

La communication expressive dans les forums de discussion: émotions et attitude ironique chez l'adolescent

Marc AGUERT¹, Michel MARCOCCIA², Hassan ATIFI², Nadia GAUDUCHEAU², Virginie LAVAL³

Université de Caen Basse-Normandie¹, Université de technologie de Troyes / CNRS², Université de Poitiers / CNRS³

This study investigates how adolescents communicate their feelings and attitudes on an Internet forum. Our guiding question is: Is this "expressive communication" specific compared with face-to-face interaction? According to the social information processing theory (Walther, 1996, 2007), it should: Internet forums have significant limitations to express feelings and attitudes due to the lack of contextual cues or non-verbal channels and adolescents try to compensate for these limitations. In this paper, we focus on the communication of basic emotions and ironical attitude in Internet forums. Our results show that adolescents broadly practice expressive communication but always have to make their feelings and attitudes explicit with suitable devices. Thus, basic emotions are communicated by symbolic means, but also by iconical means (like smileys) and typographical ones (like expressive punctuation). Ironical attitudes are clearly communicated by iconical means (smileys) or by verbal explanations. These different means of communicating expressive content are described and discussed.

Remerciements: cette recherche a bénéficié du soutien financier de l'Agence Nationale pour la Recherche (ANR-08-COMM-011-01)

1. Introduction: la CMO, une nouvelle situation de communication

En juillet 2010, 70% des Français étaient connectés à Internet (source: Médiamétrie, juillet 2010). Cette augmentation rapide et massive du nombre d'internautes entraîne des mutations dans la plupart des sphères de vie des individus: notre façon de chercher de l'information, de commercer, de nous socialiser, de communiquer sont, entre autres, profondément changées. Les évolutions de notre façon de communiquer constituent un objet d'étude privilégié, au carrefour de nombreuses disciplines dont les sciences du langage, les sciences de l'information et de la communication et la psychologie. En effet, aux traditionnelles situations de face à face s'ajoutent désormais des situations de communication médiatisées par ordinateur (CMO). Ces situations (échanges par messageries instantanées, tchats, courriels, réseaux sociaux, forums de

discussion, etc.) induisent un langage hybride, graphique¹ du point de vue du médium, mais proche de l'oral, d'un point de vue conceptionnel (Koch & Oesterreicher, 2001) puisqu'il partage avec l'oral, certaines caractéristiques importantes de la conversation: l'organisation dialogale et la préférence pour l'alternance des tours (ce qui implique par exemple des messages courts), le registre familier, la spontanéité (Cusin-Berche, 1999), etc. Pour cette raison, nous qualifions ces écrits numériques "d'écrits conversationnels" (Marcoccia & Gauducheau, 2007). Ils correspondent à une nouvelle situation de communication et mobilisent un ensemble de procédés et de règles linguistiques adaptés.

Dans cette recherche, nous nous intéressons particulièrement aux forums de discussion que l'on peut caractériser de la manière suivante:

1. Une interface technologique contraignante qui oblige en premier lieu à utiliser le code écrit. Selon les systèmes, d'autres limitations sont envisageables telles que des limitations de la longueur du texte, l'impossibilité d'insérer des images dans le texte, etc.
2. Un cadre conversationnel. Le cadre renvoie au sens que l'individu donne à son activité (Goffman, 1991). L'utilisateur entend engager une conversation en venant sur un forum et non, par exemple, un échange épistolaire.
3. Une absence de canal non verbal. Comme pour l'écrit traditionnel, il n'est pas possible de communiquer de manière non verbale (à travers les gestes ou les expressions faciales par exemple).
4. Une absence de connaissance préalable entre les interactants. Les utilisateurs d'un forum constituent une communauté d'intérêt dont les membres ignorent généralement tout les uns des autres, au-delà du point d'intérêt en question.
5. Un dispositif polylogal et public. Sur un forum de discussion, tous les participants peuvent lire les messages et y répondre s'ils le souhaitent.

Ces caractéristiques vont donc définir et contraindre les échanges sur les forums, notamment les deux dernières qui sont assez spécifiques aux forums par rapport aux autres dispositifs de CMO. Dans cet article, nous interrogeons la manière dont se réalise la communication expressive des adolescents sur les forums. Cette question présente un double intérêt: la communication expressive occupe une place prépondérante sur les forums de discussion entre adolescents (Gauducheau, 2008), alors que ces dispositifs sont réputés problématiques pour la réussite de tels échanges (essentiellement à cause de l'absence d'indices non verbaux, et d'un contexte partagé restreint, voir section suivante). De plus, même si la communication écrite n'empêche évidemment pas l'expressivité (e.g., Didier, 1998), il nous paraît intéressant

¹ Bien que certains dispositifs de CMO, basés sur le principe de la visioconférence, soient oraux, la plupart d'entre eux sont écrits.

de voir dans quelle mesure, au-delà des procédés habituels propres à l'écrit, les caractéristiques spécifiques des forums de discussion et le caractère hybride de ces écrits font apparaître de nouveaux procédés. Nous aborderons la question de la communication expressive sur les forums à travers deux dimensions particulières: l'expressivité émotionnelle, c'est-à-dire l'expression des émotions de base (joie, colère, peur, tristesse, surprise, dégoût, Ekman, 1992) par des moyens sémio-discursifs, et l'expression d'une attitude particulière, l'attitude ironique.

2. La communication expressive sur les forums de discussion

Les forums de discussion sur Internet servent globalement à trois grands types d'activités: s'entraider (soutien informationnel, émotionnel, tangible, Stroebe & Stroebe, 1996), débattre et partager des affinités, des intérêts. La plupart de ces activités implique fortement la communication expressive, définie suivant Jakobson (1963: 214), comme une communication qui vise "à une expression directe de l'attitude du sujet à l'égard de ce dont il parle" et "qui tend à donner l'impression d'une certaine émotion, vraie ou feinte". Ceci est évident pour l'activité de partage d'intérêts et d'affinités (*j'aime / j'aime pas*). L'activité de débat, qui nécessite de présenter et de défendre ses opinions, relève également de la communication expressive, dans la mesure où l'internaute aura une attitude bienveillante à l'égard de la position qu'il défend et une attitude hostile à l'égard des autres positions. Enfin, l'entraide émotionnelle consiste à aider autrui en partageant avec lui notre ressenti, nos témoignages, en apportant conseils et réconfort. Cette dimension expressive des forums de discussion est commune à la plupart des dispositifs de CMO, des réseaux sociaux tel que Facebook aux blogs, formes paradoxales de "journaux intimes numériques" (Lejeune, 2000).

La large place accordée en CMO à la communication expressive peut paraître étonnante, notamment au regard de la théorie des indices filtrés (*cues filtered-out approach*, Kiesler, Siegel & McGuire, 1984; Sproull & Kiesler, 1986). En effet, cette théorie suppose que les dispositifs de CMO sont peu propices à la communication expressive et à la bonne intelligibilité en général. Selon ces auteurs, la CMO souffre de l'absence d'indices présents en face à face et qui participent largement à la réussite des échanges expressifs. Deux aspects principaux sont en jeu: l'absence de contexte situationnel et l'absence de canal non verbal. L'absence de contexte situationnel renvoie dans cet article à l'absence d'ancrage situationnel de la discussion sur un forum internet. Les participants ne partagent pas le même cadre spatio-temporel (Brown & Fraser, 1979) du fait de l'asynchronicité du dispositif. Ce détachement référentiel est amplifié par l'anonymat / pseudonymat qui caractérise largement les forums sur Internet. Les participants ignorent, la plupart du temps, le genre

de leur interlocuteur, son âge précis, sa profession, ses buts et ses intentions communicatives, etc. Ces limitations ne signifient pas, bien sûr, que les participants ne partagent aucun arrière-plan de connaissance commun, en particulier dans la mesure où les forums de discussion réunissent généralement des inconnus se retrouvant sur la base d'une caractéristique ou d'un intérêt commun (appartenance ethnique, passion pour un sport, etc.). L'absence de canal non verbal renvoie à la difficulté de traduire par écrit sur un forum l'ensemble des informations habituellement véhiculées par la prosodie, les expressions faciales, les postures, les mimiques et les gestes qui participent largement à la communication expressive. L'attitude ironique par exemple est largement dépendante pour être interprétée du contexte situationnel et de la prosodie utilisée par le locuteur (Laval et Bert-Erboul, 2005).

De nombreux travaux ont donc cherché à résoudre cette contradiction entre un dispositif peu propice à l'émergence, entre autres, d'une communication expressive et, malgré cela, la large utilisation des forums de discussion pour partager ses attitudes et ses affects (Gauducheau, 2008). Selon Walther (*social information processing*: 1996; 2007), un forum de discussion présente des caractéristiques qui vont au contraire favoriser la communication expressive. Par exemple, l'anonymat rend l'exposition d'émotions négatives moins menaçante (Caplan & Turner, 2007). Par ailleurs, les limitations évoquées plus haut (absence de contexte situationnel, absence de canal non verbal) seraient compensées par des stratégies spécifiques mises en place par les utilisateurs. L'exemple de compensation le plus connu est sans doute l'utilisation des émoticônes pour suppléer les expressions faciales.

Ainsi, la conjonction entre des caractéristiques favorables à l'expression des attitudes et des émotions et des caractéristiques défavorables va conduire les utilisateurs des forums à utiliser des procédés sémio-discursifs adaptés. Quels sont-ils?

3. La communication médiatisée par ordinateur chez l'adolescent

Les adolescents sont les plus gros utilisateurs de dispositifs de CMO. En décembre 2010, le baromètre « Enfants et Internet », réalisé par l'agence Calysto, montre que 90% des 11-17 se connectent régulièrement à Internet. Ces adolescents cherchent de l'information, jouent à des jeux en ligne, téléchargent des contenus, mais l'utilisation principale d'Internet pour la majorité d'entre eux est la communication (en 2007, 63% des 12-14 ans, 81% des 15-17 ans et 93% des 18-22 ans utilisent Internet d'abord pour communiquer, selon l'étude menée par TNS Media Intelligence « *Ado Techno Sapiens* »²).

² www.offremedia.com/DocTelech/Newsletter/Adotechnosapiens.pdf.

Comme espace de discussion entre pairs, le forum de discussion semble jouer un rôle important dans le développement psycho-social à cet âge. L'adolescent peut en effet exposer de manière anonyme à la communauté des pairs les problèmes dont il ne peut parler ni à ses parents ni à ses ami(e)s: sexualité, apparence physique, relations amoureuses, difficultés scolaires et familiales (Quinche, 2008). L'exploration de l'identité se fait sans les heurts de la vie IRL (*In Real Life*, terme employé pour désigner la vie réelle). Ces considérations sur le rôle des forums de discussion dans le développement psycho-social d'un adolescent permettent par ailleurs de souligner toute la pertinence qu'il y a à étudier particulièrement les aspects émotionnels et expressifs du langage: ce sont ceux qui sont les plus utilisés par l'adolescent en forum (Marcocchia, 2010). Cette appropriation massive des dispositifs de CMO s'accompagne apparemment d'une utilisation fréquente des procédés linguistiques propres aux écrits numériques, qu'on trouve notamment en grand nombre dans les écrits par SMS (Anis & Duplan, 2001). De ce point de vue, les productions d'adolescents représentent en quelque sorte le prototype de ce que sont les écrits numériques. En comparaison, les adultes, souvent marqués par leur pratique du français écrit standard peuvent rechigner à adopter de nouveaux procédés comme les émoticônes ou à abandonner certaines conventions telles que les formules de politesse d'ouverture et de fermeture. En conséquence, leurs productions sont plus proches de l'écrit standard et moins représentatives de l'écrit numérique.

4. Méthodologie et corpus

Plusieurs sites proposent des forums de discussion dédiés aux adolescents. Nous avons choisi de constituer un corpus sur la base du plus important d'entre eux: *Ados.fr*³. Ce site, le 15^{ème} site français le plus fréquenté, reçoit plus de 4 millions de visites par mois. Le forum associé au site Internet est également très actif: au mois de mai 2009 (date à laquelle l'échantillon de messages analysés a été prélevé), il comportait plus de 140 millions de messages, pour 1,7 millions de membres enregistrés. Le forum d'*Ados.fr* est généraliste, ce qui signifie que l'unique point commun à tous les participants est d'être, en principe, des adolescents. Cette caractéristique est la seule chose qu'ils connaissent d'office de leurs interlocuteurs. Cependant, rapidement, le forum se divise de manière thématique en 12 catégories: *actu et société, télé, musique, multimédia, ciné, livres & BD, beauté-mode, santé, love, sport, people* et *100% filles*. Après une période d'observation persistante du forum, qui nous a permis d'être familiers avec le terrain (Herring, 2004), nous avons constitué un corpus. Le critère choisi a été d'inclure des discussions portant sur chacune des 12 thématiques proposées dans le forum et, pour chacune de

³ www.ados.fr.

ces thématiques, de retenir la discussion la plus « populaire » (celle qui compte le plus de messages). Nous avons ainsi prélevé les 20 premiers messages des fils de discussion sélectionnés (soit 240 messages). Le prélèvement a été effectué le 12 mai 2009. Les fils de discussion sélectionnés sont réunis dans le Tableau 1 ci-dessous.

<i>Forums (rubrique)</i>	<i>Fils de discussion</i> ⁴	<i>Objet du fil</i>
Forum 1, Actu et société (Blah Blah & Cie)	Peut-on me califier de gothique?	Evaluer si la description qu'une jeune fille fait d'elle correspond au style "gothique"
Forum 2, Télé (Séries)	Gossip Girl	Partage d'affinités autour de la série "Gossip Girl"
Forum 3, Musique (Pop Rock)	Topic pour les recherches	Demande d'aide aux pairs pour retrouver le titre d'une chanson ou le nom d'un groupe
Forum 4, Multimédia (Jeux fun)	Les initiales	Jeux "des initiales" qui consiste à décliner un sigle de manière fantaisiste (ex: "T.P.E. = Temps Perdu Ensemble")
Forum 5, Ciné (Films)	Tu recherches le nom d'un film	Demande d'aide aux pairs pour retrouver le titre d'un film
Forum 6, Livres & Bd (Livres & BD)	Twilight et autres dans le même genre	Une adolescente cherche des lectures dans le style de "Twilight"
Forum 7, Beauté Mode (Beauté)	Qu'en pensez-vous? (photo)	Une adolescente poste sa photo et demande à ses pairs ce qu'ils en pensent
Forum 8, Santé (Contraception)	Comment annoncer à sa mère qu'on veut prendre la pilule	Echanges sur la meilleure façon de dire à sa mère que l'on désire prendre la pilule
Forum 9, Love (Amour)	J'ai réussi à faire pleurer mon mec!	Une adolescente demande aux autres de juger les réactions émotives de son petit ami
Forum 10, Sport (Football)	Pensez-vous que c'est la fin de Lyon en tant que champion de France?	Pronostics et échanges sur le championnat de France de football
Forum 11, People (Musique)	Adresse MSN de star	Une adolescente demande à ses pairs s'ils ne connaîtraient pas l'adresse MSN de quelques stars
Forum 12, 100% Fille (Fun)	Poids et taille	Des adolescentes comparent leurs mensurations respectives

Tableau 1: Fils de discussion constituant le corpus

⁴ L'orthographe des extraits du forum est ici conforme à l'original.

Nous nous intéressons dans un premier temps aux procédés sémi-discursifs (verbaux, typographiques et iconiques) utilisés par les adolescents pour exprimer leurs émotions dans ce corpus, quels que soient les sujets de discussion abordés et les types de séquences produites, et dans un second temps, nous analysons les procédés (utilisation de tropes, explicitation verbale de l'intention de communication) mis en œuvre pour exprimer leur attitude ironique.

5. L'expression des émotions

5.1 *Expression des émotions, face à face et CMO*

Le rôle joué par les émotions en situation de face à face a été largement étudié dans le champ de la psychologie (Niedenthal, Krauth-Gruber & Ric, 2008). Celles-ci remplissent de nombreuses fonctions dans les interactions en améliorant l'adaptation, via la compréhension et la prise en compte de l'état psychologique de son partenaire. Par ailleurs, l'expression des émotions est impliquée dans la synchronisation des échanges. Enfin, elle contribue à la construction des identités et des rôles sociaux. L'expression des émotions facilite aussi le partage social notamment dans le cas de récits d'épisodes émotionnels, qui ont pour fonction la réorganisation de l'expérience, le renforcement des liens sociaux (par des mécanismes d'empathie) et la transmission de savoirs au groupe (Rimé, 2005). Ces différentes fonctions de l'expression des émotions sont centrales dans les interactions en face à face. Qu'en est-il des échanges en forums? Peut-on exprimer ses émotions, les faire comprendre et les partager dans un forum de discussion? Si oui, par quels procédés?

En face à face, l'émotion peut être communiquée par plusieurs moyens. D'abord, des *composantes non verbales et paraverbales*, parmi lesquelles on compte principalement les expressions faciales, la prosodie et les postures (Scherer 1986). Ensuite, une *composante verbale* (de niveau lexical, morphologique, syntaxique), assez largement ignorée par les psychologues au titre qu'elle est un signal (produit intentionnellement) et non un indice (produit sans intention de communiquer, cf. Prieto, 1975) de l'émotion. Cette dimension émotionnelle du langage a par ailleurs, été également peu considérée aux débuts de la linguistique moderne, à l'exception notable des travaux de Bally ou Jakobson (Kerbrat-Orecchioni, 2000: 34-39). Enfin, il convient d'ajouter que la situation et le contexte jouent un rôle dans la communication des émotions et des attitudes: par exemple, les moyens utilisés ne seront pas les mêmes en situation formelle et familière.

Selon Walther (1996), la CMO peut transmettre, sous certaines conditions, des informations sociales, personnelles ou émotionnelles aussi efficacement que le face à face. Dans un forum de discussion, les

internauts expriment bel et bien leurs émotions en adaptant leurs comportements langagiers, notamment pour représenter les composantes manquantes, comme la prosodie et les expressions faciales. La possibilité de prendre le temps d'écrire le message (lié à l'asynchronicité du dispositif) permet la mise en place de stratégies spécifiques telles que la ponctuation expressive ou les émoticônes. La CMO est donc, selon Walther, plus personnelle car elle nécessite une mobilisation et une implication individuelle plus importante dans la mesure où les individus choisissent davantage ce qu'ils donnent à voir.

5.2 *Analyse de corpus*

De nombreux procédés expressifs, au niveau prosodique, morphologique, lexical et syntaxique, ont été décrits par les linguistes, essentiellement dans le champ de la rhétorique et de la stylistique (à ce sujet, voir la synthèse de Kerbrat-Orecchioni, 2000). Au niveau morphologique, on trouve entre autres les suffixes diminutifs pour exprimer une attitude affectueuse, les redoublements hypocoristiques, l'abrégement des prénoms. Au niveau lexical, on trouve évidemment l'utilisation du lexique des émotions, de termes injurieux ou chargés de connotation affective, etc. D'un point de vue syntaxique, de nombreuses formes sont associées à l'expressivité: les procédés d'intensification, certaines formes d'antéposition adjectivale, les constructions emphatiques, les phrases segmentées et les constructions disloquées, les ellipses, les phénomènes de reprise et de répétition, les exclamations et les interjections, etc.

L'ensemble de ces procédés renvoie à l'expressivité, dans un sens général, voire à tout le domaine de la subjectivité langagière et pas spécifiquement à l'expression des émotions.

La méthode adoptée pour l'analyse de notre corpus consiste à ne retenir que les procédés traduisant explicitement ou implicitement une émotion de base clairement identifiable (joie, tristesse, colère, peur, dégoût, surprise) et à écarter ceux qui évoquent une dimension affective diffuse ou une simple évaluation (par exemple, "*c'est nul, moi je préfère...*") qui ne renvoie pas clairement à une émotion de base. En suivant cette méthode, nous avons identifié trois grands types de procédés pour exprimer les émotions de base sur le forum: des procédés verbaux, des procédés typographiques, et des procédés iconiques.

L'expression des émotions de base par des moyens verbaux se réalise dans notre corpus par des procédés très divers. En partant du niveau le plus bas (graphémique) au plus haut (pragmatique), on peut relever:

- Les étirements graphiques, ou caractères-échos (Tatossian, 2008): il s'agit de la répétition de caractères dans le but de simuler l'accent d'insistance pour exprimer une émotion ou, plus souvent encore dans

notre corpus, pour renforcer l'intensité d'une émotion exprimée. Dans l'exemple suivant, la tristesse exprimée par l'onomatopée est renforcée par les caractères-échos.

(1) *Jfait 44 pour 1m64 je suis pas future mannequin bouuuuhh!!*

- L'utilisation de sigles: l'écriture numérique s'accompagne d'une utilisation assez fréquente de procédés de siglaison. Certains sigles ont clairement pour fonction d'exprimer une émotion, par exemple les biens connus « lol » (laughing out loud) et « mdr » (mort de rire), très fréquents dans notre corpus.

(2) *ah mdr pardon*

- L'utilisation d'interjections et d'onomatopées: ce moyen verbal, souvent présenté comme l'incarnation la plus « pure » de la dimension émotionnelle du langage se retrouve sur les forums de discussion. Dans l'exemple suivant, il permet d'exprimer la joie.

(3) *WAOUW jsuis toujours dans le classement!!!*

- L'utilisation d'énoncés d'émotions. A la suite de Plantin (2003), on parle d'énoncé d'émotion pour désigner les procédés d'attribution d'émotions dans une phrase simple. De manière prototypique, cette phrase comprend les éléments suivants: un terme d'émotion (substantif ou adjectif), un lieu psychologique (qui est ému?) et la source de l'émotion (qu'est-ce qui provoque l'émotion?). On observe aussi dans notre corpus ce type d'énoncé (réalisé de manière complète ou non).

(4) *Ben ouais mais j'ai comme meme peur*

- La production de séquences de confiance ou de dévoilement de soi. Même si elles peuvent avoir un caractère factuel, les confidences se distinguent d'autres formes de récit par la place qu'elles accordent à l'émotion, que cette émotion soit liée à la situation qui est narrée, évoquée dans la confiance, ou induite par la confiance dans l'interaction (Traverso, 2000). Ainsi, dans l'exemple (5), l'auteur dévoile son état psychologique, expose des traits de personnalité et exprime implicitement son mal-être et sa tristesse.

(5) *(...) j'aime la nuit, beaucoup de gens me considère comme étrange voir même folle, j'ai pas une vision très rose de la vie je suis même plutôt du genre à aimer déprimer toute seule dans mon coin, je*

suis romantique, assé sensible (mais j'aime pas le montré), j'aime l'humour noir, les poème que certains qualifie de "morbides", j'écoute du métal etc. Mais je suis pas non plus au point de m'ouvrir les veines et tout sa... Alors peut-on me "califier" de gothique?

L'expression des émotions passe aussi par des moyens typographiques. On trouve dans cette catégorie la ponctuation expressive (exemple 6) et l'usage des capitales pour renforcer la valeur expressive d'un énoncé ou d'un mot (exemple 7). Dans l'exemple (6), la multiplication des signes de ponctuation suggère la surprise. Dans l'exemple (7), les capitales permettent à l'auteur du message de manifester sa colère. Cet usage correspond à une convention d'écriture sur l'internet, qu'on retrouve par exemple dans les chartes et dans la nétiquette.

(6) *La Saison 2 est pas sorti...SI?????!!!*

(7) *NON BORDEL JE NE SUIS PAS SUPPORTER LYONNAIS mais de liverpool*

Enfin, l'expression des émotions passe le plus souvent par des procédés iconiques, en particulier par un procédé bien connu: le smiley (ou émoticône). Il s'agit de représentations des expressions faciales du locuteur par des moyens propres à l'écriture numérique: soit un agencement particulier de signes de ponctuation supposé symboliser (de manière plus ou moins analogique) une expression faciale (8), soit directement un icône représentant un visage à la manière du smiley original, ce visage souriant et jaune, extrêmement stylisé, antérieur à l'Internet (9). Tous les émoticônes n'ont pas une fonction d'expression des émotions. Quelques travaux proposent une typologie de leurs fonctions (Wilson, 1993; Mourlhon-Dallies & Colin, 1995; Marcoccia, 2000a; Walther & D'Addario, 2001) et distinguent au moins quatre fonctions: expressive, interprétative, relationnelle et de politesse. Les émoticônes peuvent être en relation de redondance ou de complémentarité avec le contenu verbal. Parfois, l'émoticône constitue le message à lui seul (Marcoccia & Gauducheau, 2006).

Dans l'exemple (8), l'internaute manifeste la tristesse (ou la colère) que provoque en lui l'évolution de la série Twilight. Dans l'exemple (9), le smiley permet à l'internaute d'exprimer sa joie d'avoir retrouvé le titre du film qu'il cherchait.

(8) *c'est devenu de la guimauve maintenant:s ^^*

(9) *Ah merci beaucoup, c'est ça! 😊*

Le Tableau 2 ci-dessous récapitule les principaux mécanismes d'expression des émotions en face à face et le procédé correspondant en CMO qui permet une compensation le cas échéant.

Mécanisme d'expression des émotions en face à face	Procédés d'expression des émotions en CMO
Moyens verbaux: propriétés structurales des énoncés	Moyens verbaux: propriétés structurales des énoncés
Expressions faciales	Procédés iconiques
Prosodie	Procédés typographiques Caractères-écho

Tableau 2: Mécanismes d'expression des émotions en face à face et en CMO

On constate ici que les dimensions importantes en face à face pour l'expression des émotions sont soit présentes en CMO, soit compensées par des procédés propres à la CMO. Il manque à ce tableau une composante que nous avons évoquée plus haut, qui n'est pas à proprement parler un mécanisme d'expression des émotions mais qui détermine largement la production des émotions: le contexte situationnel. Or, ce contexte situationnel est une dimension largement réduite en CMO par rapport à la situation de face à face. Là encore, un procédé de compensation est à l'œuvre en CMO: la contextualisation. Via l'utilisation des procédés verbaux, typographiques et iconiques, les internautes recontextualisent leurs messages pour favoriser son intelligibilité, c'est-à-dire fournir à leur(s) partenaire(s) d'échange les informations annexes permettant une interprétation correcte. De ce point de vue, l'utilisation d'un émoticône par un adolescent peut être interprétée comme une "contextualisation faciale" de son énonciation (Atifi, Mandelcwaig & Marcoccia, 2011).

6. L'expression des attitudes: le cas de l'ironie

6.1 *Expression de l'ironie, face à face et CMO*

L'ironie verbale est notoirement difficile à définir. Dans la tradition rhétorique, deux tendances se sont affrontées. La première a borné l'ironie à l'antiphrase (e.g. Du Marsais, *Des tropes ou des différent sens*, 1730, cité par Mercier-Leca, 2003) mais cette approche est trop restrictive. L'autre tendance (e.g., Clausier, *Rhétorique*, 1728, cité par Mercier-Leca, 2003) a défendu une définition plus large où "l'ironie est un discours dans lequel on fait entendre autre chose que ce que disent les mots". Cependant, cette seconde approche ne permet pas de distinguer l'ironie d'autres figures de rhétorique telle que la métaphore. Un autre courant de recherche a essayé

au cours des années 1980 de définir l'ironie comme un phénomène énonciatif, semblable à une mention ou un écho (Sperber & Wilson, 1981). Cependant, cette tentative échoue également à circonscrire toutes les formes d'ironie. De son côté, la littérature en psycholinguistique tend à définir l'ironie comme "une forme de langage non littéral qui rend saillant un écart entre les attentes du locuteur et la réalité" (Pexman, 2008). Cet écart génère une forme de contrariété critique et distanciée que l'on qualifie d'attitude ironique. La dimension expressive de l'ironie est essentielle (Sperber & Wilson, 1981) et serait à l'origine même de l'utilisation de l'ironie plutôt que d'une forme de langage littérale: selon les théories, l'ironie servirait soit à renforcer (Colston, 1997), soit à atténuer (Dews & Winner, 1995) la critique à l'égard d'un état de fait donné. Finalement, définir l'ironie ne paraît aujourd'hui possible qu'en combinant différents ingrédients. Nous nous rallions à la proposition de Bres (2010) qui propose trois éléments: (i) l'implicite de la relation dialogique; (ii) la discordance avec le co(n)texte; (iii) le jeu de l'énonciation.

Pour comprendre qu'un locuteur est ironique, un auditeur doit comprendre le décalage entre la réalité et les attentes du locuteur. Ce décalage est traduit linguistiquement par une incongruité dans le discours. Cette incongruité peut être contextuelle, verbale ou paralinguistique (Hancock, 2004). Une incongruité contextuelle se traduit par un décalage entre la description de la réalité par le locuteur (généralement consistante avec ses attentes: *Belle journée!* alors qu'il pleut beaucoup) et la réalité (la pluie). Une incongruité verbale peut se traduire par différents procédés rhétoriques qui tous visent à souligner que le locuteur ne pense pas ce qu'il dit. On retrouve ainsi souvent des hyperboles (*Ouh la la, mais vraiment, on a encore une journée superbe qui s'annonce!*) et des antithèses (*Je suis vraiment ravi d'avoir encore ce temps pourri aujourd'hui*). Une incongruité paralinguistique consiste à un décalage entre le niveau sémantique et les indices paralinguistiques, généralement la prosodie (*Belle journée* avec une prosodie morne et blasée). Naturellement, ces différents types d'incongruité ne sont pas mutuellement exclusifs et se renforcent les uns les autres au choix du locuteur. Dans tous les cas, deux voix se font entendre: ce que le locuteur prétend dire et ce qu'il signifie réellement. On retrouve ici le fait dialogique implicite que décrit Bres (2010).

Au vu de ses caractéristiques, le forum de discussion apparaît comme un dispositif peu favorable à l'utilisation de l'ironie. D'une part, en tant que dispositif écrit, les stratégies utilisées à l'oral pour signaler l'ironie (indices paralinguistiques tels que la prosodie ou les gestes communicatifs, les références à la situation, etc.) sont pour la plupart impossibles à mettre en œuvre. D'autre part, comme dispositif induisant un écrit "conversationnel", on ne s'attend pas à trouver les procédés d'expression de l'ironie propres à l'écrit traditionnel. L'hypothèse la plus intuitive est que devant l'importante

probabilité de ne pas être compris, les locuteurs devraient privilégier des formes de langage littérales à l'ironie. En cela, ils seraient respectueux du principe d'inféribilité (Kreuz, 1996) selon lequel on ne produit des formes de langage non littérales que lorsque les interlocuteurs sont en mesure de faire les inférences nécessaires à leur compréhension.

Pourtant, il semble que malgré les limites de la CMO, l'ironie est couramment utilisée, voire plus qu'en situation de face à face. Ainsi, Hancock (2004) montre-t-il dans une situation expérimentale que, chargés de décrire une situation, des couples de participants utilisaient plus l'ironie en situation de CMO (tchat) qu'en situation de face à face. Whalen, Pexman & Gill (2009), ayant demandé à des participants de raconter leur semaine par courrier électronique (email) à des amis, ont observé de nombreuses occurrences d'ironie. Qu'en est-il pour les forums de discussion?

6.2 Analyse de corpus

Deux codeurs ont comptabilisé en parallèle le nombre de messages de notre corpus qui comportaient au moins un énoncé de nature ironique. Cette analyse a permis de montrer que 12,1% des messages contenaient au moins une occurrence d'ironie bien identifiée. Nous avons cherché à caractériser plus précisément ces occurrences d'ironie en nous basant sur une classification proposée par Gibbs (2000). Cinq principales formes d'ironie ont été identifiées dans notre corpus:

- D'abord, les antiphrases, quand un locuteur signifie l'inverse de ce qu'il dit (cf. exemple 10).

(10) *ba ouais, les stars ont que ça a foutre de rester sur msn -_-*

Contexte: Un participant signifie à une adolescente qui cherche des adresses MSN de stars que les "stars" n'ont ni le temps, ni l'intérêt d'aller sur MSN

- Ensuite, les questions rhétoriques, où le locuteur prétend poser une question qui véhicule en fait une assertion critique (cf. exemple 11).

(11) *Supporter Lyonnais toi?*

Contexte: Question posée à un supporter défendant le bilan de l'Olympique Lyonnais avec une mauvaise foi manifeste.

- Les hyperboles ironiques où la signification non littérale d'un énoncé est exprimée par l'exagération de la réalité situationnelle (cf. exemple 12).

(12) *Ah! Oui, c'est vrai que c'est très très dure d'étriquer Wolfsburg quoi lol*

Contexte: Une discussion entre supporters dont l'un tient à relativiser le succès du PSG face à Wolfsburg.

- Enfin, le faux-semblant, lorsqu'un locuteur prétend adopter un point de vue qui n'est pas le sien à une fin humoristique.

(13) *j'ai toujours celle de Bill [chanteur du groupe Tokyo Hotel], si tu veux (...) Mais je te la donne que en échange de commentaires sur mon blog!*

Contexte: Une participante demande des adresses MSN de stars aux autres en échange de commentaires sur leurs blogs. Un participant feint d'être intéressé par des commentaires sur son blog pour souligner le ridicule de la demande.

A noter que nous n'avons relevé aucune occurrence de litote ironique, forme présente dans la classification de Gibbs (2000).

L'exercice consistant à identifier les occurrences d'ironie sur un forum est complexe. En effet, en l'absence de contexte situationnel, d'indices paraverbaux, dans l'impossibilité de faire témoigner les locuteurs sur leur intention de communication réelle, certains énoncés ironiques peuvent passer parfaitement inaperçus. Malgré des omissions probables, le nombre d'énoncés ironiques sur le forum Ados.fr reste important. Les caractéristiques de ce dispositif de CMO ne semblent pas décourager les adolescents d'utiliser ce procédé.

Pour expliquer la présence paradoxale de l'ironie dans une situation de communication peu propice à son utilisation, Hancock (2004) avance l'idée que les utilisateurs en situation de CMO ne seraient pas coopératifs (au sens de Grice, 1975). La médiation informatique permettrait aux locuteurs de prendre une certaine distance par rapport à l'interaction. Ce moindre engagement rendrait moins problématique le fait d'être incompris. Ce phénomène serait accentué sur les forums de discussion où chaque message est adressé à un grand nombre de personnes à la fois: le locuteur peut considérer que sur le nombre, il y aura bien quelques personnes pour comprendre son attitude ironique. Cela lui permettra même de développer un lien avec ces personnes dans la formation d'une communauté d'initiés.

L'analyse de notre corpus ne soutient pas cette idée. Il semblerait au contraire que les adolescents soient la plupart du temps attentifs au principe d'inféribilité, ce qui les conduit à *manifester* explicitement leur attitude ironique.

Pour la plupart des énoncés ironiques relevés dans notre corpus, l'ironie était, d'une manière ou d'une autre, manifestée. Nous avons identifié deux procédés principaux mis en œuvre par les adolescents pour manifester leur attitude ironique: (i) utiliser des figures de style pour générer de l'incongruité verbale, la seule forme d'incongruité observable à l'oral possible avec un dispositif de CMO; (ii) directement expliciter le fait qu'ils étaient ironiques dans le co-texte immédiat.

Les exemples suivants sont des énoncés ironiques identifiables grâce à l'utilisation d'une figure de style par l'auteur. Ce procédé fonctionne avec une hyperbole:

(14) *encore millllle excuussesss monn siègnueure d'écrire comme chella*

Contexte: Réaction d'un participant à qui l'on reproche son orthographe de type SMS

Une antithèse:

(15) *Merci pour le sujet à chier...*

Contexte: Réaction d'une participante dont le sujet de discussion a été qualifié de "à chier" par un autre.

Une question rhétorique:

(16) *Putain mais c'est la mode de vouloir posséder son mec?!*

Contexte: Réaction à une jeune fille qui témoigne ne pas supporter que son petit ami parle à d'autres filles qu'elle.

La deuxième stratégie consiste à expliciter très directement son attitude ironique. Ce procédé, assez lourd, est néanmoins fréquent. L'explicitation passe soit par un smiley ou un sigle expressif (type *lol* ou *mdh*) pour signifier que l'on plaisante, qu'on ne pense pas ce qu'on écrit (voir les exemples 10 et 12), soit par une explicitation linguistique (exemple 17 et 18).

(17) *Mais c'est vrai que c'est une histoire passionnante ...!!! (dsl de ne pas aimé les grands classique!)*

Contexte: Une participante à qui l'on conseille de lire Mme Bovary

(18) *Moi j'ai l'adresse MSN de Shy'm! On se parle tout le temps, 24h/24! Cest cool! Pfff...! Mais c'est nimporte-quoi! Comme si que les stars vont passer leurs temps sur le net!*

Contexte: A une adolescente qui cherche des adresses MSN de stars

Cette tendance à manifester clairement son attitude ironique semble assez spécifique à la CMO puisqu'on la retrouve peu à l'écrit (un signe de ponctuation, le "point d'ironie" avait été créé à la fin de XIX^{ème} siècle pour marquer l'ironie à l'écrit sans que son usage ne se développe réellement), ni à l'oral (à l'exception de quelques "je plaisante bien sûr" produit par un locuteur qui perçoit qu'il n'a pas été compris). Elle témoigne en tous cas d'un souci des adolescents du forum Ados.fr d'être compris lorsqu'ils utilisent l'ironie.

Il demeure bien sur des énoncés qui sont clairement ironiques même si l'ironie n'est pas aussi clairement explicitée que dans les exemples ci-dessus. L'auteur du message peut en effet, dans une certaine mesure, s'appuyer sur une incongruité contextuelle pour communiquer l'ironie (procédure classique en face à face). Mais, ne connaissant pas ou peu ses interlocuteurs personnellement, le locuteur doit, s'il veut être compris, faire allusion à des connaissances évidentes sur le monde, partagées par tous (cf. exemple 19) ou de valeurs consensuellement partagées dans une communauté précise (cf. exemple 20).

(19) Moi j'ai l'adresse de Bob Marley, de Guillaume Depardieu, et je fais des visio hot avec Marilyn Monroe

Contexte: Une adolescente qui cherche des adresses MSN de stars.

(20) (...) élimination consécutive de Liverpool (équipe nulle), Inter Milan (équipe inconnue), Newcastle (équipe non-identifiée)...

Contexte: Un participant défend le parcours de l'OM en coupe de l'UEFA en arguant que cette équipe a éliminé certains poids lourds du championnat européen.

En conclusion, l'étude de notre corpus nous permet de montrer que l'ironie est un procédé bien présent sur les forums de discussion. Bien que ces dispositifs puissent, *a priori*, poser quelques problèmes de compréhension, ces problèmes sont dépassés par les utilisateurs qui vont manifester explicitement leur attitude ironique.

7. Conclusion et perspectives

L'objectif de cette recherche était de décrire la manière dont les adolescents produisent de la communication expressive sur les forums de discussion. Nous avons construit un corpus sur la base d'un forum populaire chez les adolescents francophones, *Ados.fr*. En analysant la manière dont les internautes expriment leurs émotions de base et leur attitude ironique, nous avons pu montrer que ni dans un cas, ni dans l'autre, le dispositif de CMO ne semble freiner l'importance de la

communication expressive. Pourtant les contraintes imposées par le dispositif existent bel et bien et incitent les internautes à recourir à des procédés prototypiques de la CMO (procédés iconiques, graphémiques et typographiques, explicitation de leur intention communicative) pour garantir la réussite de leurs échanges ce qui soutient la thèse développée par Walther (1996). Le souci d'être compris est d'autant plus grand sur un forum que le nombre important de lecteurs inconnus rend nécessaire des stratégies de marquage et/ou d'explicitation claire des états psychologiques. Ces résultats, outre l'intérêt qu'ils représentent en eux-mêmes pour notre connaissance de la CMO, permettent de mettre en perspective ce que l'on sait de l'expression des états psychologiques en face à face. Les expressions faciales et la prosodie émotionnelle sont souvent décrites comme les composantes expressives de la réaction émotionnelle. En tant que réaction, elles ne sont pas codées volontairement par le locuteur mais découleraient automatiquement des modifications physiologiques liées à l'émotion (Scherer, 1986). Elles sont donc des indices émotionnels et non des signaux. Dans un cadre comme celui de la CMO, les contraintes posées par le dispositif sont telles que seule la transmission de signaux est possible (par le code écrit). La transmission des indices (expressions faciales, prosodie, etc.) est évidemment impossible. Et pourtant, ces indices qui sont souvent considérés que comme des conséquences de la réaction émotionnelle sont largement repris par les adolescents et recodés, dans le respect des contraintes imposées par l'écrit numérique. La CMO est un dispositif qui permet de faire l'économie d'une question récurrente en psychologie des émotions: la manifestation émotionnelle observée est-elle communiquée par l'individu de manière intentionnelle? Ici, la réponse est nécessairement oui.

Nos prochains travaux viseront à approfondir cette comparaison entre communication expressive à l'oral et en CMO. Cette comparaison passera par le recueil de corpus en situation de face à face (on sait très peu de choses à l'heure actuelle de la manière dont les adolescents expriment leurs affects et leurs attitudes en face à face) et dans des situations hybrides entre CMO et face à face (du type "échanges par forums de discussion alors que les participants sont en présences les uns des autres").

Bibliographie

- Anis, J. (1998): *Texte et ordinateur. L'écriture réinventée*. Paris-Bruxelles (De Boeck & Larcier Université, coll. Méthodes en Sciences Humaines).
- Anis, J. & Duplan, C. (2001): *Parlez-vous texto? Guide des nouveaux langages du réseau*. Paris (Le Cherche-midi).
- Atifi, H., Mandelcwaig, S. & Marcoccia, M. (2011): The Co-operative Principle and Computer-Mediated Communication: the Maxim of Quantity in Newsgroup Discussions. In: *Language Sciences*, 33(2), 330-340.
- Berman, R. A. (2005): Introduction: Developing discourse stance in different text types and languages. In: *Journal of Pragmatics*, 37(2), 105-124.
- Bres, J. (2010): L'ironie, un cocktail dialogique? In: Neveu F., Muni Toke V., Durand J., Klingler T., Mondada L., Prévost S. (éds.). *2d Congrès Mondial de Linguistique Française*. Disponible: http://www.linguistiquefrancaise.org/index.php?option=com_article&access=standard&Itemid=129&url=/articles/cmlf/pdf/2010/01/cmlf2010_000093.pdf
- Brown, P., & Fraser, C. (1979): Speech as a Marker of Situation. In: Scherer, K. & Giles, H. (éds.): *Social Markers in Speech*. Cambridge (Cambridge University Press), 33-62.
- Caffi, C., & Janney, R. W. (1994): Toward a pragmatics of emotive communication. In: *Journal of Pragmatics*, 22(3-4), 325-373.
- Caplan, S. & Turner, J. (2007): Bringing theory to research on computer-mediated comforting communication. In: *Computers in Human Behavior*, 23(2), 985-998.
- Colston, H. L. (1997): Salting a wound or sugaring a pill: The pragmatic functions of ironic criticism. In: *Discourse Processes*, 23(1), 25-45.
- Cusin-Berche, F. (1999): Courriel et genre discursif. In Anis, J. (éd.): *Internet, communication et langue française*. Paris (Hermès), 31-54.
- Dews, S. & Winner, E. (1995): Muting the meaning: A social function of irony. In: *Metaphor & Symbolic Activity*, 10(1), 3-19.
- Didier, B. (1998): *Choderlos de Laclos, les liaisons dangereuses: pastiches et ironie*. Paris (Edition du temps).
- Ekman, P. (1992): An argument for basic emotions. In: *Cognition & Emotion*, 6(3-4), 169-200.
- Gauducheau, N. (2008): La communication des émotions dans les échanges médiatisés par ordinateur: bilan et perspectives. In: *Bulletin de Psychologie*, 61(4), 389-404.
- Gibbs, R. W. (2000): Irony in Talk Among Friends. In: *Metaphor and Symbol*, 15, 5-27.
- Goffman, E. (1991): *Les cadres de l'expérience*. Paris (Minuit). (traduction de Frame Analysis, 1974).
- Grice, H. Paul (1975). *Logic and Conversation*. In: Cole, P. & Morgan, J.L. (éds.): *Syntax and Semantics*, New York (Academic Press), Vol. 3, 41-58
- Hancock, J.T. (2004): Verbal irony use in face-to-face and computer-mediated conversations. In: *Journal of Language and Social Psychology*, 23, 447-463.
- Herring, S.C. (2004): Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Communities. In: Barab, S.A., Kling, R., Gray, J.H. (éds.): *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*. Cambridge (CUP), 338-376.
- Jakobson, Roman (1963): *Linguistique et poétique*. In: *Essais de linguistique générale*. Paris (Editions de Minuit).
- Kerbrat-Orecchioni C. (2000): Quelle place pour les émotions dans la linguistique du XXe siècle? In: Plantin, C., Doury, M., Traverso, V. (éds.): *Les émotions dans les interactions communicatives*. Lyon (ARCI - Presses Universitaires de Lyon), 33-74.
- Kiesler, S., Siegel, J. & McGuire, T.W. (1984): *Social Psychological Aspects of Computer Mediated Communication*. In: *American Psychologist*, 39, 1123-1132.
- Koch, P. & Oesterreicher, W. (2001): Langage parlé et langage écrit. In: Holtus, G., Metzeltin, M. & Schmitt, C. (éds.): *Lexikon der Romanistischen Linguistik*. Tübingen (Niemeyer), Vol. 1, 584-627.
- Kreuz, R. (1996): The use of verbal irony: Cues and constraints. In: Mio, J. S. & Katz, A.N. (éds.): *Metaphor: Implications and applications*. Mahwah, NJ (Lawrence Erlbaum), 23-38.

- Laval, V. & Bert-Erboul, A. (2005): French-Speaking Children's Understanding of Sarcasm: The Role of Intonation and Context. In: *Journal of Speech, Language and Hearing Research*, 48(3), 610-620.
- Lejeune, P. (2000): "Cher écran..." *Journal personnel, ordinateur, Internet*. Paris (Seuil).
- Marcoccia M. & Gauducheau N. (2006): Le rôle des smileys dans la production et l'interprétation des messages électroniques. In: Gerbault, J. (éd.): *La langue du cyberspace: de la diversité aux normes*. Paris (L'Harmattan), 279-295.
- (2007): L'analyse du rôle des smileys en production et en réception: un retour sur la question de l'oralité des écrits numériques. In: *Glottopol*, 10, 38-55. Disponible: http://www.univ-rouen.fr/dyalang/glottopol/numero_10.html (19.12.2010)
- Marcoccia, M. (2000a): Les smileys: une représentation iconique des émotions dans la communication médiatisée par ordinateur. In: Plantin, C., Doury, M., Traverso, V. (éds.): *Les émotions dans les interactions communicatives*. Lyon (ARCI - Presses Universitaires de Lyon), 249-263.
- (2000b): La représentation du non verbal dans la communication écrite médiatisée par ordinateur. In: *Communication & Organisation*, 18, 265-274.
- (2010): Les forums de discussion d'adolescents: pratiques d'écritures et compétences communi-catives. In: *Revue Française de Linguistique Appliquée*, 15(2), 139-154.
- Mercier-Leca, F. (2003): *L'ironie*. Paris (Hachette Supérieur).
- Mourlhon-Dallies, F. & Colin, J.-Y. (1995): Les rituels énonciatifs des réseaux informatiques entre scientifiques. In: *Les Carnets du CEDISCOR*, 3, 161-172.
- Niedenthal, P. M., Krauth-Gruber, S., & Ric, F. (2008): Comprendre les émotions, perspectives cognitives et psycho-sociales. Wavre (Mardaga).
- Pexman, P. M. (2008): It's Fascinating Research: The Cognition of Verbal Irony. In: *Current Directions in Psychological Science*, 17(4), 286-290.
- Plantin, C. (2003): Structures verbales de l'émotion parlée et de la parole émue. In: Colletta, J.-M., Tcherkassof, A. (éds.): *Les émotions, Cognition, langage et développement*. Liège (Mardaga), 97-130.
- Prieto, L. (1975): *Etudes de linguistique et de sémiologie générales*. Genève (Droz).
- Quinche, F. (2008): Les forums pour adolescents: spécificités communicationnelles. In: Corroy, L. (éd.): *Les jeunes et les médias: les raisons du succès*. Paris (Vuibert), 151-170.
- Rimé, B. (2005): *Le partage social des émotions*. Paris (PUF).
- Scherer, K. R. (1986): Vocal affect expression: A review and a model for future research. In: *Psychological Bulletin*, 99(2), 143-165.
- Sperber, D. & Wilson, D. (1981): Irony and the use-mention distinction. In: Cole, P. (éd.): *Radical pragmatics*. New York (Academic Press), 295-318.
- Sproull, L. & Kiesler, S. (1986): Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication. In: *Management Science*, 32(11), 1492-1512.
- Stroebe, W. & Stroebe, M. (1996): The social psychology of social support. In: Higgins, E. & Kruglanski, A. (éds): *Social Psychology*. New York (The Guilford Press), 597-621.
- Tatossian, A. (2008): Typologie des procédés scripturaux des salons de clavardage en français chez les adolescents et les adultes. In: Durand, J., Habert, B. & Laks, B. (éds.): *Congrès Mondial de Linguistique Française*. Paris (Institut de Linguistique Française), 2337-2352.
- Traverso, V. (2000): Les émotions dans la confidence. In Plantin, D., Doury, M. & Traverso V. (éds.): *Les émotions dans les interactions communicatives*. Lyon (ARCI - Presses Universitaires de Lyon), 205-223.
- Ungerer, F. (1997): Emotions and emotional language in English and German news stories. In: Niemeyer, S. & Dirven R. (éds): *The Language of emotion*. Amsterdam (John Benjamins).
- Walther, J. (1996): Computer-mediated Communication: Impersonal, Interpersonal and Hyperpersonal Interaction. In: *Communication Research*, 23(1), 3-43.
- (2007): Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. In: *Computers in Human Behaviors*, 23(5), 2538-2557.

- Walther, J.B. & D'Addario K.P. (2001): The Impact of Emoticons on Message Interpretation in Computer-Mediated Communication. In: *Social Science Computer Review*, 19(3), 324-347.
- Whalen, J.M., Pexman, P.M. & Gill, A.J. (2009): "Should Be Fun Not!": Incidence and Marking of Nonliteral Language in E-Mail. In: *Journal of Language and Social Psychology*, 28, 253-279.
- Wilson, A. (1993): A pragmatic device in electronic communication. In: *Journal of Pragmatics*, 19, 389-398.