

VIRALITÉ ET ANALYSE DU DISCOURS UN EXEMPLE ATYPIQUE, #METOO

SANDRINE REBOUL-TOURÉ
UNIVERSITÉ SORBONNE NOUVELLE

sandrine.reboul-toure@sorbonne-nouvelle.fr

Citation: Reboul-Touré, Sandrine (2024) « Viralité et analyse du discours : un exemple atypique, #MeToo », in Licia Reggiani et Laura Santone (éds.) *Médias et Viralité, mediAzioni* 44: A196-A210, <https://doi.org/10.6092/issn.1974-4382/20832>, ISSN 1974-4382.

Abstract: We present an analysis exploring the notion of virality in the field of discourse analysis, whereas the notion is usually used in the field of information and communication sciences. The present research develops a discourse analysis based on keywords, here, #MeToo, which has a special status since it is also used outside the internet. The diversity of linguistic points of view such as borrowing, spelling, neologism, neological matrix, averbal phrase, digital statement make #MeToo an atypical and complex hashtag. Its propagation (2017-2022) through numerous discourses to placards in feminist demonstrations and even on hands and faces transforms the hashtag, which acquires another status: naming a social movement. This example shows that virality can enrich three notions: the event, the “formula” and the circulation of discourses.

Keywords: virality; discourse analysis; #MeToo; hashtag; social movement; event; “formula”; discourse circulation; feminism.

Actuellement, la notion de *viralité*¹ est liée au développement de l'internet et plus spécifiquement à la prolifération – pour filer la métaphore biologique – des discours sur les réseaux sociaux. D'ailleurs, l'exemple retenu dans la définition du *Grand Robert de la langue française* (2023) illustre ce cadre : « la viralité des contenus publiés sur les réseaux sociaux » (*Le Monde*, 12 mai 2012). Les questionnements autour des discours de l'internet, notamment dans le domaine de l'analyse du discours (AD), remontent déjà à une vingtaine d'années dans nos groupes de recherche (Mourlhon-Dallies, Rakotonoelina et Reboul-Touré 2004). À cette époque, nous cherchions à décrire les caractéristiques linguistiques spécifiques de ces discours présentés comme des objets d'étude nouveaux : les forums de discussion, les listes de diffusion, les chats, les courriels et les sites web.

Avec la notion de viralité, qui n'existait pas à l'époque, nous sommes invités à faire de nouvelles analyses, à penser à des transversalités et à faire des rapprochements avec des notions de l'analyse du discours (AD). En effet, quand Alyssa Milano poste un tweet, personne n'imagine l'impact qu'il va avoir. A partir de ce tweet (mais pas dans ce tweet), j'ai isolé le hashtag « #MeToo » qui peut être analysé dans le domaine des sciences du langage et plus spécifiquement de l'AD en sollicitant différentes notions, comme celle d'événement, celle de formule et celle de circulation des discours, qui peuvent être articulées à la viralité. La transversalité apparaît aussi au niveau des corpus, sur des supports divers : réseaux sociaux, presse « papier », pancartes jusqu'au corps humain (*#MeToo* écrit sur la main ou sur le visage de manifestantes).

Ma recherche s'inscrit dans le cadre d'une AD qui s'appuie sur des mots-clés. Ici, le mot-clé, *#MeToo*, a un statut particulier car il est aussi utilisé en dehors de la twittosphère. Construit d'un croisillon (#) et d'une phrase averbale elliptique dont les deux mots sont réunis sans traits d'union (c'est une des caractéristiques des hashtags), il est cliquable – quand il est sur un support numérique – et permet de rassembler tous les tweets dans lesquels ce hashtag a été inséré. Je ferai, dans un premier temps, un lien entre viralité et événement en examinant différentes caractéristiques de l'événement. Puis, je montrerai que la viralité autour du *#MeToo*² contribue à en faire une formule certes atypique du fait du hashtag. Enfin, je mettrai en évidence la diffusion de *#MeToo* au travers de nombreux discours ainsi que son statut de nomination d'un mouvement social³.

1. Quand un tweet devient un événement

Le point de départ de ce questionnement entre médias et viralité est donc, pour la présente recherche, un tweet (voir Figure 1, en annexe *infra*) qui s'insère dans un contexte avec en amont⁴ : Tarana Burke qui a lancé, en 2006, une campagne

¹ Notons que « des phénomènes médiatiques d'ampleur se sont toutefois déployés en amont de la viralité en ligne » (Schafer et Pailler 2022).

² Qui se lit « hashtag Me Too ».

³ Les résultats sont issus d'une analyse qualitative qui fait suite à la collecte de nombreux tweets et d'articles de presse au fil des années, de 2017 à 2022, à l'encadrement de mémoires de master (Li 2022) et au jury de soutenance de master (Trovato 2022).

⁴ « En 2006, Tarana Burke, une travailleuse sociale originaire de Harlem (New York), lance une campagne de soutien aux victimes d'agressions sexuelles dans les quartiers défavorisés. Pour

appelée « Me too » et le 5 octobre 2017 et le surgissement de l'affaire Weinstein⁵. C'est dans la lignée de ces antécédents que le 15 octobre 2017, l'actrice Alyssa Milano rédige un tweet et lance un appel qui invite à renvoyer une réponse standardisée en utilisant « Me too », pour oser dire le non-dit : « If you've been sexually harassed or assaulted write "me too" as a reply to this tweet »⁶. Des dizaines de milliers de messages vont être envoyés en réponse. C'est donc, dans un premier temps, au niveau du réseau social que les échanges vont se démultiplier notamment grâce à une des caractéristiques du discours numérique, le hashtag (ou encore *mot-dièse* selon les recommandations officielles) qui est un « mot-clé précédé du signe #, permettant de retrouver tous les messages d'un microblog qui le contiennent »⁷. Le hashtag va être accolé à « me too » pour devenir « #MeToo »⁸ présent dans un très grand nombre de tweets.

Cette diffusion massive de tweets sur le réseau social correspond à une définition de *viralité*⁹. Cette viralité va prendre des proportions exceptionnelles car #MeToo va aussi sortir des réseaux sociaux et envahir d'autres médias sur internet, apparaître dans la presse « papier » et numérique et sur d'autres supports inattendus dans la société (voir partie 3.). C'est pourquoi je propose ici d'articuler la viralité à l'événement.

Le sous-titre de cette partie fait écho à un article, « Lorsqu'un tweet devient une affaire », article dans lequel les auteurs montrent qu'un tweet insultant (Québec) d'un animateur de radio en direction d'une chanteuse populaire, a été à l'origine d'une « affaire » se déployant d'abord sur les réseaux sociaux puis dans les médias traditionnels, ainsi que sur différents blogues et sites web people (Turbide, Vincent et Kavanah 2013 : 29)¹⁰. Le corpus date de 2010 et on est encore au début de twitter¹¹. Dans cette recherche, on trouve pour la première fois des analyses linguistiques et discursives sur des citations d'un tweet en dehors de son cadre numérique. Il était rare à l'époque que des tweets sortent du réseau social, ce qui n'est plus le cas aujourd'hui. Deux prémisses sont alors proposées pour la captation de l'événement :

appuyer sur l'empathie et la solidarité, elle choisit un nom très court à cette initiative : « Me too » (*Le Monde*, 14 octobre 2018), https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/10/14/metoo-du-phenomene-viral-au-mouvement-social-feminin-du-xxie-siecle_5369189_4408996.html.

⁵ « L'affaire Weinstein éclabousse Hollywood. Les révélations du New York Times et du New Yorker sur les accusations d'agressions, de viols et de violences commises par ce producteur de cinéma américain font le tour de la planète grâce à Twitter, un réseau social parmi les plus privilégiés des personnalités publiques » (*ibidem*).

⁶ « Si vous avez été victime de harcèlement ou d'agression sexuelle, écrivez "moi aussi" en réponse à ce tweet » (traduction en français reprise sous cette forme dans plusieurs journaux).

⁷ *Le Grand Robert de la langue française*, 2023.

⁸ Je conserve l'écriture suivante avec 2 majuscules : #MeToo ; dans les discours, des variantes vont apparaître : #Metoo, #metoo selon les lieux discursifs et les locuteurs.

⁹ « Qui se propage rapidement par voie électronique (par mails, SMS, sur les réseaux sociaux...) », *Le Grand Robert de la langue française*, 2023.

¹⁰ Colloque international organisé à la villa Finaly de Florence par le DIT de l'Université de Bologne (Campus de Forlì) et le Syled-Cediscor de l'Université Sorbonne – relations internationales en amont du Réseau franco-italien de recherche interdisciplinaire, <https://fr-it.org/> (Londei, Moirand, Reboul-Touré et Reggiani 2013).

¹¹ « Avec un premier tweet en 2006 : l'oiseau symbole de Twitter sortant de son œuf - mkhmarketing/Flickr/CC. Le 21 mars 2006, Twitter – pas encore ouvert au public – accueillait son premier tweet, envoyé par le cocréateur du site Jack Dorsey. just setting up my... » (Beigbeder 2016 : en ligne).

- l'espace public, désormais illimité et sans frontière, est occupé par une profusion de discours qui se répandent à une vitesse fulgurante ;
- les discours en circulation engendrent une pluralité d'interprétations, de reformulations et de tensions dans la communauté. (*Ibidem* : 24)

On parle dès cette époque de la caractéristique d'une « vitesse fulgurante », que nous pouvons nommer aujourd'hui la viralité, à quoi j'ajoute la circulation des discours et la polémique, angles d'analyse que j'explore ci-dessous. Ainsi, la convergence de ces différentes caractéristiques invite à identifier un événement au niveau du réseau social du fait de la viralité liée au #MeToo et du fait de sa longévité. Cette viralité est aujourd'hui mesurable. En effet, la plateforme du web et des réseaux sociaux, Visibrain, fait le point sur les 5 années retenues (octobre 2017-octobre 2022) :

- 54 millions de tweets depuis son apparition il y a 5 ans
- En France, le mouvement représente 870 200 tweets sur la même période, soit 2% des messages au total. Même si ce volume peut paraître dérisoire comparé à l'international, il est important de souligner que, dans l'hexagone, le mouvement prend également forme via #BalanceTonPorc (490 000 tweets) et #JeSuisVictime (75 200 tweets)
- Sur Twitter, après les États-Unis, c'est au Japon, en Espagne et en France que #MeToo retentit le plus¹².

C'est aussi l'impact sociétal de ce hashtag qui en fait un phénomène jamais encore identifié avec la naissance d'un mouvement féministe militant (voir partie 3.).

Toujours dans la lignée du colloque cité ci-dessus (note 11), Quéré (2013) rassemble des caractéristiques propres à l'événement en soulignant notamment que « l'événement est ce qui devient » :

C'est parce que l'événement est un devenir orienté que son concept est « téléologique ». Devenir c'est en effet changer qualitativement. Un tel changement implique une hétérogénéité interne et un mouvement directionnel : d'une part, on n'a pas la même chose d'un bout à l'autre du processus, d'autre part on ne peut pas percevoir un devenir si l'on ne saisit pas une transition d'un état à un autre, en passant par un ou des états intermédiaires. (Quéré 2013 : 7)

Le hashtag (#MeToo), peut être considéré a posteriori comme un événement puisqu'il va changer qualitativement : par glissement métonymique, il passe de son apparition dans un tweet à des discours en dehors des réseaux sociaux pour devenir, dans un mouvement directionnel, le nom d'un mouvement social. Le fait aussi de se positionner pour la présente analyse, 5 ans après le tweet déclencheur, participe à la distance nécessaire pour l'identification d'un événement :

¹² Publié le 12 octobre 2022, <https://www.visibrain.com/fr/blog/analyse-me-too>.

il « faut un minimum d'avant et d'après pour constituer l'unité de sens qui fait de quelque chose qui se passe un événement » ([Koselleck 1990] : 134) – notamment il faut un minimum de distance temporelle pour savoir ou comprendre ce qui s'est vraiment passé ; le témoin direct d'un événement n'est pas le mieux placé pour le comprendre et l'information immédiate peut être aveugle. (*Ibidem*)

Cet ancrage dans une chronologie, octobre 2017-octobre 2022, permet de s'insérer dans l'histoire et de construire l'événement. Enfin, Quéré s'appuie sur des remarques de Dewey (1993) pour compléter la définition : « ce qui définit l'événement ce sont son appartenance au jugement et sa contribution à une enquête, jugement et enquête prenant place dans l'univers du discours » (Quéré 2013 : 3). Le devenir et la distance sont des facteurs actuels pour identifier #MeToo comme un événement à saisir au travers de sa viralité sur et en dehors des réseaux sociaux (voir partie 3.).

2. Une formule pour un débat de société

Le hashtag #MeToo, lorsqu'il est étudié dans les tweets en français est identifié comme un emprunt à l'anglais. C'est aussi un énoncé qui entre dans un cadre conversationnel avec une réponse à l'initiatrice du premier message. Si le « moi » a renvoyé dans un premier temps à l'actrice, chaque « moi » est ensuite susceptible de renvoyer à l'énonciatrice qui se montre comme ayant subi des violences et qui ainsi se place du côté de la dénonciation en osant dire *non* sans créer de message mais en créant une réponse. On peut donc identifier un hashtag féministe. Puis, cette motivation linguistique première qui met en évidence le « moi » variable va se détacher pour obtenir un sens plus global et même devenir un nom renvoyant au phénomène – celui allant du tweet premier, aux millions de tweets et à la diffusion dans les discours des autres médias, jusque dans la société – et sans prendre chaque mot au pied de la lettre et donc sans que le « moi » renvoie à celle ou celui qui parle/écrit.

Convoquer la notion de *formule* est fructueux¹³ car cette notion permet de faire dialoguer l'analyse du discours et les sciences de l'information et de la communication, domaines qui se rencontrent dans le présent ouvrage. C'est au travers de quelques références que je présenterai l'intérêt de cette notion, de 1972 à 2023. Selon le *Dictionnaire d'analyse du discours*, Faye (1972) introduit le terme de « formule » dans le domaine de l'analyse du discours politique pour « décrire l'émergence et la circulation, dans les discours fascistes et nazi des années 1920-1930, des expressions [telles] *État total* et *État totalitaire* » :

Le terme *formule* désigne une expression lexicale, le plus souvent un syntagme nominal ou une collocation à caractère néologique, qui renvoie à une notion ayant joué sur le plan idéologique un rôle fondateur et actif dans une situation historique. (Charaudeau et Maingueneau 2002 : 30)

¹³ Dans le cadre du colloque « Médias et viralité » qui s'inscrit dans le réseau franco-italien de recherche interdisciplinaire, <https://fr-it.org/>.

C'est ensuite Krieg-Planque (2009) qui étudie la notion de *formule* en analyse du discours d'un point de vue théorique et méthodologique. Elle souligne la « nécessité d'une certaine épaisseur temporelle de façon à saisir la formule dans son historicité discursive » ; ceci peut être mis en relation avec les remarques de Quéré, selon lesquelles il faut un minimum d'avant et d'après pour qu'il y ait un événement. De part et d'autre, un empan chronologique est attendu.

Krieg-Planque (2009) propose quatre propriétés pour la formule. La première concerne le caractère figé, ce qui permet de retenir des unités lexicales simples, complexes, des unités lexico-syntaxiques voire des « petites phrases » : *humanitaire, purification ethnique, du pain et X, plus jamais ça*. Comme #MeToo est issu des réseaux sociaux, il est atypique comparativement aux exemples déjà étudiés : c'est un emprunt, il est porteur d'un croisillon, il n'y a pas d'espace entre les deux mots ; ce pourrait être une « petite phrase ». Le figement est ici présent lorsque #MeToo n'est pas considéré dans son sens premier mais lorsqu'il s'est stabilisé avec un sens global renvoyant à tous les phénomènes engendrés : un nombre impressionnant de tweets, les utilisations dans les discours en dehors des réseaux sociaux et la diffusion massive dans la société. J'ajouterai que ce caractère figé s'appuie aussi sur la notion de mémoire (inter)discursive (Moirand 2007) ; au fil des lectures de la presse ou de l'écoute des médias, #MeToo s'est stabilisé au niveau sémantique et fait partie de nos connaissances partagées.

Le « caractère discursif de la formule » met en évidence la construction en discours : la formule « naît » dans les discours, ce qui est le cas pour les créations néologiques et les emprunts. Du fait de sa forme, #MeToo est remarquable et cristallise sémantiquement les événements mentionnés en amont. Le caractère de référent social se manifeste par un « aspect dominant, à un moment donné et dans un espace socio-politique donné » (Krieg-Plaqué 2009 : 93) et par ses significations multiples. Pour mesurer la « notoriété » du signe, Krieg-Plaqué propose d'observer la fréquence d'un mot dans un journal. Cette démarche est aujourd'hui facilitée par l'utilisation des bases de données qui apportent des résultats sur de grands corpus. Des bases comme *Factiva* ou *Europresse* permettent d'obtenir des graphiques concernant le nombre d'occurrences d'un mot-clé et il est plus facile d'évaluer le « poids » d'une formule grâce à des corpus beaucoup plus vastes. Le nombre d'occurrences de #MeToo peut donc être mesuré et sur les réseaux sociaux et dans la presse (voir partie 3.) ; la viralité est ici établie, ce qui confirme la pertinence de la notion de formule pour analyser #MeToo.

Le « caractère de référent social de la formule traduit son aspect dominant, à un moment donné et dans un espace socio-politique donné » (*ibidem*). Effectivement, le #MeToo a une certaine « notoriété » et est connu par beaucoup de citoyennes et de citoyens. Selon la sociologue Josiane Jouët, « la résonance de MeToo s'explique certes par son retentissement sur les réseaux [...] et] par la large couverture médiatique de la déferlante de témoignages, une flambée de cris qui a frappé la société civile et interpellé les politiques » (Jouët 2022 : 24). #MeToo est au cœur d'une articulation entre viralité, société et politique.

Enfin, la formule a un caractère polémique ; c'est le cas de #MeToo qui ouvre sur des enjeux sociaux et politiques concernant les violences sexuelles et sexistes, cette reconnaissance étant une avancée pour les uns et un petit pas pour les autres. Le mouvement #MeToo cherche à dénoncer une injustice mais aussi la

structure de la société, le patriarcat, pour aller plus loin dans le cadre du féminisme. Certains journalistes parlent de « libération de la parole des femmes ». La commémoration de #MeToo dans la presse pour le 5^e anniversaire montre l'impact sociétal notamment dans ce titre « Cette révolution sexuelle, culturelle, sociale et judiciaire, en France et dans le monde » (*Le Monde*, 14/10/2022). A l'opposé, Trovato, par l'analyse de tweets féministes montre que ce discours qui est présenté comme « agissant » ne l'est sans doute pas. « En analysant [l]es discours numériques (témoignages, critiques féministes et discours de presse), par le biais de l'analyse du discours et des *Gender & Language Studies* », elle propose de remettre ce constat en perspective :

La performativité escomptée de ces discours n'est que partielle et réside entre autres dans la qualification des violences sexuelles par les témoins elles-mêmes, et la mise en œuvre d'un conflit de définition visant à redéfinir le viol, la victime et le violeur. Mais le discours soi-disant agissant qu'est #MeToo semble entravé par une fragmentation et une spécification de celui-ci, incarnées par le lancement de plus de vingt hashtags différents, mais aussi par l'utilisation de #MeToo comme marque, synonyme de « libération de la parole ». En outre, la construction d'une contre-réalité des violences sexuelles en France, visée performative première de #MeToo, apparaît comme un échec discursif. (Trovato 2022 : 2)

La diffusion de #MeToo dans l'espace social ne se réalise pas sans polémique.

Plus récemment, au-delà de ce cadre de l'analyse du discours, la notion de formule est présentée dans le *Publictionnaire, Dictionnaire encyclopédique et critique des publics* (Simon 2016/2023). Elle est aussi au cœur de l'ouvrage, *La notion de formule en linguistique*, dans lequel les éditeurs scientifiques envisagent : « une approche à la fois synthétique et illustrative des différents emplois de la notion de *formule* en sciences du langage, qui n'a pas encore bénéficié d'un traitement linguistique unitaire » et ils soulignent le fait que la formule connaisse « actuellement un succès grandissant en tant que terme de spécialité en analyse du discours socio-politique » (Hilgert, Kleiber et Palma 2023). C'est donc une notion qui semble une catégorie d'analyse qui intéresse aussi bien les sciences de l'information et de la communication que les sciences du langage du côté du versant linguistique comme du côté du versant discursif.

Parmi les formules déjà étudiées, il n'y a pas de hashtags. Le #MeToo est donc totalement atypique dans ce paradigme. Il sera soit un hapax, soit le premier d'une nouvelle série. Finalement, la viralité se présente comme une caractéristique permettant d'évaluer la notoriété d'une formule.

3. De la circulation des discours à la création d'un mouvement social

La viralité de #MeToo qui a été observée sur les réseaux sociaux s'étend au-delà, notamment dans les discours de presse. Il y a donc une diffusion horizontale des contenus mais aussi une propagation verticale avec des relais comme les journaux qui offrent une caisse de résonance : « L'importance numérique et le caractère international de #metoo ont permis la visibilité des témoignages et

contribué au traitement journalistique de ces questions » (Schafer et Paillet 2022).

Les graphiques des Figures 2 et 3 (voir Annexe 1) sont issus de la base de données de presse de *Factiva* et permettent de recueillir des tendances. La Figure 2 concerne la répartition des occurrences de #MeToo dans toutes les langues. C'est donc l'année 2018 qui est remarquable : plus de 150 000 occurrences, ce qui se comprend car le tweet d'origine est en anglais et part des Etats-Unis où la circulation des discours se fait massivement. Le second graphique concerne la presse en français. L'année 2018 est aussi à part : plus de 6000 occurrences et on constate que #MeToo reste régulièrement représenté dans la presse en France avec des milliers d'occurrences annuelles.

Une autre recherche sur la base de données *Europresse* permet d'obtenir le nombre d'articles contenant #MeToo au travers d'une représentation mensuelle (voir Figure 4, en annexe *infra*) pour saisir d'autres phénomènes sur la période de juillet 2017 à novembre 2022. En septembre 2017, #MeToo est inexistant, puis il y a une pointe en octobre suite au premier tweet, une progression croissante avec un pic en octobre 2018 (ce qui correspond au 1^{er} anniversaire). Ensuite, on peut noter une augmentation du nombre d'articles pour le 8 mars, journée internationale des droits des femmes ainsi qu'aux différents mois d'octobre. Le pic du mois de janvier 2020 est lié au procès de Weinstein et le pic d'octobre 2022 reflète les nombreux dossiers faisant le point sur #MeToo pour l'anniversaire des 5 ans (voir Figure 7, en annexe *infra*).

Une spécificité – peut-on dire orthographique ? – de #MeToo réside dans la conservation du croisillon¹⁴ en dehors des supports numériques. En 2011, Mourlhond-Dallies et moi avons étudié quelques pratiques d'écritures sur internet (forums de discussions, sites) qui s'adaptèrent au support numérique. Si l'écriture SMS était proscrite par les modérateurs des forums analysés, nous avons relevé des abréviations, des suppressions d'accents, des fautes d'orthographe et la nouveauté se situait au niveau de l'emploi des smileys et des liens hypertextes. Nous avons cherché à savoir si les caractéristiques de cette écriture pouvaient se diffuser dans des écrits papier. En effet, la perméabilité aux nouvelles graphies a été identifiée dans des discours en marge : publicité, comme dans *C ma banque* ; des titres d'émissions télévisées : *C dans l'air*, *C à vous* ; des noms de marque *Kinougarde* (qui nous garde ?), *Kiloutou* (qui loue tout ?) ; écrire en majuscule pour signaler que le locuteur crie (dans certains romans) ; l'utilisation des smileys en dehors des supports numériques. Ces questionnements se retrouvent aujourd'hui dans mon étude avec le croisillon de #MeToo, caractéristique du support numérique et du réseau social qui n'avait pas de raison de sortir de son espace numérique ; or, dans la presse, c'est #MeToo (dans son intégralité) qui va être massivement utilisé. Le croisillon se présente comme une trace étymologique : on a un élément pour mettre en avant l'origine, celle du réseau social, même s'il n'est plus cliquable.

¹⁴ « Signe constitué de quatre barres formant une croix (#), auquel on attribue un sens convenu. *Le croisillon des hashtags. Le croisillon est souvent confondu avec le dièse* », *Le Grand Robert de la langue française*, 2023.

Au-delà de la presse, le #MeToo se diffuse sur des supports très diversifiés : il apparaît sur les pancartes lors des marches féministes (voir Figure 6, en annexe *infra*) ; il est aussi écrit sur la main ou sur le visage des manifestantes.

En ce qui concerne la diffusion dans d'autres genres de discours, #MeToo en tant que nom référant à un mouvement social fait son entrée dans des dictionnaires numériques, *Wikipedia*, *Le Dictionnaire universel des créatrices*¹⁵ et sur un autre plan, le *Publictionnaire* (Ruffio 2020/2023). Il apparaît aussi dans des titres d'ouvrages : *La littérature à l'heure de #MeToo* (Broché – Grand livre, Hélène Merlin-Kajman, 2020) ; *Le Mirage #MeToo – Réflexions à partir du cas français* (Sabine Prokhoris, 2021) ; *#MeToo. L'enquête qui a tout déclenché* (Jodi Kantor, Megan Twohey et al., 2022) ; *Debout ! De #metoo à Vercingétorix : ces combats qui ont fait avancer notre histoire* (Manon Paulic, 2022) ; *Moi aussi. Metoo, au-delà du hashtag* (Rose Lami, octobre 2022)... Et encore au-delà :

le succès de #MeToo se mesure à sa double entrée dans les cultures militante et populaire, faisant tant l'objet de slogans de ralliement que de productions humoristiques (« MeToo : le jeu ! » par Bertrand Usclat ; « Etre une femme/être un homme » par Blanche Gardin ; « Affaire Weinstein : les justiciers du Web » par Marina Rollman), musicales (« Balance ton quoi » par Angèle) et cinématographiques (« L'intouchable Harvey Weinstein » par Ursula Macfarlane). (Ruffio 2020)

L'impact du #MeToo se mesure aussi, au niveau linguistique, par le fait qu'il serve de « matrice » néologique pour dénommer d'autres revendications comme : #metooinceste, #metoopolitique, #metoogay ou encore #metootheatre. De nouveaux hashtags ayant la « base » #metoo entrant en composition avec d'autres noms sont forgés afin d'être dans la lignée du « succès » du hashtag d'origine et donner de l'ampleur à des revendications.

Il est intéressant de voir comment #MeToo a été « importé » dans différents pays¹⁶. En France, un hashtag concomitant, #BalanceTonPorc, a été rédigé par la journaliste Sandra Muller, le 13 octobre 2017, créant polémique et procès. Son succès est à noter (voir partie 1.) au niveau linguistique puis sociétal¹⁷. Il se présente aussi comme une matrice, pour de nouvelles créations : #balancetonagresseur, #balancetonharceleur, #balancetonpédophile, #balancetonraciste (Li 2022), sur le modèle de #balancetonX, de très nombreux noms pouvant entrer dans cette matrice néologique. La chanteuse Angèle a aussi écrit une chanson intitulée « Balance ton quoi »¹⁸ dont les paroles sont dans la lignée du #BalanceTonPorc, ce qui montre clairement une diffusion vers le grand public dans la société. Ainsi, la viralité de #MeToo sur internet se démultiplie par une propagation dans des espaces discursifs et sociétaux inattendus. La notion de viralité s'en trouve étendue.

¹⁵ #METOO - Dictionnaire créatrices (dictionnaire-creatrices.com).

¹⁶ Voir notamment la liste des hashtags alternatifs suivant les langues et les pays, *Wikipédia*, https://fr.wikipedia.org/wiki/Mouvement_MeToo.

¹⁷ « Comment le hashtag Balancetonporc est-il devenu viral sur Twitter ? », 5 octobre 2022 <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/les-enjeux-des-reseaux-sociaux/comment-le-hashtag-balancetonporc-est-il-devenu-viral-sur-twitter-1620843>.

¹⁸ « J'ai écrit cette chanson dans le tram, j'avais subi une remarque pas très agréable d'un mec. [C'était] quelques mois après "Balance ton porc", après les débuts de cette révolution féministe » (BFM TV).

4. Conclusion

J'ai présenté ici une analyse explorant la notion de viralité dans le domaine de recherche de l'analyse du discours alors que la notion est habituellement utilisée dans le cadre des sciences de l'information et de la communication. Il y a encore d'autres angles linguistiques à explorer, notamment une étude des co-textes autour de #MeToo pour analyser la dimension de la sémantique discursive ; voici un élément dans cette voie porté par une infographie du journal *Le Monde* ((voir Figure 5, en annexe *infra*) qui confirme la stabilisation du sens de #MeToo comme le nom d'un mouvement social (Croquet 2018 : en ligne) : 80 000 occurrences du mot « mouvement » qui est le co-occurent le plus représenté. J'ai aussi convoqué l'emprunt, l'orthographe, le néologisme, la matrice néologique, la phrase averbale, l'énoncé numérique, l'événement, la formule, la circulation des discours. La diversité des points de vue linguistiques et discursifs sur #MeToo en fait un hashtag atypique et complexe.

Enfin, #MeToo est tellement bien intégré à la langue française que nous pouvons le trouver précédé d'un déterminant ; le hashtag (global) se comporte alors comme un nom commun ordinaire malgré le croisillon : par exemple, « Faut-il un #metoo des enfants ? », *Le Monde*, 11 décembre 2021 ; « Vers un #MeToo dans le porno », *Radio France*, 1^{er} octobre 2020 ; ou encore « Il faut aborder le #metoo politique avec lucidité et sans complaisance », *Le Monde*, 25 novembre 2022. Il apparaît aussi en position adjectivale : « Un Molière très #metoo », *Le Monde*, 15 novembre 2018. La diffusion du¹⁹ #MeToo est tellement importante que sa forme atypique ne se présente pas comme une difficulté²⁰ ni sur le plan orthographique, ni sur le plan syntaxique, dans la presse. Cette diffusion et cette intégration ont été soutenues par le phénomène de la viralité.

BIBLIOGRAPHIE

- Beigbeder, Matthieu (2016) « On a retrouvé les premiers Français inscrits sur Twitter », *L'Obs*, 21/11/2016, <https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-sur-les-reseaux/20150405.RUE8435/on-a-retrouve-les-premiers-francais-inscrits-sur-twitter.html>.
- Charaudeau, Patrick et Dominique Maingueneau (éds.) (2002) *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris : Seuil.
- Croquet, Pauline (2018) « #MeToo, du phénomène viral au “mouvement social féminin du XXI^e siècle” », *Le Monde*, 14/11/2018, https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/10/14/metoo-du-phenomene-viral-au-mouvement-social-feminin-du-xxie-siecle_5369189_4408996.html.
- Dewey, John (1993[1938]) *Logique. Théorie de l'enquête*, Paris : PUF.
- Faye, Jean-Pierre (1972) *Langages totalitaires*, Paris : Hermann.

¹⁹ J'intègre le hashtag d'un point de vue syntaxique en utilisant « du » et non « de ».

²⁰ Cette analyse serait à développer.

- Hilgert, Emilia, Georges Kleiber, Silvia Palma (éds.) (2023) *La notion de formule en linguistique*, Limoges : Lambert-Lucas.
- Jouët, Josiane (2022) *Numérique, féminisme et société*, Paris : Presses des Mines.
- Koselleck, Reinhart (1990[1979]) *Le futur passé. Contribution à la sémantique des temps historiques*, Paris : Editions de l'EHESS.
- Krieg-Planque, Alice (2009) *La notion de « formule » en analyse du discours. Cadre théorique et méthodologique*, Besançon : Presses universitaires de Franche-Comté.
- Li, Zhanyu (2022) *De #MeToo, #Balancetonporc à #BalancetonX : analyses du discours « cyberféminisme » sur Twitter, 13 octobre-31 décembre 2017*, mémoire de master 1, Université Sorbonne nouvelle.
- Londei, Danielle, Sophie Moirand, Sandrine Reboul-Touré, Licia Reggiani (éds.) (2013) *Dire l'événement. Langage, mémoire, société*, Paris : Presses Sorbonne nouvelle.
- Longhi, Julien (éd.) (2015) *Stabilité et instabilité dans la production du sens : la nomination en discours*, *Langue française* 188, Paris : Armand Colin.
- Moirand, Sophie (2007) « Discours mémoires et contextes : à propos du fonctionnement de l'allusion dans la presse », *Corela* HS 6, <https://doi.org/10.4000/corela.1567>.
- Moirand, Sophie et Sandrine Reboul-Touré (2015) « Nommer les événements à l'épreuve des mots et de la construction du discours », in Julien Longhi (éd.) *Stabilité et instabilité dans la production du sens : la nomination en discours*, *Langue française* 188, Paris : Armand Colin, 105-120.
- Mourlhon-Dallies, Florence, Florimond Rakotonelina, Sandrine Reboul-Touré (éds.) (2004) *Les discours de l'internet : nouveaux corpus, nouveaux modèles ?*, *Les Carnets du Cediscor* 8, Paris : Presses Sorbonne nouvelle.
- Mourlhon-Dallies, Florence et Sandrine Reboul-Touré (2011) « L'internet, un laboratoire pour la langue du XXI^e siècle », *L'information grammaticale* 129, Louvain : Éditions Peeters, 53-60.
- Paveau, Marie-Anne (2017) *L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris : Hermann.
- Quéré, Louis (2013) « Les formes de l'événement », in Elio Ballardini, Roberta Pederzoli, Sandrine Reboul-Touré et Geneviève Tréguer-Felten (éds.) *Les facettes de l'événement : des formes aux signes*, *mediAzioni* 15, <http://mediazioni.sitlec.unibo.it>.
- Ruffio, Claire (2020/2023) « #MeToo », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*, mis en ligne le 06 mars 2020, dernière modification 10 mars 2023, <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/metoo>.
- Schafer, Valérie et Fred Pailler (2022) « Viralité », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*, mis en ligne le 09 septembre 2022, <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/viralite>.
- Simon, Justine (2016/2023) « Formule », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*, mis en ligne le 09 septembre 2016, dernière modification le 21 octobre 2022, <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/formule>.
- Trovato, Noémie (2022) *La tentative de construction d'une contre-réalité des violences sexuelles en France : l'échec discursif du mouvement #MeToo ?*, mémoire de

master 2, Université Sorbonne nouvelle, <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03714015>.

Turbide, Olivier, Diane Vincent, Eric Kavanah (2013) « Repères méthodologiques pour l'analyse des discours sociaux. Lorsqu'un tweet devient une affaire », in Danielle Londei, Sophie Moirand, Sandrine Reboul-Touré et Licia Reggiani (éds.) *Dire l'événement. Langage, mémoire société*, Paris : Presses Sorbonne nouvelle, 23-34.

Dictionnaires

Le dictionnaire universel des créatrices, <https://www.dictionnairecreatrices.com/fiche-metoo>.

Le Grand Robert de la langue française, 2023.

Publictionnaire, dictionnaire encyclopédique et critique des publics, <http://publictionnaire.huma-num.fr/>.

Wikipedia, « Mouvement #MeToo », https://fr.wikipedia.org/wiki/Mouvement_MeToo.

ANNEXES

Annexe 1



Figure 1. Le tweet d'Alyssa Milano, 15 octobre 2017.

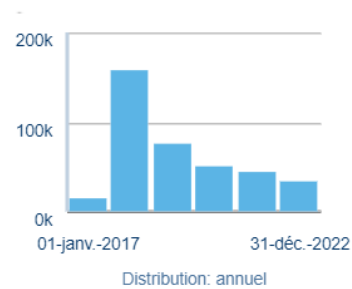


Figure 2. Nombre d'occurrences de #MeToo du 1^{er} janvier 2017 au 10 novembre 2022 (toutes les langues présentes sur *Factiva*)

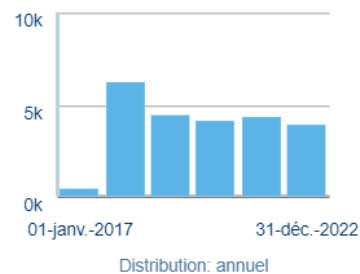


Figure 3. Nombre d'occurrences de #MeToo du 1^{er} janvier 2017 au 10 novembre 2022 (articles en français sur *Factiva*)

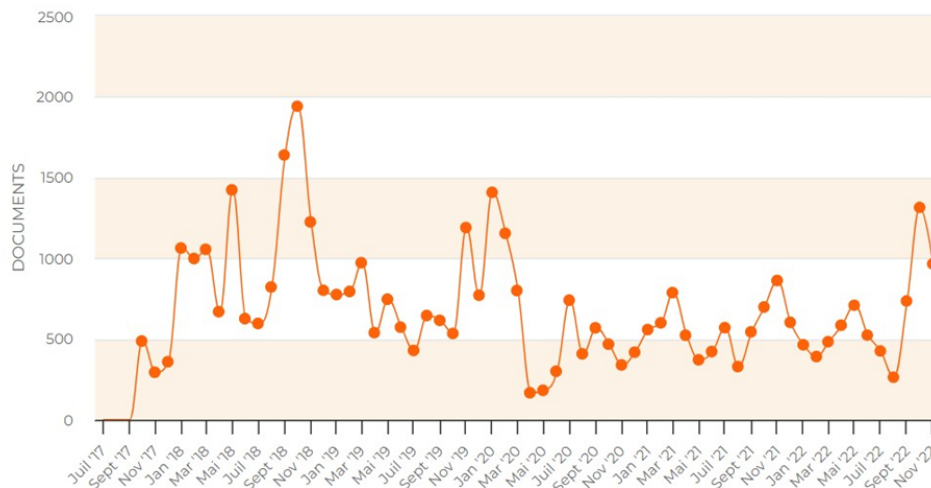


Figure 4. Représentation mensuelle du nombre de documents en français et en France sur la période de juillet 2017 à novembre 2022 issue de *Europresse*

Des mots récurrents associés au hashtag #metoo

Mots le plus souvent associés au hashtag #metoo dans les tweets en France, en milliers



Infographie *Le Monde*

Source : Visibrain

Figure 5. Relevé des mots récurrents de #MeToo en milliers, sur 5 ans. Source : 5 ans de #metoo en infographies : un hashtag, une prise de parole mondiale à rebondissements (lemonde.fr)



Figure 6. #MeToo dans les manifestations.

Annexe 2

#MeToo, 5 ans après, choix de documents par ordre chronologique²¹ :

Oberti Valentine (2022) « #MeToo, 5 ans après : notre émission spéciale », *Médiapart*, 4/10/2022, <https://www.mediapart.fr/journal/international/041022/metoo-5-ans-apres-notre-emission-speciale>.

Le Monde (2022) *#Metoo, les cinq ans d'une révolution*, 5/10/2022, 50 articles, reportages, tribunes, https://www.lemonde.fr/societe/visuel/2022/10/05/metoo-les-cinq-ans-d-une-revolution_6144571_3224.html.

Martinez, Benjamin, Floriane Picard et Eric Dedier (2022) « 5 ans de #metoo en infographies : un hashtag, une prise de parole mondiale à rebondissements », *Le Monde*, 15/10/2022, https://www.lemonde.fr/societe/article/2022/10/15/5-ans-de-metoo-en-infographies-un-hashtag-une-prise-de-parole-mondiale-a-rebondissements_6145915_3224.html.

Serrajordia, Esther (2022) « #MeToo, cinq ans après : cinq chiffres pour comprendre l'ampleur du mouvement sur Internet », *La Croix*, 15/10/2022, <https://www.la-croix.com/France/MeToo-cinq-ans-apres-cinq-chiffres-comprendre-l-ampleur-mouvement-Internet-2022-10-15-1201237855>.

²¹ Tous les liens sont vérifiés le 19/02/2024.