollBeauty</i>		- « Vous voyez ce que je veux dire ? » (vidéo 1) - « Vous prenez une pompe Dites-vous que mon visage est lavéSi vous voulez le tester, n'hésitez pas » (vidéo 2)
<i>Khoubai</i>	- كي <u>تطلع</u> العقبة لازم <u>تطل</u> عند رجلك برك ما تطلش فوق، لو كان تطلع راسك - « Quand tu montes, il faut regarder juste tes pieds. Ne lève pas la tête... » (Vidéo 1) إذا كنت تظن أنني في غابة أو في منتجع سياحي فوق الجبل فأنت مخطئ - "Si tu penses que je suis dans une forêt ou dans une station touristique sur la montagne, tu te trompes." (vidéo 3)	تبعوا معايا هاد السلسلة للأخير، راح تكتشفوا واش الحقيقة تاع هاد الأقاويل كاملة - " Suivez-moi jusqu'à la fin de cette série et vous découvrirez la vérité derrière toutes ces rumeurs." (vidéo 1) ، هيا الحاج بسم الله - "Allez, hajj, bismillah !" (vidéo 2)

Commentaire

Dans notre corpus, les destinataires du discours sont les abonnés, et plus précisément les internautes qui suivent ces influenceurs sur leurs Tiktok. Hayet Louni privilégie l'emploi du pronom « **tu** » afin d'instaurer une proximité directe et affective avec l'abonné, comme les énoncés : « Écoute-moi » (vidéo 1) et « Le savais-tu, cher ami ? » (Vidéo 2). Ce pronom apparaît également dans des invitations : « T'abonner aussi si tu veux... abonne-toi » (vidéo 4) et « T'es comme ça, comme moi ou pas ? » (vidéo 6). À l'inverse, le pronom « **vous** » est

employé lorsqu'elle s'adresse à l'ensemble de la communauté, notamment dans : « Regardez les amis » (vidéo 2), « Dites-moi si vous êtes d'accord » (vidéo 8) et « Savez-vous ce qu'est une velléité ? » (Vidéo 10).

Chez TheDollBeauty, c'est le pronom « **vous** » qui prédomine, traduisant une posture de conseil et d'invitation collective, comme dans « Vous voyez ce que je veux dire ? » (vidéo 1) et « Dites-vous que mon visage est lavé ..Si vous voulez le tester, n'hésitez pas » (vidéo 2). Enfin, Khoubai recourt au pronom « **tu** », qu'il réserve à des conseils personnalisés et des recommandations : « Quand tu montes, il faut regarder juste tes pieds » (vidéo 1) et « Si tu penses que je suis dans une forêt... tu te trompes » (vidéo 3). Le pronom **vous** n'apparaît que sous une forme implicite et collective, dans l'énoncé : « Suive**ez**-moi jusqu'à la fin de cette série » (vidéo 1), destiné à l'ensemble de sa communauté.

Les choix distincts du tutoiement et du vouvoiement chez Hayat Louni et Khoubai, et du vouvoiement chez TheDollBeauty, révèlent des stratégies discursives visant à moduler la proximité énonciative en fonction de la posture et du rôle que chaque influenceur adopte dans son interaction avec son public.

7.1.2. La non-personne

Les pronoms personnels de la troisième personne au singulier « il, / elle » ou au pluriel « ils / elles » relèvent d'un regard extérieur, ils sont également appelés le non personne. Selon Benveniste (1966, pp. 252-253) « *La troisième personne représente en fait le nombre non marqué de la corrélation de personne. C'est pourquoi il n'y a pas truisme à affirmer que le non-personne est le seul mode d'énonciation possible pour les instances de discours qui ne doivent pas renvoyer à elles-mêmes ; mais qui prédisent le procès de n'importe qui ou n'importe quoi hormis l'instance même, ce n'importe qui ou n'importe quoi pouvant toujours être muni d'une référence objective.* ».

Nous allons tracer un tableau comportant les embrayeurs subjectifs (non- personnes) contenus dans notre corpus :

Tableau 12 : Les embrayeurs subjectifs (non- personnes)

Les influenceurs	Il	Elle	Ils
Hayet louni	« il a un problème », « il ne se sent pas bien » Vidéo 3	« Ma mère elle me regarde... » Vidéo 6	
TheDollBeauty	« il était trop gros » vidéo 1		
Khoubai	قالولي كايين جنة مخفية « Ils m'ont dit qu' il y a un paradis caché... » vidéo 2		لي يدخلها ما يخرجش « Ceux qui y entrent ne ressortent jamais, disent- ils. » vidéo 1 قالولي كايين جنة مخفية « Ils m'ont dit qu'il y a un paradis caché... » vidéo 2

Commentaire

Dans notre corpus, l'analyse de l'emploi de la non-personne met en lumière des fonctions discursives variées selon les stratégies des influenceurs. Chez Hayet Louni, le pronom « **il** » évoque une personne extérieure , comme dans « il a un problème » ou « il ne se sent pas bien » (vidéo 3), tandis que « **elle** » désigne une tierce personne (sa mère), notamment dans « Ma mère elle me regarde... » (vidéo 6), introduisant ainsi des repères narratifs et affectifs. Chez TheDollBeauty, « **il** » sert à formuler un jugement sur une entité

extérieure, par exemple dans « il était trop gros » (vidéo 1), permettant une appréciation sans engagement direct envers le destinataire. Enfin, Khoubai utilise les pronoms « **ils** » pour rapporter des voix anonymes ou collectives, comme dans « Ils m'ont dit qu'il y a un paradis caché... » (vidéo 2) ou « Ceux qui y entrent ne ressortent jamais, disent-**ils** » (vidéo 1), renforçant ainsi l'atmosphère mystérieuse et légendaire de ses récits, tout en opérant une distanciation énonciative conforme à la fonction de la non-personne selon Benveniste. Ces emplois divers illustrent comment la non-personne contribue à structurer le discours selon des intentions discursives spécifiques : narration, implication affective ou transmission de savoirs collectifs.

7.2. Les déictiques spatio-temporels

Les embrayeurs ne renvoient pas uniquement à l'énonciateur et au destinataire à travers les marques de personne ; d'autres éléments peuvent également contribuer à la compréhension de la situation d'énonciation : le moment et le lieu d'énonciation.

7.2.1. Les déictiques spatiaux

Charaudeau précise que les déictiques spatiaux s'organisent autour d'un point de référence « *c'est la position qu'occupe le corps de l'énonciateur lors de son acte d'énonciation.* » (1992 a, p. 45)

L'objectif des déictiques spatiaux est d'indiquer précisément le lieu de l'énonciation et ils sont réparties en trois catégories: les démonstratifs, les présentatifs et les adverbess marquant le lieu de l'énonciation.

a- Les démonstratifs : les déterminants (ce...ci/ là) et les pronoms (ça, ceci, cela, celui-ci/ là).

b- Les présentatifs : Des éléments servant à diriger l'attention du destinataire vers la présence des nouveaux objets (comme « voici », « voilà »).

c- Les éléments adverbiaux

« Il s'agit d'un ensemble d'adverbes et de locutions adverbiales répartis en divers microsystemes sémantiques : (ici / là / là-bas, près/ loin, devant/derrière, à gauche/ à droite, etc. » (Kerbrat -Orcchioni, 1999, pp. 60-61)

Ces éléments désignent la proximité ou la distance de l'objet spécifié et par rapport à la position occupée par l'énonciateur dans l'espace et se trouvent en paires opposées.

Nous allons tracer un tableau comportant les déictiques spatiaux contenus dans notre corpus :

Tableau 13 : Les déictiques spatiaux

Influenceur	Déictiques spatiaux	Exemples extraits et références vidéo
Hayat louni	Démonstratifs	« cette pièce » (vidéo 7)
	Présentatifs	« mettez les gens au niveau où ils vous mettent, ils vous mettent là, mettez-les là » (vidéo 8)
	Toponymes	« On est toujours à Messonier » (Vidéo 2)
TheDollBeauty	Adverbes de lieu	« je suis ici pour vous parler... » (vidéo 1)
	Prépositions de lieu	« D'ailleurs j'ai galéré à lui trouver une place sur la table » (Vidéo 1)
Khoubai	Démonstratifs	Extrait : ” هادا الجبل الكبير لازمنا نطلعوه كامل ” Trad ; « Cette énorme montagne qu'on devait grimper entièrement ... », (vidéo 1) ” هاد المدينة.... هذا يشوف في هذاك هاهم لهيه ، هاد المنطقة إسمها أفيلال..... هذا هنايا أداودا صبيع Trad: « cette ville.....,Celle-là se met en face de vers celle-là là-bas ,.....Ce lieu s'appelle Afilal Celui-là, c'est

		Adaouda un doigt. » (vidéo 2) Extrait: " هذا البناء هذا المصنع " Trad : « ce bâtiment cette usine » (vidéo 3)
	Présentatifs	Extrait: هذا هو الواد اللي يقسم مدينة تمنراست Trad : « Voici l'oued (rivière) qui traverse la ville de Tamanrasset. » (vidéo 2)
	Adverbes de lieu	Extrait: لقينا رواحنا وصلنا للأعلى أرض و منا هبطة تاع جبل.....كايئة أرض مسطحة هنايا Trad : « On s'est retrouvés tout en haut, sur un plateau plat... Et juste à côté, une pente qui descend en montagne un terrain plat ici» (vidéo 1) Extrait : شوف هاو واحد هنا Trad:« Regardez, en voilà uneici »(vidéo2)
	Toponymes	Extrait : سفار....أرض مسطحة Trad : « Séfar ,sur un plateau plat , ...» (vidéo 1) Extrait : في صحراء تمنراست القاحلة أفيلال بين الصخور.... في قلب صحراء تمنراست Trad : « dans le désert aride de Tamanrasset ,à Afilal , ..au cœur du désert de Tamanrasset,entre les rochers , ...» (vidéo 2) Extrait: ... في غابة...في منتجع سياحي

		مدينة كوبنهاغن..... في أعالي سويسرا ... « dans une station touristique ,.... la ville de Copenhague ,dans les Alpes suisses » (vidéo 3)
--	--	--

Commentaire

Nous avons relevé une autre forme de marques d'énonciation, cette fois liée au lieu. Celle-ci se manifeste clairement à travers l'emploi des **déictiques spatiaux**, qui renvoient, dans certains cas, à l'espace où se trouve l'énonciateur au moment des événements évoqués, dans d'autres cas, ces indications indiquent l'endroit où se trouve l'énonciateur au moment même de l'énonciation.

Ainsi Hayat Louni emploie des démonstratifs comme dans (« cette pièce », vidéo 7) et des présentatifs (« ils vous mettent là », vidéo 8) pour situer son discours dans un cadre spatial déterminé, nous retrouvons également un ancrage concret avec l'énoncé « *On est toujours à Messonier* » (vidéo 2), qui marque explicitement la situation géographique. De son côté, TheDollBeauty utilise que des adverbes de lieu (« je suis **ici** pour vous parler », vidéo 1) afin de créer une proximité spatiale avec son public. En revanche, Khoubai se distingue par une grande variété spatiale . Il mobilise des démonstratifs précis (« cette énorme montagne », vidéo 1 ou « ce bâtiment », « cette usine » (vidéo 3)), des présentatifs tels que (« Voici l'oued qui traverse Tamanrasset », vidéo 2) et de nombreux adverbes de lieu localisant précisément l'action : « sur un plateau plat », « dans le désert aride de Tamanrasset », « au cœur du désert de Tamanrasset » ou encore « dans une station touristique,..., dans les Alpes suisses » (vidéos 1, 2 et 3). Ces déictiques spatiaux participent non seulement à l'ancrage du discours dans un espace réel et identifiable, mais aussi à la construction d'une proximité selon les stratégies de chaque influenceur.

7.2.2 Les déictiques temporels

Le temps ou le moment où l'énonciateur parle est un facteur essentiel dans la compréhension des énoncés, car il permet de situer le locuteur dans un cadre temporel précis par rapport à l'énoncé produit. Ce repérage temporel repose sur l'emploi de certains éléments linguistiques tels que les adverbes et locutions adverbiales, les prépositions temporelles, les adjectifs temporels, les indications de durée ou de date, ainsi que les expressions d'actions répétées.

Nous allons tracer un tableau comportant les déictiques temporels contenus dans notre corpus :

Tableau 14 : Les déictiques temporels

Influenceurs	Déictiques temporels		
Hayet louni	Adverbes de temps	- « <i>Aujourd'hui</i> , on est toujours à Messonier » (Vidéo 2)	
		-« <i>Aujourd'hui</i> j'ai une question spéciale... » (Vidéo 5)	
	Temps des verbes	Présent	« <i>ça réduit l'hypertension</i> ,..... <i>ça fait</i> maigrir .vous prenez ... » (vidéo 2), « Il ne se sent pas bien... » Vidéo3
		Passé composé	« j' ai donné » (vidéo 1) « j' ai découvert ... »(Vidéo 2)
TheDollBeauty	Adverbes de temps	« <i>Aujourd'hui</i> je reçois <i>en ce moment</i> ... <i>la prochaine fois</i> j' <i>invite</i> » vidéo 1	
	Temps des verbes	Présent	« Je vous <i>avoue</i> <i>Regardez-moi</i> ... <i>cette brioche qui est dingue.</i> »(Vidéo1) « je vais vous montrer » (vidéo 2)

		Passé composé	« J'ai galéré ,..... J'ai toujours vu ma tante et ma mère .. » (vidéo 1) « J'ai fait beaucoup de shopping » (vidéo3), « J'ai développé une habitude » (vidéo 4)
Khoubai	Adverbes de temps		و على شحال و بعد مدة قصيرة على الساعة العاشرة و النصف <u>لقينا</u> « On a commencé à 10h30, et quant à l'heure d'arrivée... Après un moment, on s'est retrouvés tout en haut..» vidéo 1 كل ما ندخلوا مدينة جديدة ... و بعد مدة « chaque fois qu'on entre dans une nouvelle ville.....après un moment » (vidéo 2)
		Présent	كل ما ندخلوا مدينة جديدة chaque fois qu'on entre dans une nouvelle ville... » Vidéo 2 إذا كنت <u>تظن</u> أنني في غابة أو في منتجع سياحي فوق الجبل فأنت مخطئ - « Si tu penses que je suis dans une forêt ou dans une station touristique sur la montagne, tu te trompes. » (vidéo 3)
	Temps des verbes	Passé composé	أنا <u>دخلتها</u> و <u>أكتشفت</u> السر « Eh bien, moi, j'y suis allé, et j'ai découvert le secret. » Vidéo1 <u>إدينا</u> كامل أغراضنا و <u>انطلقنا</u> في رحلة أكثر ما <u>سمعنا</u> عليها

			أكثر أنها تكون صعبة « On a préparé toutes nos affaires, et on s'est lancés dans une aventure qu'on nous avait décrite comme très difficile. »(vidéo1)
		Imparfait	«أني نتخايل فيها كيفاش كانت هادي كيما كان البركان هايچ Je m'imagine comment ça devait être ici quand le volcan était en éruption. » Vidéo 2

Commentaire

Dans les vidéos de Hayet Louni, les adverbes de temps comme aujourd'hui situent l'énonciation dans le temps présent. L'usage fréquent du **présent de l'indicatif** inscrit les actions dans l'instant de la parole, tandis que le **passé composé** sert à rapporter des expériences personnelles récentes, comme « j'ai donné » ou « j'ai découvert ». Chez TheDollBeauty, les adverbes de temps tels qu' « aujourd'hui », « en ce moment », et « la prochaine fois » instaurent un lien temporel avec les abonnés. Le **présent de l'indicatif** domine, marquant la spontanéité et l'interactivité, comme dans « je vais vous montrer », et le **passé composé** permet d'évoquer des souvenirs personnels, notamment : « j'ai galéré » ou « j'ai toujours vu ma tante et ma mère ». Enfin, dans le discours de Khoubai, les adverbes de temps comme « après un moment », « chaque fois, » et « à 10h30 » organisent le récit et structurent les événements dans un ordre chronologique. Le **présent de l'indicatif** rend le discours vivant («, chaque fois qu'on entre... »), tandis que le **passé composé** relate des actions achevées mais encore significatives (« on a préparé toutes nos affaires »). L'**imparfait**, quant à lui, confère une valeur descriptive comme dans « je m'imagine comment ça devait être ici... ».

Conclusion générale

Au terme de ce travail de recherche intitulé « Énonciation et modalisation dans les discours des influenceurs algériens sur TikTok, nous avons effectué une analyse des différentes stratégies discursives, notamment celles liées à l'énonciation et à la modalisation, à partir des données recueillies à travers les vidéos constituant notre corpus d'étude. De ce fait, nous avons sélectionné dix-sept vidéos de TikTokeurs algériens : TheDollBeauty, Hayet Louni et Khoubai. Le choix de notre corpus repose sur des critères pertinents, tels que les interactions, les vues et les partages, qui sont des indicateurs de l'engagement des abonnés. Afin d'atteindre les objectifs de notre recherche et de répondre à notre problématique, nous avons mené une étude et une analyse détaillée en adoptant une approche qualitative. Nous avons structuré notre travail en deux chapitres, en mobilisant notamment les concepts de situation d'énonciation, de modalisation et de stratégies discursives seon Charaudeau et Maingueneau : le premier intitulé « Repères théoriques, méthodologiques et description du corpus », et le second « Énonciation et modalisation dans le discours des influenceurs ».

L'analyse de notre corpus, révèle une présence marquée de la subjectivité, qui se manifeste par l'utilisation de divers procédés énonciatifs et de la modalisation. Après avoir étudié la situation d'énonciation, ainsi que les marques énonciatives, telles que les indices personnels, spatio-temporels et déictiques, nous avons pu remarquer que chacun des influenceurs adopte une stratégie discursive singulière, qui reflète son identité et sa relation avec sa communauté. Tout d'abord, l'analyse a montré que Hayet Louni se distingue par une proximité particulièrement marquée avec ses abonnés, qu'elle construit à travers un langage à la fois familier et inclusif. En effet, elle recourt fréquemment à des interpellations directes telles que « les amis » et « écoute-moi », mais également à des questions engageantes et à des

procédés phatiques qui permettent de maintenir l'attention de ses abonnés. Par ailleurs, nous avons constaté que son discours chaleureux et bienveillant repose sur des contenus à portée éthique et éducative, comme des conseils de vie, des rappels à la morale ou de courtes leçons culturelles et linguistiques. De plus, l'alternance des pronoms personnels « je » et « tu » contribue à instaurer un climat de dialogue inclusif. Enfin, l'usage de traductions et d'explications dans un contexte bilingue (arabe dialectal/français) témoigne à la fois d'une volonté pédagogique et d'un fort ancrage culturel.

Ensuite, en ce qui concerne Khoubai, nous avons remarqué qu'il adopte une stratégie narrative et participative. Grâce à l'utilisation répétée de la deuxième personne ainsi qu'à des interpellations directes « regardez » et « dites-moi », il établit une connexion étroite avec ses abonnés. Ses récits, souvent construits sous la forme d'aventures personnelles, sont marqués par une structure narrative captivante qui joue sur le suspense « est-ce que je vais leur dire...? ». Ainsi, il valorise les savoirs locaux, culturels et géographiques à travers des descriptions vivantes, enrichies d'anecdotes, de faits concrets et de références culturelles ou religieuses. En outre, son ton dynamique et expressif, ponctué d'exclamations, est renforcé par des procédés explicatifs à visée éducative. Enfin, son discours se clôt fréquemment sur des appels à l'interaction « dites-moi si ça vous donne envie... », inscrivant son contenu dans une dynamique d'échange et de construction communautaire.

Enfin, notre analyse a relevé que TheDollBeauty se caractérise par une énonciation personnelle, spontanée et conversationnelle, qui instaure une forte intimité avec sa communauté. Elle mobilise des marques de subjectivité telles que « j'aime trop », « je vous avoue », ainsi que des embrayeurs personnels (je, vous), qui créent un climat de complicité. Par ailleurs, elle adopte un ton léger, souvent humoristique « faut vraiment que je me calme, c'est la vieillesse ? », ce qui favorise l'identification de son audience. Son style discursif, fondé sur un mélange fluide du français et de l'anglais dans un registre familier, reflète

l'image d'une femme moderne, décomplexée et accessible. Pour conclure, elle valorise explicitement le partage et l'ouverture d'esprit.

Ces résultats ont montré le rôle central du langage dans la construction de l'influence exercée par ces créateurs de contenu. Chacun développe une stratégie discursive qui reflète son identité, son contenu ainsi que sa relation avec sa communauté. Et les marques d'énonciation permettent aux influenceurs de créer une relation de proximité, de confiance et d'interaction avec leurs abonnés. C'est à travers ces choix langagiers que se construit une influence crédible et engageante.

Notre analyse a permis de confirmer l'importance des marques énonciatives et modalisatrices dans la stratégie de captation des influenceurs. Enfin, cette étude ouvre des perspectives de recherche stimulantes, tant vers d'autres plateformes numériques telles qu'Instagram, YouTube et Snapchat, que vers d'autres axes sociolinguistiques, notamment les normes sociales ou les postures discursives. Par ailleurs, il serait pertinent de prolonger cette réflexion en étudiant l'impact concret de ces stratégies discursives sur l'engagement effectif des abonnés (achats, partages, réactions, changements d'opinion), en croisant l'analyse linguistique qualitative avec des données quantitatives issues des interactions numériques. Cette articulation entre analyse du discours et observation des pratiques sociales en ligne pourrait enrichir les recherches en sociolinguistique numérique et en communication digitale.

Références bibliographiques

Ouvrages :

1. Auchlin A. et Moeschler J.A. (1983). *Introduction à la linguistique contemporaine*. Paris: Armand Colin.
2. Bakhtine, M. (1977). *Marxisme et philosophie du langage*. Paris: De minuit.
3. Benveniste, É. (1966). *Problèmes de linguistique générale .Tome 1*. Paris: Gallimard.
4. Benveniste, É. (1974). *Problèmes de linguistique générale .Tome 2*. Paris: Gallimard.
5. Charaudeau, P. (1992 a). *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris: Hachette.
6. Charaudeau, P. (1992 b). *Langage et discours : éléments de sémiolinguistique*. Paris: Hachette.
7. Ducrot, O. (1980). *Les mots du discours*. Paris: Éditions de Minuit.
8. Ducrot, O. (1984). *Le dire et le dit*. Paris: Les Éditions de Minuit.
9. Dupin, A. (2010). *Communiquer sur les réseaux sociaux : Les méthodes et les outils indispensables pour vos stratégies de communication sur les médias sociaux*. France : FYP éditions.
10. ESSONO, M.-J. (1998). *Précis de linguistique générale*. Paris: L'Harmattan.
11. Goffman, E. (1973). *La Mise en scène de la vie quotidienne*. Paris : Minuit.
12. Jakobson, R. (1963). *Essais de linguistique générale*. Paris: Minuit.
13. Kerbrat -Orcchioni, C. (1999). *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage (3^e éd.)*. Paris: Armand Colin.
14. Kerbrat-Orecchioni, C. (1990). *Les interactions verbales .Tome 1*. Paris: Armand Colin.
15. Kerbrat-Orecchioni, C. (1998). *Les interactions verbales.Tome 2*. Paris: Armand Colin.
16. Kerbrat-Orecchioni, C. (2009). *L'énonciation de la subjectivité dans le langage (4^e éd.)*. Paris: Armand Colin.
17. Lefebvre, A. (2005). *Les réseaux sociaux : pivot de l'Internet 2.0* . Paris : MM2 Editions.
18. Maingueneau et Charaudeau. (2002). *Dictionnaire D'analyse Du Discours*. Paris: Seuil.
19. Maingueneau, D. (1986). *L'énonciation en linguistique française*. Paris: Hachette.
20. Maingueneau, D. (1997). *Nouvelles tendances en analyse de discours*. Paris: Hachette.

21. Maingueneau, D. (1998). *Analyser les textes de communication*. Paris: Armand Colin.
22. Maingueneau, D. (2001). *Précis de grammaire pour les concours (3e éd.)*. Paris: Nathan.
23. Maingueneau, D. (2004). *La situation d'énonciation entre langue et discours*. Craiova: Editura Universitaria.
24. Maingueneau, D. (2014). *Discours et analyse de discours*. Paris: Armand, Colin.
25. Maingueneau, D. (2015). *Manuel de linguistique pour les textes littéraires*. Paris: Armand Colin.
26. Maroccia, M. (2016). *Analyser la communication numérique écrite*. Paris: Armand Colin.
27. Markus et Kitmaya S. (1994). *Emotion and culture: Empirical studies of mutual influence*. (A. P. Association, Éd.) Washington, DC.
28. Martinet, A. (1985). *Syntaxe générale*. Paris: Armand Colin.
29. Mercier-Leca, F. (1998). *Études sur les interactions communicatives*. Paris : Presses Universitaires de France.
30. Traverso, V. (2007). *L'analyse des conversations*. Paris: Armand Colin.

Articles :

1. Anscombre J-C. & Ducrot O. (1976). L'argumentation dans la langue. *Langages*(42), 5-27.
2. Boyd D. & Ellison N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Computer-Mediated Communication, Volume 13*(1), 210–230. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
3. Carlotti, A. (2010). La priorité des nouveaux programmes de français dans l'enseignement secondaire : phrase, énoncé, texte ou discours ? *Le français aujourd'hui*, 169, 95–108.
4. Guespin, L. (1971). Problématique des travaux sur le discours politique. *Langage*(23), 3-24.

Dictionnaires :

- 1- Dictionnaire Larousse. (2005). Paris: Larousse.
- 2- Dictionnaire Le Robert. (2012). Paris: Le Robert.
- 3- Dubois et al. (2001). *Grand dictionnaire 2001: Linguistique et Sciences du langage*. Paris: Larousse.
- 4- Dubois J. et Mathée, G. (1994). *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*. Paris: Larousse.

- 5- Dubois, J. (2002). Dictionnaire de linguistique. PARIS: Larousse.

Mémoires et thèses :

- 1- **BENDIB, H.** (2018). *Les stratégies publicitaires télévisuelles algériennes et françaises. Étude sémiopragmatique comparative*, thèse de doctorat, université des Frères Mentouri Constantine 1,

Site internet :

- 1- Todoskills. (24 mars2021). Le message inaudible d'Albert Mehrabian sur la communication non verbale. *Todoskills*. Consulté le 25 février 2025, à l'adresse <https://www.todoskills.com/le-message-inaudible-dalbert-mehrabian-sur-la-communication-non-verbale/>
- 2- ALF (Association "Les amis de la langue française"). (s.d.). Le schéma de communication [PDF]. Consulté le 18 avril 2025, à l'adresse <https://alf.asso-web.com/uploaded/le-sch-communication.pdf>
- 3- Djaz News. (s.d.). Internet et réseaux sociaux en Algérie : ce que dit le rapport de DataReportal. *Djaz News*. Consulté le 17 avril 2025, à l'adresse https://djaz.news/internet-et-reseaux-sociaux-en-algerie-ce-que-dit-le-rapport-de-datareportal?utm_source=chatgpt.com
- 4- LeMagIT. (s.d.). *Instagram*. Consulté le 17 avril 2025, à l'adresse <https://www.lemagit.fr/definition/Instagram>
- 5- nac (éditeur). (s.d.). *L'Éclaireur Fnac : le média du choix éclairé* [Site web]. Consulté le 17avril 2025, à l'adresse <https://leclaireur.fnac.com/leclaireur.fnac.com+11leclaireur.fnac.com+11zonebourse.com+11>
- 6- Viber. (s.d.). *Accueil – Viber*. Consulté le 17 avril 2025, à l'adresse <https://www.viber.com/fr/>
- 7- Bouaricha, N. (21 avril 2025). Dans un récent rapport : état des lieux du numérique en Algérie : Le CARE pose les conditions d'une transition réussie. *El Watan DZ*. Consulté le 25 avril 2025, à l'adresse <https://elwatan-dz.com/dans-un-recent-rapport-etat-des-lieux-du-numerique-en-algerie-le-care-pose-les-conditions-dune-transition-reussie>
- 8- Wikipédia. (s.d.). *Facebook*. Consulté le 17 avril 2025, à l'adresse <https://fr.wikipedia.org/wiki/Facebook>

- 9- Ben, I. (6 mars 2025). Algérie : voici les 3 réseaux sociaux les plus populaires. *TSA Algérie*. Consulté le 17 avril 2025, à l'adresse <https://www.tsa-algerie.com/algerie-voici-les-3-reseaux-sociaux-les-plus-populaires/>
- 10- La Toupie. (23 janvier 2016). Interaction. Toupictionnaire. Consulté le 18 avril 2025, à l'adresse <https://www.toupie.org/Dictionnaire/Interaction.htm>
- 11- Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales. (s.d.). Interaction. Dans Trésor de la langue française informatisé. Consulté le 18 avril 2025, sur <https://www.cnrtl.fr/definition/interaction>
- 12- Lecointre, S., & Le Galliot, J. (1973). Le je(u) de l'énonciation. In M. Arrivé & J.-C. Coquet (Dir.), *Langages* (8^e année, n° 31, Sémiotiques textuelles, pp. 64–79). Persée. Consulté le 18 avril 2025, à l'adresse https://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_1973_num_8_31_2236

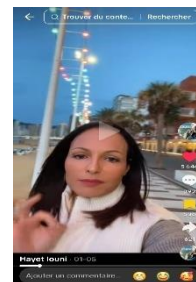
Annexes

- 1- Hayat louni , vidéo 1 (05 janvier 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSLooFno/>
- 2- Hayat louni vidéo 2 (28 avril 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSN19jDY/>
- 3- Hayat louni vidéo 3 (11 avril 2024) <https://vm.tiktok.com/ZMSN12kTy/>
- 4- Hayat louni vidéo 4 (01 mai 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSN11nXb/>
- 5- Hayat louni vidéo 5 (30 avril 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1Auks/>
- 6- Hayat louni vidéo 6 (30 avril 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSLoctsC/>
- 7- Hayat louni vidéo 7 (21 février 2023) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1PQdF/>
- 8- Hayat louni Vidéo 8(27 juillet 2024) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1t5X3/>
- 9- Hayat louni vidéo 9 (09 mars 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1j6Qs/>
- 10- Hayat louni Vidéo 10(16 février 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1kKGG/>
- 1- Khoubai ,vidéo 1 (13 décembre 2023) « Pouvons-nous entrer dans la mystérieuse ville de Séfar ? » <https://vm.tiktok.com/ZMSN1MdT8/>
- 2- Khoubai vidéo 2 (16 janvier 2025) « Un paradis caché au milieu des roches volcaniques à Tamanrasset en Algérie » <https://vm.tiktok.com/ZMSLocxed/>

- 3- Khoubai vidéo 3 (21 mai 2024) « L'usine la plus étrange du monde que j'ai trouvée à Copenhague » <https://vm.tiktok.com/ZMSLooSKe/>
- 1- Thedollbeauty vidéo 1(29 septembre 2024) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1GL59/>
- 2- Thedollbeauty vidéo 2 (11 mai 2024) <https://vm.tiktok.com/ZMSNeGgrE/>
- 3- Thedollbeauty vidéo 3 (31 Janvier 2024) <https://vm.tiktok.com/ZMSNJLdVN/>
- 4- Thedollbeauty vidéo 4 (29 janvier 2024) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1H2Lx/>

Annexe

vidéo 1 : J'ai donné un conseil aujourd'hui, mon ami, mais alors un VRAI conseil d'ami, hein, si tu veux vraiment... Écoute -moi, c'est que si tu découvres que quelqu'un n'est plus ton ami ou n'est pas ton ami, mais en fait c'est qu'il ne l'a jamais été, ou elle d'ailleurs, ouais, quand quelqu'un n'est plus ton ami, c'est qu'à la base il ne l'était pas, tu vois. Un vrai ami, il est là, il cherche à comprendre, il t'aime, il t'élève, il te donne du positif. C'est que le masque est tombé, c'est tout. Vous ne faites pas, ça ne vient pas de vous, les amis mères.



Hayat louni , vidéo 1 (05 janvier 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSLooFno/>

Vidéo 2 :

Aujourd'hui, On est toujours à messonier . j'ai découvert qu'on pouvait faire des tisanes de feuilles d'olivier. Regardez les amis. Vous connaissez l'olivier ? Zitonne ! Les olives, les feuilles, on peut faire une tisane. Mais à quoi sert cette tisane justement ? Eh bien écoutez, ça réduit l'hypertension artérielle, le cholestérol. Il y a énormément de bienfaits, ça réduit les infections bactériennes. Ça fait maigrir aussi les amis. Le saviez-vous ? Mais je vais vous mettre tout, je vais écrire en bas, comme ça vous aurez tout. Alors si vous voulez, vous prenez des feuilles d'olivier. Sur un petit arbre, il se fait une petite tisane et franchement, bienfait cardiovasculaire, cholestérol inox surtout. Ça c'est bien, renseignez-vous toujours auprès de votre médecin, mais c'est bien à savoir. Le savais-tu cher ami ? Voilà, allez, allez, s'aider !



Hayat louni vidéo 2 (28 avril 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSN19jDY/>

vidéo 3 :

Rappel du jour, si quelqu'un te dit quelque chose de méchant, souviens-toi que ce n'est pas avec toi qu'il a un problème, c'est avec lui-même. Il ne se sent pas bien



dans sa peau. Quand on est bien avec soi-même, les amis, on n'a pas besoin d'agresser les autres. D'accord ? Alors laisse couler, on s'en fout.

Hayat louni vidéo 3 (11 avril 2024) <https://vm.tiktok.com/ZMSN12kTy/>

vidéo 4

kifah ykoulou (comment dit-on) Il ne supporte pas qu'on le commande. Il ne supporte pas l'autorité. Aurais-tu une idée ? Tu peux enregistrer la vidéo, bien sûr. Mettre un like. T'abonner aussi si tu veux d'autres traductions.

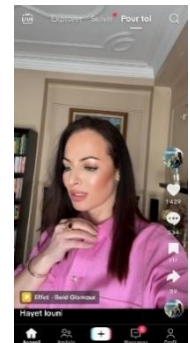
Ah oui, abonne-toi, tiens, c'est bien ça. Je vais te mettre mon compte, le deuxième aussi. T'as celui-là et un deuxième, t'en as deux si tu veux. Bon, allez, j'y vais. C'est une personne réfractaire. Il ne supporte pas qu'on le commande. Il ne supporte pas l'autorité. Il ne supporte pas l'autorité. Il n'a qu'à décider.



Hayat louni vidéo 4 (01 mai 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSN11nXb/>

Vidéo 5

Aujourd'hui j'ai une question spéciale pour vous les amis. Kifah y koulou (comment on dit) y a ouahed shmata (oh que vaurien) en français. L'i s'ibha, n'aatil'o cadeau,(celui qui trouve, je lui offre un cadeau) c'est moi qui vais lui le remettre. Mais il faut vraiment que s'ibha (la trouve bien Kifah y quolou shmata (alors, comment on dit « shmata » en français



Hayat louni vidéo 5 (30 avril 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1Auks/>

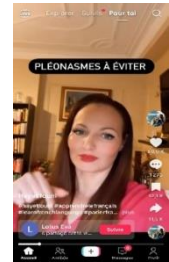
Vidéo 6

Comment appelle-t-on une personne qui change d'avis tout le temps ? Un coup c'est oui, un coup c'est non, un coup c'est je sais pas. Aurais-tu une idée ? Une personne... Ma mère elle me regarde et elle me dit « Toi ! » Alors, une personne versatile, inconstante ou changeante ? Le savais-tu ? T'es comme ça, comme moi ou pas ? **Hayat louni vidéo 6 (30 avril 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSLoctsC/>**



Vidéo 7

Quelques pléonasmes les amis à éviter. Alors pléonasme c'est quand il y a répétition. Vous allez voir tout de suite. La conjoncture actuelle, conjoncture ça veut déjà dire situation actuelle. Donc c'est pas la peine de répéter conjoncture actuelle. Oui il nous a donné un faux prétexte pour ne pas venir. Prétexte ça veut déjà dire une fausse excuse, une fausse raison. Donc c'est pas la peine de répéter. Non il faut pas juger les gens sur leur apparence extérieure.



L'apparence, c'est déjà ce que tu vois à l'extérieur. Ce qui prime avant tout, c'est qu'il ait son bac. Ce qui prime, tout simplement, parce que ce qui prime, c'est déjà la première chose qui doit arriver. C'est la priorité. Ce qui prime.

Hayat louni vidéo 7 (21 février 2023) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1PQdF/>

Vidéo 8 :

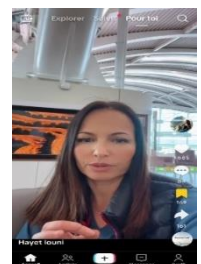
Eh les amis, dites-moi si vous êtes d'accord avec moi, mettez les gens au niveau où ils vous mettent, ils vous mettent là, mettez les là, ils vous mettent là, mettez les là, ils vous mettent là. Bon alors c'est plus la peine de les voir, arrêtez d'accorder de l'importance à des personnes qui n'ont aucune considération pour vous. Voilà, ça fait plus mal que de partir



Hayat louni Vidéo 8(27 juillet 2024) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1t5X3/>

Vidéo 9

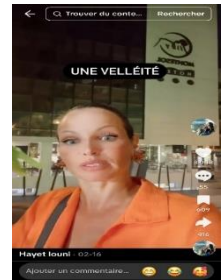
Travaille dur, reste juste. Entoure toi de personnes que tu aimes et que tu respectes. Il n'y aura aucun objectif que tu ne pourras pas réussir.



Hayat louni vidéo 9 (09 mars 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1j6Qs/>

Vidéo10

Savez vous ce qu'est une velléité ? Les amis ? C'est très intéressant parce qu'en fait c'est une volonté de faire quelque chose mais non suivie d'une action. Je t'explique une velléité de se mettre au travail par exemple t'as envie de te mettre au travail mais tu le fais pas, c'est ça une velléité avoir envie ? Bah sans accompagner euh bah par l'action.



Hayat louni Vidéo 10(16 février 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1kKGG/> *

Khoubai : Vidéo 1 : هل يمكننا الدخول الى سفار الغامضة :

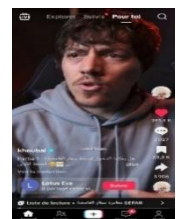


سفار سفار سفار وبينما اندور مدينة الجن هاي لي يدخلها ما يخرجش، واش حكاية هاد المدينة صدعونا بيه، خاصة الصحافة العربية، لقاوها موضوع دسم يحكيو عليها مدينة فيها الجن، أنا دخلتها و أكتشفت السر، اسمع نقولهم باللي شفنا الجن – لا مكان لاه، تبعوا معايا هاد السلسلة للأخير، راح تكتشفوا واش الحقيقة تاع هاد الأقاويل كاملة و البداية ادينا كامل أغراضنا و انطلقنا في رحلة أكثر ما سمعنا عليها

يكون عندوا علم كبير بهاد المنطقة لأنوا التيهان فيها ممنوع و GUIDE أكثر أنها حتكون صعبة ولازم يكون معاك فايد يعني الموت و البداية بدينا على الساعة العاشرة و النصف و على شحال راح نوصلوا الله أعلم، أول تحدي لبنا كان هادا الجبل الكبير لازمنا نطلعوه كامل، هادو بدينا الصبح نطلعوا على الصخور هادو – كي تطلع العقبة لازم تطل عند رجليك برك ما تطلش فوق، لوكان تطلع راسك تعيا – أك تشوف طلعتنا منا و هي بانتنا خلاص مي مازال الصبح شوف نزيدو نطلعوا هاد كامل نروحوا منا انطلعوا هكا هكا هكا حتى نوصلوا راس الجبل، يعتبر هذا المسلك لوحد اللي يوصلنا لهذا راح تشوف الكثير من الدواب راجعة وطالعة و بعد مدة قصيرة لقينا رواحنا وصلنا للأعلى أرض مسطحة فيها أشجار و صخور منتشرة في كل الجهات و أخيرا وصلنا لأعلى نقطة هنايا و ما تصدقش بلي كاينة أرض مسطحة هنايا و منا هبطة تاع جبل

Traduction : **Pouvons-nous entrer dans la mystérieuse ville de Séfar ?** /

Séfar, Séfar, Séfar .. Peu importe où tu tournes la tête, on te parle de la "ville des djinns". On n'entend que ça ! Ceux qui y entrent ne ressortent jamais, disent-ils. Mais c'est quoi l'histoire de cette ville? Ça nous a fatigués à force ! Surtout dans la presse arabe, ils en ont fait tout un sujet captivant, une ville habitée par les djinns !



Eh bien, moi, j'y suis allé, et j'ai découvert le secret. Est-ce que je vais leur dire qu'on a vu des djinns ? Non, y'a rien de tout ça. Suivez-moi jusqu'à la fin de cette série et vous découvrirez la vérité derrière toutes ces rumeurs. On a préparé toutes nos affaires, et on s'est lancés dans une aventure qu'on nous avait décrite comme très difficile. Il fallait absolument un guide expérimenté, quelqu'un qui connaît bien la région, parce que se perdre ici, c'est interdit... ça peut même être mortel. On a commencé à 10h30, et quant à l'heure d'arrivée... Dieu seul le sait. Premier défi : cette énorme montagne qu'on devait grimper entièrement. On a commencé à escalader les rochers. Quand tu montes, il faut regarder juste tes pieds. Ne lève pas la tête, sinon tu te fatigues vite. On croyait qu'on était presque arrivés, mais non, il restait encore tout ça à monter. Alors on a continué : par-là, puis par là... petit à petit, jusqu'à atteindre le sommet. C'est le seul chemin qui mène à cet endroit. Tu verras beaucoup de bêtes monter et descendre aussi. Après un moment, on s'est retrouvés tout en haut, sur un plateau plat, avec des arbres et des rochers dispersés partout. Et enfin, on a atteint le point le plus haut. Tu ne croiras jamais qu'il peut y avoir un terrain plat ici, au sommet. Et juste à côté, une pente qui descend en montagne.

Khoubai ,vidéo 1 sefar (13 décembre 2023) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1MdT8/>

Vidéo 2 : » جنة مخفية وسط الصخور البركانية في تمنراست الجزائر

قالولي كاين جنة مخفية في صحراء تمنراست القاحلة، و لازم عليك تلقاها قوتلهم عليا، هذا هو الواد الي

يقسم مدينة تمنراست، و كعادتنا كل ما ندخلوا مدينة جديدة، نجربوا سرعة الانترنت فيها، هيا نبدأو الرحلة تاعنا، هيا



الحاج بسم الله، شوفوا معايا الجبال البركانية كيفاش مدايرة، شوف هاو واحد هنا، - هذا أدادوا -

هذا هنايا أدادوا صبح، - هذا يشوف في هذاك هاهم لهيه- الجماعة لي يقرأو جيولوجيا هادي هي

الجنة تاعكم، قابلنا أكثر من جبل كل واحد كان بشكلو المميز، شوف هادو شطايا بركانية، من لخر

شوف كيفاش مكعبرين، أني نتخايل فيها كيفاش كانت هادي كيما كان البركان هايح، هذه المنطقة

جرداء مكان والو، ما تصلحش للعيش، الحيوانات ما عندهمش واش ياكلوا ماكان لا أشجار لا أنهار،

لا والو راهي شايحة، هايا نزيدو نمشو كشما نلقاو في طريقنا، واصلنا طريقنا بين الصخور و بعد مدة وصلنا لمكان كان

فيه حجم الصخور الدائرية أكبر، لكن ما معناها خطوة بخطوة قفزت حتى لقيت مصدر الحياة لي هو الماء، قبيل كنت نقولكم الصحراء قاحلة، هاي منا الصحراء و منا الخضار، هاد المنطقة إسمها أفلال، هاد المنطقة واحة طبيعة تقع في قلب صحراء تمنراست، فيها مسطحات مائية دائمة التدفق و تعد موطن لنظام بيئي متنوع يدعم النباتات و الحيوانات، هذا كل بسبة الماء هذا، هاو قاعد يجري لهيه، الصوت صافي هاي كواليتي High quality، شوف المياه كيفاش شقت طريقها بين الصخور، وكل مكان تمر عليه المياه تنبت أمامها نباتات عديدة، تزين المكان، الوصية لي دايمن نقولها لكم خليو المكان نظيف، ربي سبحانو قال " و جعلنا من الماء كل شيء حيّ " و هاياها قدامي هاذ الآية، ما عليا غير نقول سبحان الله.

Traduction : Un paradis caché au milieu des roches volcaniques à Tamanrasset en Algérie »

Ils m'ont dit qu'il y a un paradis caché dans le désert aride de Tamanrasset, et que je devais absolument le trouver. Je leur ai répondu : « Comptez sur moi. » Voici l'oued (rivière) qui traverse la ville de Tamanrasset. Et comme d'habitude, chaque fois qu'on entre dans une nouvelle ville, on teste la vitesse d'internet. Allez, on commence notre voyage. Allez, hajj, bismillah ! Regardez avec moi comment sont formées ces montagnes volcaniques. Regardez, en voilà une ici — celle-là, c'est Adaouda. Celui-là, c'est Adaouda un doigt. Celle-là se mets en face de vers celle-là là-bas. Pour ceux qui étudient la géologie, c'est votre paradis ici ! On a croisé plusieurs montagnes, chacune avec sa propre forme. Regardez ces fragments volcaniques, enfin regardez comment ils sont ronds, c'est impressionnant ! Je m'imagine comment ça devait être ici quand le volcan était en éruption.

Cette région est complètement aride, il n'y a rien. Elle n'est pas habitable. Les animaux n'ont rien à manger. Il n'y a ni arbres, ni rivières, ni rien du tout. C'est complètement sec. Allez, continuons à marcher, peut-être qu'on trouvera quelque chose en chemin. On a poursuivi notre route entre les rochers, et après un moment, on est arrivé à un endroit où les roches rondes étaient plus grandes. J'ai continué, pas à pas, sautant d'un point à l'autre, jusqu'à ce que je trouve la source de la vie : à savoir, l'eau.

Tout à l'heure, je vous disais que le désert est aride. Regardez ici : d'un côté le désert, de l'autre la verdure. Ce lieu s'appelle Afilal. C'est une oasis naturelle située au cœur du désert de Tamanrasset. Elle contient des étendues d'eau à écoulement permanent et abrite un écosystème riche qui soutient à la fois la flore et la faune. Tout cela grâce à cette eau. Regardez, elle coule là-bas. Le son est clair, de *haute qualité*. Regardez comment l'eau s'est frayé un chemin entre les rochers, et partout où elle passe, des plantes poussent et embellissent le paysage.

Le conseil que je vous donne toujours : laissez l'endroit propre. Allah, le tout puissant a dit : « Et Nous avons fait de l'eau toute chose vivante », et voici cette vérité juste devant moi. Je ne peux que dire : *Sobhan Allah*.

Khoubai vidéo 2 tamnrasset (16 janvier 2025) <https://vm.tiktok.com/ZMSLocxed/>

Vidéo 3 : 3 « اغرب مصنع في العالم وجدته في كوبنهاغن »

إذا كنت تظن أنني في غابة أو في منتجع سياحي فوق الجبل فأنت مخطئ، ركزوا معي جيداً، هادي مدينة كوبنهاغن، و من هنا تطلع انبعاثات النفايات و من هنا الناس تتزلج، فما الرابط بين كل هذا، أنا الآن فوق أنظف مصنع



لتوليد الطاقة من النفايات في العالم، كل يوم تدخل ما بين 250 و 300 شاحنة مملوءة بالنفايات يفرغها و من بعدها المصنع يقوم بمعالجتها و انتاج طاقة تغطي أكثر من 150 ألف منزل بحاجة للتدفئة المركزية، و من 60 إلى 70 ألف منزل بحاج للكهرباء، تم تصميم هذا البناء بطريقة تمزج بين بناية داخلها مصنع و قمة جبل عليها منحدر طبيعي يتزلج عليها الناس، يستأجرون معدات

التزلج و يصعدون للأعلى و ينطلقوا في النزول كأنهم في أعالي سويسرا قولولي اذا أعجبكم تصميم هذا المصنع واش تحبوا تعرفوا على الدانمارك.

Traduction : L'usine la plus étrange du monde que j'ai trouvée à Copenhague

Si tu penses que je suis dans une forêt ou dans une station touristique sur la montagne, tu te trompes. Concentrez-vous bien avec moi : ici, c'est la ville de Copenhague. D'un côté, des fumées de déchets qui s'échappent, et de l'autre, des gens qui font du ski. Quel est le lien entre tout ça ?

En ce moment, je me trouve au sommet de l'usine la plus propre au monde pour la production d'énergie à partir des déchets. Chaque jour, entre 250 et 300 camions remplis de déchets y déversent leur contenu. Ensuite, l'usine les traite et produit de l'énergie qui chauffe plus de 150 000 foyers via le chauffage central, et fournit de l'électricité à entre 60 000 et 70 000 maisons. Ce bâtiment a été conçu d'une manière qui combine un bâtiment contenant une usine à l'intérieur et, un sommet de montagne avec une pente naturelle sur laquelle les gens viennent skier. Ils louent leur équipement, montent jusqu'en haut, et dévalent la pente comme s'ils étaient dans les Alpes suisses. Dites-moi, vous aimez le design de cette usine ? Et est-ce que ça vous donne envie d'en savoir plus sur le Danemark ?

Khoubai vidéo 3 Copenhague (21 mai 2024) <https://vm.tiktok.com/ZMSLooSKe/>

The Dollbeauty :

Vidéo 1 : « la prochaine fois j'invite pleine de copine »

Aujourd'hui je reçois pour le Brunch, je suis tellement de ma hosting Era en ce moment, j'aime trop recevoir, j'ai même envie de faire des dîners à thème . Faut vraiment que je me calme. Je sais pas si c'est l'âge ou le fait de sentir que mon appart prend vraiment forme et devient un foyer. Vous voyez ce que je veux dire ? En plus J'ai toujours vu ma tante et ma mère recevoir beaucoup d'invités le week-end ou pendant des fêtes , mettre les petits plats dans les grands. Préparer beaucoup de nourriture et même parfois acheter la nouvelle vaisselle, ça par contre je comprends pas encore . Donc si je marche dans leurs pas, j'en suis contente et ça me donne encore plus envie de me plonger dedans. Pour aujourd'hui , Ma DA c'était vraiment buffet brunch. Pouvoir piocher à droite, à gauche, du sucré, du salé, faire son propre petit plat, je trouve ça trop cool. Comme ce plateau toast que j'ai un peu improvisé, j vous avoue. Mais en vrai ça a très bien marché . Au lieu de faire des toasts individuels et risqués qu'ils refroidissent. Chacun peut faire son propre petit toast , avec des œufs au plat minute mais

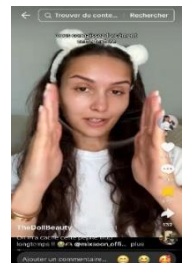


personne n'en voulait parce qu'on avait déjà assez à manger sur la table. D'ailleurs j'ai galéré à lui trouver une place sur la table parce qu'il était trop gros. Mais mission accomplie . Après le salé place au sucré, je commence par préparer des pancakes, je commence à être un petit peu en retard à ce moment-là donc je sais pas comment j'ai sorti des pancakes express but they were delicious (ils sont délicieux) par contre s'il vous plaît ce gadget ma découverte de l'année non j'adore pendant que les Pancakes cuisent je prépare des french toast parce que ça m'avait vraiment manqué surtout avec la Cannelle. Albertine nous a ramené des biennoiseries. Juste incroyable. Regardez-moi cette brioche qui est dingue. Et voilà ma petite table brunch du jour. J'ai déjà hâte d'être au prochain dîner ou déjeuner.

TheDollBeauty vidéo 1(29 septembre 2024) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1GL59/>

Video 2 : « on m'a caché cette pépite trop longtemps »

Vous connaissez forcément cette texture. Vous me croyez si je vous dis que ce n'est pas de la bave d'escargot ? Et d'ailleurs je pensais qu'on était COPS COPS, vous et moi personne ne m'en a parlé, il fallait que je tombe par hasard dessus sur tik tok. Bref on va régler ça un autre jour et du coup pour ceux qui font une mauvaise réaction à la bave d'escargot ou juste qui supportent pas le fait de mettre la bave d'escargot sur leur visage, je vous comprends je trouve que c'est la meilleure alternative et je vais vous montrer comment l'utiliser. Vous prenez une pompe ou 2 et vous allez l'appliquer sur votre visage. Attendez.



Et vous allez commencer à effectuer des petits mouvements. Ce produit est à base de graines fermentées et si vous connaissez le NATO, vous savez les petites graines de soja fermenté japonaises. Bah c'est un peu le même principe. Et après avoir fait ce mouvement pendant une minute sur votre visage, vous allez voir des petites peaux mortes. Après ça, vous allez prendre un coton imbibé de la lotion de votre choix et venir essuyer. C'est doux avec

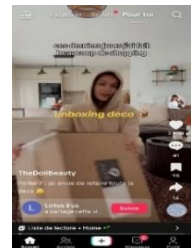
Votre peau, ça convient aux peaux sensibles et ça permet d'hydrater en même temps que ça exfolie. ah dites-vous que mon visage est lavé et démaquillé. Voilà le résultat. Ici, on ne gatekeep pas les gars !! c'est le mixsoon bean essence à base de soja fermenté, végétal, Hydrate, Exfolie, améliore la texture de votre peau. Et si vous voulez le tester, n'hésitez pas à aller dans les commentaires. J'ai glissé mon petit code dedans bisous .

Thedollbeauty vidéo 2 (11 mai 2024)

<https://vm.tiktok.com/ZMSNeGgrE/>

vidéo 3 : « j'ai envie de refaire toute la deco »

Ces derniers jours, j'ai fait beaucoup de shopping pas pour moi pour la maison et euh là je viens de recevoir un colis et je vais pas vous mentir , je n'ai aucune idée de ce que c'est du coup , on va le découvrir ensemble attends c'est ma lampe woow , j'adore , Et de 2 et de 3 ça tient pas c'est normal , je ramène une ampoule, OK, j'ai trouvé 2 types d'ampoules, celle-ci m, , je pense qui va éclairer bien mieux mais un peu petite et celle-ci trop belle mais un peu jaune . On va mettre celle-là et , on va voir. Mais moi le problème c'est ça, comment il se fixe ? Je peux pas rester comme ça, c'est pas possible, c'est super dangereux. Tac ah sorry , ça bouge pas la la la la ha ha ha ha very Nice very côté très dans le mood



Thedollbeauty vidéo 3 (31 Janvier 2024)

<https://vm.tiktok.com/ZMSNJLdVN/>

Video 4 : « skincare du soir bonsoir »

J'ai développé une nouvelle habitude, attendez je vous explique non Attendez, je me change, j'arrive . OK, je me suis douchée changée on peut parler vous disez, j'ai ce besoin viscéral littéralement d'enlever tout ce qu'il y a sur mon visage dès que je rentre chez moi , de me démaquiller, de mettre mes soins, d'aller me doucher, juste respirer, je sais pas trop ce qu'il fait ça. Pourtant c'est pas comme si je mettais une tonne de make up, même mon make-up, je mets rien.



Il est où mon liner ? Je sais pas vous pensez que c'est la vieillesse ? Si vous savez pas j'ai 28

ans et je me dis que c'est genre l'âge je suis un peu perdue . C'est un plaisir de me maquiller genre vraiment prendre mon temps et cetera, genre faire des vrais make-up de fou, et cetera, mais genre me maquiller tous les jours ça me gave ha ha ça me waouh , est-ce que vous avez aussi des périodes comme ça ou vous êtes en mode flemme grosse flemme ? Par contre si en 2024, vous ne faites toujours pas de double nettoyage. réveillez-vous . ,je me rappelle encore il y a pas si longtemps en vrai hein, il y a encore quelques années où je dormais avec mon maquillage, où je mettais pas de SPF , où je connaissais même pas encore l'ordre, ma routine skin care on ne naît pas avec la science infuse donc on culpabilise pas, on va faire nos petites recherches pour se remercier dans 30 ans et c'est là que la skin care routine commence. ha ha Je vois déjà les commentaires débarquer. Ah mais pourquoi vous mettez autant de trucs sur votre peau, laissez-la respirer un petit peu Suzanne. ça vous savez pourquoi il est sorti , vous savez pourquoi il est là .Lotion, tellement bien celle-là elle est si chère . Pourquoi tu es si chère ? 20 centimes vient de tomber , Je crois qu'avec les ans j'ai développé une vraie passion pour le skin care . C'est une vraie expérience. genre c'est un plaisir . Je vais pas vous mentir il y a des soirs où je suis en mode j'en peux plus, je veux juste aller dormir mais dans ce cas-là le minimum syndical que je fais c'est de me démaquiller. Et de nettoyer ma peau minimum syndical, acide hyaluronique , on n'oublie jamais le cou s'il vous plaît. Rétinol, micro dosé le jour où ma peau a découvert le rétinol et on termine petite crème gel hydratante , je ralentis un peu sur les textures très crémeuses . Euh, parce que j'ai un peu abusé du Bail , en fait, vu que j'ai une peau mixte à grasse, beh en fait c'est encore plus graissé. Du coup ça va élargir les pores, pas la bonne méthode, pas la bonne méthode. Hmm , j'arrive , Elle ne me quitte jamais en vrai. S'il y avait une version transparente, genre pour tous les jours, ça serait incroyable, and we are done je vais aller dîner dodo à toute .

Thedollbeauty , vidéo 4 (29 janvier 2024) <https://vm.tiktok.com/ZMSN1H2Lx/>