

La construction identitaire par l'activation d'un ethos socionumérique : transition entre intimité et extimité dans la communication politique numérique

Grégoire Lacaze



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/esa/6821>
ISSN : 2650-2623

Éditeur

Société de stylistique anglaise

Référence électronique

Grégoire Lacaze, « La construction identitaire par l'activation d'un ethos socionumérique : transition entre intimité et extimité dans la communication politique numérique », *Études de stylistique anglaise* [En ligne], 21 | 2026, mis en ligne le 01 juin 2026, consulté le 19 juin 2026. URL : <http://journals.openedition.org/esa/6821>

Ce document a été généré automatiquement le 19 juin 2026.



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-SA 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

La construction identitaire par l'activation d'un ethos socionumérique : transition entre intimité et extimité dans la communication politique numérique

Grégoire Lacaze

Introduction

- 1 L'émergence du numérique (avec Internet, notamment) a considérablement modifié la nature même de la communication politique, comme le rappelle Eyries (2015, 13) : « Grâce à Internet, la communication politique est devenue plus interactive et de moins en moins unidirectionnelle, ce qui est le signe du passage d'une société pyramidale à une société réticulaire », c'est-à-dire une société organisée en réseaux. Eyries (2021, 8-9) met en avant que toute communication politique numérique doit se déployer sur « les grands réseaux socionumériques » qui « sont des passages obligés pour reconstruire une image numérique, qui réponde aux exigences d'éthique, de transparence et de désintéressement ».
- 2 Comme l'indique Theviot (2019) : « La communication politique ne peut désormais plus se penser sans le recours à Internet ». C'est bien un changement paradigmatique qui est intervenu avec l'avènement des plateformes numériques et leur exploitation par les responsables politiques.
- 3 La communication politique s'oriente ainsi de plus en plus vers les RSN qui permettent de toucher des utilisateurs d'âges très différents. Offrir des instantanés de vie à ses *followers* permet aux responsables politiques de se mettre en scène dans leurs activités

quotidiennes, donnant ainsi l'illusion d'abolir les distances géographiques, sociales, hiérarchiques entre eux et les personnes qui les suivent.

- 4 Par exemple, les responsables politiques peuvent partager des photos ou des vidéos les mettant en scène à différents instants, ce qui nous amène à réfléchir à la frontière existant entre vie privée et vie publique.
- 5 La présente recherche se propose d'envisager la construction identitaire des personnalités politiques à travers leurs publications postées sur les RSN. Cette construction identitaire s'appuie sur l'activation d'un ethos socionumérique qui exploite les affordances des plateformes technologiques. Cette étude s'intéressera plus spécifiquement aux comptes de trois responsables politiques conservateurs du Royaume-Uni sur le RSN Instagram.
- 6 Dans cette perspective, nous nous proposons de montrer comment opère la transition entre intimité et extimité en fonction des contenus multimodaux et plurisémiotiques produits par ces contributeurs. L'interprétation discursive de ces publications va mettre en relief l'expression d'un ethos socionumérique qui est à l'œuvre dans toute production verbale sur les RSN.

La construction éthotique et identitaire à l'œuvre dans la communication politique numérique sur les RSN

- 7 En postant des publications sur les RSN, les responsables politiques produisent des contenus plurisémiotiques et multimodaux¹ qui contribuent à la construction de leur propre ethos et à l'expression de leur identité numérique.

La construction d'un ethos socionumérique

- 8 De nombreuses recherches menées par des linguistes et analystes du discours ont montré que la construction d'ethos est intrinsèquement liée à toute réalisation d'un acte énonciatif. Pour Maingueneau (2013), l'ethos est consubstantiel à toute production langagière :

Dès qu'il y a énonciation, quelque chose de l'ordre de l'éthos se trouve libéré : à travers sa parole un locuteur active chez l'interprète la construction d'une certaine représentation de lui-même, mettant ainsi en péril sa maîtrise sur sa propre parole [...].
- 9 Pour Amossy (2014, 22), « l'éthos » est « une dimension constitutive du discours au même titre que l'énonciation ou le dialogisme ». C'est également la position défendue par Charaudeau (2014, 66) : « Il n'y a pas d'acte de langage qui ne passe par la construction d'une image de soi. [...] Le sujet parlant n'échappe pas à la question de l'ethos ».
- 10 La représentation de l'image de soi apparaît alors comme un concept très étroitement lié à celui d'ethos. Cette « construction éthotique », dont parlent Fekir et Rabatel (2021), implique que les locuteurs cherchent à « déployer leur propre image, une image de soi positive qu'ils souhaitent voir partagée par l'ensemble du corps social ».
- 11 Nos recherches sur l'ethos nous ont amené à le définir ainsi :

L'ethos, même s'il est en constante évolution au gré des prises de parole successives d'un locuteur humain, est le résultat d'un processus de représentation qui associe

différents caractères s'inscrivant dans un temps long (traits physiques, timbre de voix, démarche...) et des caractères éphémères et transitoires (humeur, pensées, émotions, tenue vestimentaire...) contingents à une situation d'énonciation donnée. (Lacaze 2018, 90)

- 12 Dans le cadre de nos recherches portant sur un corpus de publications numériques issues des RSN, il est tout à fait envisageable de reprendre les hypothèses précédemment formulées sur l'ethos. Ainsi, toute prise de parole sur un RSN, qu'elle exploite un ou plusieurs éléments sémiotiques, s'accompagne consubstantiellement de l'activation d'un ethos socionumérique, un ethos qui se réactive et se renouvelle à chaque interaction (publication, commentaire, *like*...).
- 13 Sandré (2014, 71) souligne bien l'importance de la reconfiguration de l'ethos des responsables politiques dans leurs différentes prises de parole :
Le fait que ce soit des personnalités souvent connues, qui représentent une sensibilité politique, implique un éthos prédiscursif particulièrement important. Et chaque discours tenu par ces politiques contribue à construire leur identité publique.

La construction d'une identité numérique

- 14 Comme le souligne Cardon (2019, 155) :
Nous projetons sur les réseaux sociaux une image de nous-même qui est un désir, un devenir possible, bref une image que l'on aimerait valoriser et faire reconnaître par les autres. L'identité est à la fois un présent et une projection de soi.
- 15 Cette construction subtile d'une identité de soi sur les RSN repose en partie sur les choix des paramètres de visibilité sur les plateformes numériques caractérisés par « la fonctionnalité du clair-obscur (se montrer tout en se cachant) » (Cardon 2019, 158). Le sociologue aboutit alors à la synthèse suivante :
les réseaux sociaux ne sont pas de simples espaces publics où les utilisateurs racontent leur vie à tout le monde, mais, plus subtilement, des espaces de visibilité paramétrables qui encouragent les internautes à créer des représentations de leur identité adaptées aux différents publics que les plateformes leur permettent de rassembler autour de leurs comptes. (Cardon 2019, 161-162)
- 16 La construction d'un ethos socionumérique est à mettre en relation avec la notion d'identité numérique. Cette identité se façonne en fonction des informations textuelles et graphiques qui constituent le profil d'un contributeur (avatar, texte de description de son profil...). Le texte de description est généralement une séquence « technodiscursive »² qui peut contenir aussi bien du texte que des emojis ou des hyperliens.
- 17 La construction de l'identité numérique chez un responsable politique, qui est une personne publique, passe par la création d'une image publique, d'une « *persona* », « c'est-à-dire d'un masque digne de ceux portés par les acteurs de l'Antiquité grecque » (Golder 2019, 86).

Une transition de l'intime à l'extime

- 18 Pour le *TLFi*, est intime ce « [q]ui se situe ou se rattache à un niveau très profond de la vie psychique ; qui reste généralement caché sous les apparences, impénétrable à l'observation externe, parfois aussi à l'analyse du sujet même ». Pour

Tisseron (2011, 84), « l'intimité se définit traditionnellement par opposition à ce qu'elle n'est pas : le privé et le public ».

La définition plurielle de l'extimité

- 19 Il existe en tout être humain une tension entre le besoin de conserver une intimité pour la sphère privée et le désir de s'exposer au regard des autres dans la sphère publique.
- 20 Comme le souligne Tisseron (2011, 84) :

Le désir de se montrer est fondamental chez l'être humain et il est antérieur à celui d'avoir une intimité. [...]. La présentation de soi est toute la vie une façon de guetter dans le regard d'autrui – et, au sens large, dans ses réactions – une confirmation de soi.
- 21 Comme il le rappelle, le mot *extimité* a été introduit par Lacan avec une acception très précise :

Nous le devons à J. Lacan, qui l'avait proposé pour illustrer le fait que rien n'est jamais ni public ni intime, dans la logique de la figure mathématique appelée "bande de Moebius", pour laquelle n'existe ni "dehors" ni "dedans". (Tisseron 2011, 84)
- 22 Tisseron envisage une autre acception pour ce terme et c'est celle-ci que nous retenons dans le cadre de notre étude : « il est pour nous le processus par lequel des fragments du soi intime sont proposés au regard d'autrui afin d'être validés » (Tisseron 2011, 84). Il évoque le cas particulier de l'expression de l'extimité sur Internet, qui est bien entendu applicable aux RSN : « Sur Internet, la particularité du désir d'extimité est de pouvoir s'adresser non pas à une personne précise, mais à une multitude » (Tisseron 2011, 86). Ce désir d'extimité « correspond au fait de déposer certains éléments de notre vie intime dans le domaine public afin d'avoir un retour sur leur valeur » (Tisseron 2011, 91). Cette acception insiste sur le besoin de reconnaissance éprouvé par celui ou celle qui publie sur les RSN des fragments, des instantanés de sa vie personnelle. C'est particulièrement flagrant sur les réseaux sociaux BeReal, Instagram et TikTok.
- 23 Tisseron (2011, 85) ajoute que « le désir d'extimité est inséparable du désir de se rencontrer soi-même à travers l'autre et d'une prise de risques ». Vouloir se mettre en scène pour ses *followers* correspond à dévoiler, à rendre visible ce qui était caché et confiné dans le secret : « Le désir d'extimité porte non pas sur des biens matériels ayant une valeur financière, mais sur des parties de soi jusque-là gardées secrètes et sur la reconnaissance de leur originalité » (Tisseron 2011, 85).
- 24 Se pose alors avec acuité la question du seuil entre ce que l'on souhaite garder masqué et ce que l'on souhaite dévoiler : la recherche de ce seuil, de cette transition dépend de la subjectivité de chaque personne.
- 25 Pour Constantin de Chanay et Rosier (2016) la notion d'« extimité » est à envisager comme une « sorte d'oxymoron réunissant en un seul mot les notions d'intimité et d'extériorisation ». Les deux linguistes rappellent la genèse de ce concept :

Introduite par Thibaudet, reprise par Lacan et élaborée par Tisseron dans un cadre psychologique et social pour désigner le désir, nécessaire à la construction psychique, de rendre visibles certains aspects de soi, la notion d'*extime* peut en effet servir d'entrée à une interrogation sur les identités construites par et sur la toile [...]. (Constantin de Chanay & Rosier 2016)

- 26 Selon Paveau (2017, 185), « [l']extimité consiste sur internet, et tout particulièrement sur les réseaux sociaux numériques du web participatif, en l'extériorisation de l'intimité des internautes à des fins de validation de l'image de soi ». Cette notion, intimement liée à « l'exposition de soi » sur les RSN, peut se synthétiser ainsi :
- 27 La notion d'extimité repose sur les trois éléments suivants :
- une extériorisation de fragments d'intimité par exposition, sur les réseaux sociaux en particulier ;
 - une demande de validation par autrui, fondant un désir de reconnaissance ;
 - un bénéfice à la fois personnel et social : appropriation et renforcement de son soi, augmentation de son capital social. (Paveau 2017, 188)

L'abolition des notions de proximité et de distance : entre intimité et extimité

- 28 Le choix de la frontière entre intimité et extimité dépend du « degré de visibilité » des données personnelles et individuelles qu'un contributeur souhaite partager : « L'une des principales fonctionnalités du design d'interaction conçu par ceux qui paramètrent les interfaces des plateformes numériques est de définir qui voit et qui ne voit pas les profils des autres : les profils sont plus ou moins ouverts ou fermés » (Cardon 2019, 154).
- 29 La frontière entre intimité et extimité, c'est-à-dire la dichotomie vie privée / vie publique, est particulièrement difficile à mettre en évidence dans la communication sur les RSN : « Les pratiques d'exposition de soi sur les réseaux sociaux ont contribué à déplacer la frontière entre la vie privée et la vie publique » (Cardon 2019, 177). En fait, cette frontière est sans cesse mouvante, chaque nouvelle contribution entraînant son déplacement.

L'identification de schèmes de récurrence des scénographies numériques à partir de l'étude de publications des RSN

- 30 Afin d'interroger les visées discursives des discours politiques numériques, nous avons choisi d'étudier les publications de trois responsables politiques conservateurs très médiatiques au Royaume-Uni : Nigel Farage, Boris Johnson et Jacob Rees-Mogg. Ces personnalités politiques ont été choisies pour cette étude car elles utilisent abondamment les RSN et y exposent non seulement leurs actualités à caractère professionnel mais aussi des événements à caractère privé. Afin de pouvoir mener une analyse comparative et ainsi mettre au jour des schèmes de récurrence des scénographies numériques, les comptes Instagram de ces responsables politiques ont été retenus pour constituer le corpus de recherche.

La présentation du corpus et de la méthodologie

- 31 Le corpus de recherche contient les publications postées par ces trois hommes politiques sur leur compte Instagram sur la période allant du 1^{er} janvier 2021 au 15 janvier 2026 : 692 publications pour Nigel Farage, 476 publications pour Boris Johnson

et 135 publications pour Jacob Rees-Mogg. Ces publications numériques sont de natures sémiotiques diverses : textes, images, vidéos, etc.

- 32 Même si ces trois personnalités politiques britanniques appartenant à la même génération présentent des caractères différents, ils sont connus pour leur hostilité manifeste envers l'Union européenne, ce qui les a amenés à être d'ardents défenseurs du Brexit. Ils partagent surtout de nombreuses valeurs conservatrices. C'est la raison pour laquelle nous avons choisi d'étudier leur communication politique sur les RSN en mettant en relief les visées discursives et les effets de sens produits dans leurs publications numériques.
- 33 Une sélection a eu lieu parmi ces publications pour écarter les publications qui présentent les responsables politiques dans le cadre de leurs activités professionnelles : réunions publiques, discours officiels...
- 34 Les publications restantes, qui font l'objet de notre étude privilégiant une approche qualitative, ont fait l'objet d'une analyse multimodale et plurisémiotique à partir d'une grille d'analyse s'appuyant non seulement sur les travaux des spécialistes des interactions verbales (comme Schegloff & Sacks (1973) aux États-Unis, Kerbrat-Orecchioni (1980), Traverso (1996), Caillat (2013) et Sandré (2014) en France) mais aussi sur les recherches menées sur l'analyse des discours numériques par des linguistes et spécialistes des sciences de l'information et de la communication. En effet, par leurs caractéristiques intrinsèques, les discours numériques nécessitent des méthodologies d'analyse bien spécifiques. Nous pensons notamment aux travaux de Simon (2016), Née (2017), Paveau (2017), Longhi & Weber (2018), Mercier & Pignard-Cheynel (2018), Rosier (2020) et Lacaze (2022).
- 35 Selon Develotte et Paveau (2017, 205), les publications numériques associent une composante technologique à une composante langagière : « En ligne, les données langagières ne sont pas constituées de matières purement langagières, mais sont composites, métissées de non-langagier de nature technique ».
- 36 C'est pourquoi une inflexion paradigmatique des concepts traditionnels d'analyse du discours s'impose pour prendre en compte les spécificités technologiques et matérielles des discours numériques et, notamment, les affordances de la plateforme du RSN considéré. Nos recherches et notre analyse des publications numériques des RSN du corpus s'inscrivent dans cet ancrage théorique et méthodologique.
- 37 Les recherches menées sur les publications de notre corpus de recherche ont mis au jour des scénographies numériques permettant l'expression d'une construction éthotique.

Le protocole d'analyse plurisémiotique des scénographies numériques

- 38 Chaque publication du corpus a été analysée selon une grille sémiotique et technodiscursive portant sur les composantes visuelles, les modalités d'énonciation, l'articulation plurisémiotique et les formes d'interaction et de scénographie propres à Instagram,
- 39 Des tendances précises concernant les différents procédés d'extimité politique se dessinent grâce à l'analyse du corpus d'étude. En effet, les dispositifs scénographiques

utilisés par les trois personnalités politiques s'articulent autour de scènes de la vie quotidienne et présentent des points communs notables.

- 40 En ce qui concerne les choix iconographiques, les scènes relevant de la sphère privée semblent saisies au vol et donnent l'impression d'une instantanéité ; le cadrage ne semble pas professionnel et on y retrouve des selfies. On peut y voir l'homme politique seul ou accompagné d'un ou de plusieurs membres de son entourage ou bien il se met en scène avec son animal de compagnie. Les décors sont ceux de sa vie quotidienne : résidence, bureau, lieux de la vie sociale et familiale... Ainsi, ces publications privilégient une iconographie de proximité fondée sur le selfie et les plans serrés et rapprochés, produisant un effet d'intimité avec son audience : le recours fréquent au gros plan réduit la distance symbolique entre l'homme politique et ses abonnés. L'esthétique visuelle mobilise les codes de l'authenticité numérique : faible retouche, cadrages spontanés, lumière naturelle et espaces domestiques. Le souci d'authenticité semble être bien le dénominateur commun des choix iconographiques de ces trois personnalités politiques.
- 41 Quant aux régimes d'énonciation mis en œuvre, l'homme politique s'adresse souvent à ses concitoyens avec un *you* d'« interpellation » (Lecerle 2019, 16) visant à encourager l'engagement interactionnel. Le régime d'énonciation repose sur une forte personnalisation du discours, marquée par l'adresse directe aux abonnés et la simulation d'une interaction conversationnelle. Il matérialise la recherche d'une connivence avec un public généralement plus jeune sur Instagram avec une stratégie récurrente de proximité qui peut aller dans certaines publications jusqu'à l'expression d'une forme de confession.
- 42 Les scènes qui semblent plus ouvertement relever de l'extimité sont caractérisées par une complexification du dispositif technologique et peuvent prendre la forme de vidéos présentant de courtes séquences juxtaposées avec des transitions rapides et/ou l'ajout de musique d'ambiance ainsi que d'incrustations textuelles ou de sous-titrages, ce qui relève d'un processus d'éditorialisation manifeste.

La construction éthotique dans les publications sélectionnées à partir de paramètres centrés sur l'énonciateur

- 43 La construction de l'ethos socionumérique de chaque responsable politique s'appuie sur la combinaison d'éléments plurisémiotiques (texte, images, sons, vidéos...) rattachés à des paramètres en lien direct avec son identité d'être humain.
- 44 En effet, l'intimité d'un être humain contient différents paramètres qui le caractérisent et lui sont propres (traits physiques, accent, date de naissance, vêtements portés, animaux de compagnie...). Nous retrouvons certains de ces paramètres dans les publications des trois hommes politiques.
- 45 Par exemple, l'anniversaire, célébrant chaque année la date de naissance, peut donner lieu à une publication. Nigel Farage choisit ainsi de célébrer sur Instagram cet événement à l'intersection de l'intime et de l'extime :

Fig. 1. Publication³ Instagram de Nigel Farage (4 avril 2024)

<https://www.instagram.com/p/C5WCKDwlyvP/>

- 46 L'anniversaire de Nigel Farage célébrant en 2024 ses 60 ans en grande pompe devant ses soutiens et sympathisants devient par cette mise en scène un événement politique. La politisation volontaire et délibérée de cet événement lui permet de participer à la construction d'un récit narratif (un *storytelling*) visant à donner une portée politique nationale mais aussi internationale à un événement banal.
- 47 Donald Trump, en campagne pour l'investiture républicaine en vue des élections présidentielles américaines de 2024, a souhaité un joyeux anniversaire à Nigel Farage dans une allocution vidéo très solennelle au cours de laquelle il loue la liberté que promeut Nigel Farage, sa défense de la souveraineté britannique et de la protection des frontières du Royaume-Uni ainsi que son opposition à la mondialisation qu'il accuse de détruire conjointement le Royaume-Uni et les États-Unis. La portée politique de cet anniversaire est tout à fait remarquable car cette vidéo met en scène l'un des principaux responsables politiques du monde occidental, Donald Trump, qui soutient ouvertement la politique menée par son ami au Royaume-Uni.
- 48 De manière similaire, Boris Johnson a également célébré son soixantième anniversaire sur Instagram avec une publication commune avec les chemins de fer ukrainiens qui louent l'un des plus fervents défenseurs de l'Ukraine :

Fig. 2. Publication Instagram de Boris Johnson (19 juin 2024)



<https://www.instagram.com/p/C8ZtoattyeF/>

- 49 Cette publication incarne très bien la frontière très floue entre l'intimité et l'extimité : la visite officielle en Ukraine de l'ancien Premier ministre est un événement public qui est transformé en une célébration de son anniversaire, un événement appartenant généralement à la sphère privée⁴. Nous voyons ici le parallélisme entre les anniversaires fêtés par Nigel Farage et Boris Johnson, ce qui illustre l'absence de transition entre l'intime et l'extime, ces événements servant la propagande des responsables politiques en étoffant leur construction éthotique.
- 50 Quant à Jacob Rees-Mogg, il préfère fêter l'anniversaire de personnes qui lui sont chères : ses enfants, sa gouvernante. Il poste ainsi des photos⁵ de ces événements intimes et fait entrer ses *followers* dans sa vie quotidienne.
- 51 Dans la sphère immédiate de chaque responsable politique, nous retrouvons les vêtements portés ou les objets du quotidien qu'ils utilisent : ceux-ci sont souvent aux couleurs de l'Union Jack ou de la croix de Saint-Georges.
- 52 Nigel Farage arbore volontiers des vêtements aux couleurs du drapeau de la Grande-Bretagne ou du drapeau anglais pour montrer son patriotisme.
- 53 Il poste sur Instagram le 11 décembre 2025 un florilège de très courtes vidéos dont une où il assiste le 20 juin 2024 au match Danemark-Angleterre à Blackpool, entouré de supporters anglais et arborant le maillot porté en 1996 par l'équipe de football anglaise, demi-finaliste de l'Euro cette année-là :

Fig. 3. Publication Instagram de Nigel Farage (11 décembre 2025)



<https://www.instagram.com/p/DSIfSi8CLIo/>

- 54 De manière similaire, Boris Johnson affiche fièrement son soutien à l'équipe de rugby des British and Irish Lions dans cette publication Instagram :

Fig. 4. Publication Instagram de Boris Johnson (7 août 2021)



<https://www.instagram.com/p/CSRskikDsCA/>

- 55 L'homme politique conservateur arbore fièrement le maillot de cette équipe de rugby sous les yeux de son chien Dylin. Il affiche ainsi son patriotisme dans une tenue très décontractée.
- 56 Contrairement à Nigel Farage et Boris Johnson, Jacob Rees-Mogg affiche délibérément une certaine retenue et il n'apparaît dans ses publications qu'avec des habits très formels.
- 57 Nous relevons également l'omniprésence des animaux de compagnie (les chiens, en l'occurrence pour ces trois responsables politiques).
- 58 C'est une pratique relativement courante sur les RSN : les responsables politiques apprécient de s'afficher avec leurs animaux préférés. Ce n'est pas une stratégie nouvelle dans la communication politique. Nous savons, par exemple, que les présidents américains ont souvent posé en photos avec leurs chiens et cette tradition se perpétue à présent sous une forme de communication en phase avec l'époque.
- 59 Dans une publication Instagram, l'ancien Premier ministre britannique Boris Johnson se met en scène avec son chien Dylin, à l'occasion de la sortie de son livre intitulé *Unleashed* :

Fig. 5. Publication Instagram de Boris Johnson (8 octobre 2024)



<https://www.instagram.com/p/DA28M73A4N9/>

- 60 La présence de son animal domestique préféré dans cette vidéo est un clin d'œil au titre de ses mémoires, comme le dit Boris Johnson en lâchant son chien et en prononçant la phrase « Dylin, you are now unleashed ». Tout comme son chien est libéré de sa laisse (*unleashed*), l'homme politique conservateur peut exprimer librement ses opinions car il n'occupe plus de fonctions officielles.
- 61 La scénographie de cette vidéo est relativement travaillée car l'homme politique joint le geste à la parole : en lâchant son chien après avoir émis un grognement/aboielement, Boris Johnson prononce également les paroles décrivant l'action en train de se

dérouler. La proposition *You are now unleashed* met en avant la performativité de l'acte de parole dans une perspective austinienne.

- 62 Nigel Farage se met en scène dans une publication Instagram constituée de courtes séquences vidéo dans des scènes de la vie quotidienne ; il promène ses chiens, il se sert une bière, il regarde un match de football de l'équipe d'Angleterre entouré de supporters anglais dans un pub, il signe des autographes... :

Fig. 6. Publication Instagram de Nigel Farage (11 décembre 2025)



<https://www.instagram.com/p/DSIfSi8CLIo/>

- 63 Dans ce « technographisme⁶ », le texte apparaissant en surimpression de la séquence vidéo s'interprète comme les pensées verbalisées par Nigel Farage. Ayant fêté ses 60 ans en grande pompe en février 2024, il communique aux citoyens britanniques son envie de quitter sa vie paisible de sexagénaire pour accomplir ce dont il a toujours rêvé : occuper la fonction de Premier ministre, les sondages réalisés au moment de sa publication plaçant son parti en tête des intentions de vote. S'instaure un jeu, comme une connivence entre le peuple britannique et lui-même, ce jeu étant basé sur de l'implicite. Contrairement à la publication de Boris Johnson, la scénographie de cette vidéo est différente : le chef de parti est vu de dos, promenant ses chiens et ignorant la présence de la caméra qui le filme.
- 64 Dans une publication Instagram, Jacob Rees-Mogg montre lui aussi à ses *followers* ses chiens en train de jouer à son domicile. La scénographie numérique est centrée sur les activités des chiens et le responsable politique ne se montre pas dans la vidéo ; il reste hors champ :

Fig. 7. Publication Instagram de Jacob Rees-Mogg (9 janvier 2026)



<https://www.instagram.com/p/DTS0IE7DiMf/>

- 65 Cette vidéo présentant ses deux chiens sert de prétexte à l'homme politique pour citer une leçon de morale adressée aux enfants devant réprimer leur agressivité, comme il l'indique dans le texte qui accompagne la vidéo. Ainsi, la scénographie montre sa proximité empathique avec les animaux domestiques mais aussi leur animalité qu'il oppose dans sa prise de parole aux comportements dépourvus d'agressivité que les enfants doivent adopter dans leur vie sociale. Jacob Rees-Mogg reprend en fait une version modernisée de la chanson religieuse « Against Quarrelling and Fighting » d'Isaac Watts (1866, 57-58) :

Fig. 8-9 « Song XVI » - *Divine and Moral Songs for Children* d'Isaac Watts

DIVINE SONGS.

But, children, you should never let
Such angry passions rise :
Your little hands were never made
To tear each other's eyes.

Let love through all your actions run,
And all your words be mild :
Live like the blessed Virgin's Son,
That sweet and lovely child.

His soul was gentle as a lamb ;
And as his stature grew,
He grew in favour both with man,
And God his Father, too.

Now, Lord of all, he reigns above ;
And from his heavenly throne
He sees what children dwell in love,
And marks them for his own.



https://books.google.com/books/download/Divine_and_moral_songs_for_children_IIIu.pdf?id=vEwCAAAAQAAJ&output=pdf

- 66 On voit donc que la scénographie mettant en scène les animaux de la sphère privée évolue suivant les sensibilités de chacun au moment de la publication, de la présence affirmée et centrale de Boris Johnson comme sujet au centre de la vidéo, en passant par

la prise de distance de Nigel Farage vu de dos jusqu'à l'effacement de sa personne adopté par Jacob Rees-Mogg.

L'existence de cercles concentriques comme zones de transition entre l'intime et l'extime

- 67 En complément des quelques exemples cités ci-dessus, l'analyse des autres publications du corpus nous a permis d'identifier des zones d'extimité centrées sur une personnalité politique dont les frontières sont des cercles concentriques.
- 68 Le premier cercle est centré autour du gestionnaire du compte avec les différents paramètres qui le caractérisent (traits physiques, accent, date de naissance, vêtements portés...). Il s'agit ici de recenser les propriétés définitoires d'un individu qui l'inscrivent dans le monde extralinguistique. Ces paramètres sont intrinsèquement liés à sa personne et lui sont propres : on est ici au cœur de ce qu'est l'intime.
- 69 Le second cercle contient son entourage proche (membres de sa famille, amis proches, animaux de compagnie, biens personnels...). Nous pouvons esquisser ici une analogie entre ce second cercle et la sphère énonciative qui entoure un locuteur.
- 70 Enfin, le troisième cercle englobe le monde qui l'entoure et c'est dans cet espace physique et numérique que se situe sa rencontre avec le grand public. C'est le lieu de la vie publique, par excellence, pour des responsables politiques.
- 71 Les périmètres de ces cercles concentriques vont pouvoir se déformer plus ou moins suivant les informations personnelles que les gestionnaires des comptes vont souhaiter « extérioriser » et dévoiler aux utilisateurs des RSN du monde entier.

Conclusion

- 72 Cette étude a tenté de montrer que la construction identitaire des responsables politiques passe par la mise en scène de soi sur les RSN dans des activités de la sphère publique mais aussi de la sphère privée. Les relations étroites existant entre identité et image de soi offerte au grand public façonnent la construction éthotique des responsables politiques.
- 73 Le storytelling, encouragé par des conseillers en communication, amène les responsables politiques à des négociations constantes entre ce qui appartient à la sphère privée et que l'on cache du grand public et ce qui est exposé au regard de leurs concitoyens. Ainsi, la transition entre intime et extime est mouvante et devient difficile à mettre en évidence.
- 74 La production de ces contenus plurisémiotiques très largement diffusés renouvelle sans cesse la co-construction d'un ethos socionumérique pour ces responsables politiques, qui cherchent à maximiser leur exposition médiatique pour occuper l'espace numérique.
- 75 L'analyse des publications postées sur les RSN révèle les stratégies de communication poursuivies par ces responsables politiques. En publiant sur Instagram, ils s'adressent prioritairement et délibérément à des destinataires intentionnels : leurs citoyens, qui constituent la communauté de *followers*. Chaque responsable politique sait donc pertinemment qu'il construit et affine sa *persona* chaque fois qu'il poste une nouvelle

publication. Ainsi, une dimension pragmatique s'affirme dans l'acte de publier sur un RSN, qui peut alors être envisagé comme un outil de propagande efficace.

BIBLIOGRAPHIE

Corpus

Comptes Instagram @nigel_farage, @borisjohnsonuk et @jacob_rees_mogg

Ouvrages et articles de référence

AMOSSY, Ruth. 2014. « L'éthos et ses doubles contemporains : perspectives disciplinaires ».

Langage et société 149 : 13-30.

CAILLAT, Domitille. 2013. « Le discours rapporté direct dans les conversations orales : un système

de balisage multimodal ». In C. Desoutter & C. Mellet (dir.), *Le discours rapporté : approches*

linguistiques et perspectives didactiques. Berne : Peter Lang, p. 63-80.

CARDON, Dominique. 2019. *Culture numérique*. Paris : Presses de Sciences Po, 2019.

CHARAUDEAU, Patrick. 2014. *Le discours politique : les masques du pouvoir*. Limoges : Lambert-Lucas.

CONSTANTIN DE CHANAY, Hubert & ROSIER, Laurence. 2016. « Faces extimes sur Facebook : un

point de vue "personnel" ». *Cahiers de praxématique* 66. <https://journals.openedition.org/praxematique/4237>, consulté le 25 juillet 2025.

DEVELOTTE, Christine & PAVEAU, Marie-Anne. 2017. « Pratiques discursives et interactionnelles

en contexte numérique. Questionnements linguistiques ». *Langage et société* 160-161 : 199-215.

EYRIES, Alexandre. 2015. *La communication poli-tweet. La politique gagnée par les TIC*. Paris :

L'Harmattan.

EYRIES, Alexandre. 2021. *La communication politique 3.0 ? La politique à l'épreuve du numérique*.

Dijon : Éditions universitaires de Dijon.

FEKIR, Hakim & RABATEL, Alain. 2021. « Conflit et discordance des voix dans la co-construction

de l'image de soi projetée et l'image attribuée par autrui ». *Cahiers de praxématique* 76. <https://journals.openedition.org/praxematique/7126>, consulté le 25 juillet 2025.

GOLDER, Yves. 2019. *Margaret Thatcher : construction d'une image politique, 1950-1990*. Thèse de

doctorat. Strasbourg : Université de Strasbourg. <https://theses.hal.science/tel-02273532v1/document>, consulté le 7 février 2026.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. 1980. *Les interactions verbales. Tome I*. Paris : Armand Colin.

LACAZE, Grégoire. 2018. « La (re-)construction d'un ethos discursif dans les énoncés au discours

direct : la subjectivité à l'œuvre ». *Études de Stylistique Anglaise* 11 : 83-112. <https://journals.openedition.org/esa/638>, consulté le 25 juillet 2025.

- LACAZE, Grégoire. 2022. « L'exploitation de la plurisémiotité et des affordances numériques dans les interactions verbales des lives TikTok ». In F. Neveu, S. Prévost, A. Steuckardt, G. Bergounioux & B. Hama (dir.), *Actes du CMLF 2022 – 8^e Congrès Mondial de Linguistique Française*. Orléans, France, 4-8 juillet 2022. *SHS Web of Conferences* 138. https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2022/08/shsconf_cmlf2022_01013.pdf, consulté le 25 juillet 2025.
- LACAZE, Grégoire. 2025. « Étude rhétorico-discursive de l'emploi des pronoms par Donald Trump dans ses discours de campagne sur Instagram lors de l'élection présidentielle de 2024 ». *Études de Stylistique Anglaise* 20. <https://journals.openedition.org/esa/6490>, consulté le 25 juillet 2025.
- LECERCLE, Jean-Jacques. 2019. *De l'interpellation. Sujet, langue idéologie*. Paris : Éditions Amsterdam.
- LONGHI, Julien & WEBER, Jonathan (dir.). 2018. *La communication numérique, du code à l'information*. Paris : L'Harmattan.
- MAINGUENEAU, Dominique. 2013. « L'èthos : un articulateur ». *ConTEXTES* 13. <https://journals.openedition.org/contextes/5772>, consulté le 25 juillet 2025.
- MERCIER, Arnaud & PIGNARD-CHEYNEL, Nathalie (dir.). 2018. *#info : commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook*. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- NÉE, Émilie (dir.). 2017. *Méthodes et outils informatiques pour l'analyse des discours*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2017.
- PAVEAU, Marie-Anne. 2017. *L'analyse du discours numérique : Dictionnaire des formes et des pratiques*. Paris : Hermann.
- PAVEAU, Marie-Anne. 2019. « Technographismes en ligne. Énonciation matérielle visuelle et iconisation du texte ». *Corela HS-28*. <https://journals.openedition.org/corela/9185>, consulté le 25 juillet 2025.
- ROSIER, Laurence. 2020. « Reconfigurations des formes canoniques du discours rapporté en milieu numérique : quelques exemples remarquables de discours directs ». *e-Rea* 17.2. <https://journals.openedition.org/erea/9742>, consulté le 25 juillet 2025.
- SANDRÉ, Marion. 2014. « Éthos et interaction : analyse du débat politique Hollande-Sarkozy ». *Langage et société* 149 : 69-84.
- SCHEGLOFF, Emanuel. A. & SACKS, Harvey. 1973. "Opening Up Closings". *Semiotica* 8: 289-327.
- SIMON, Justine (dir.). 2016. *Le discours hypertextualisé. Problématique de renouvellement des pratiques d'écriture et de lecture*. *SEMEN* 42. Besançon : Presses Universitaires de Franche-Comté.
- THEVIOT, Anaïs. 2019. « Vers une professionnalisation de la communication numérique en politique ? Analyse longitudinale de l'évolution des trajectoires des professionnels de la communication politique numérique de 2007 à 2017 en France ». *Communication & professionnalisation* 7 : 76-97.
- TISSERON, Serge. 2011. « Intimité et extimité ». *Communications* 88 : 83-91.
- TRAVERSO, Véronique. 1996. *La conversation familière : analyse pragmatique des interactions*. Lyon : Presses universitaires de Lyon.
- Trésor de la Langue Française informatisé (TLFi)*. <http://atilf.atilf.fr/>.
- WATTS, Isaac. 1866 [1715]. *Divine and Moral Songs for Children*. London: Sampson Low, Son, and Marston.

NOTES

1. Les publications numériques sont caractérisées par leur plurisémiotité et leur multimodalité intrinsèques : « la plurisémiotité permet d'envisager la possibilité qu'une publication rassemble différents éléments sémiotiques (images, graphiques, sons, vidéos, hyperliens...) » tandis que « la multimodalité fait référence à différents modes d'expression (voco-mimo-posturo-gestualité) » (Lacaze 2025).
 2. Une séquence technodiscursive est une succession d'éléments technodiscursifs. Paveau (2017, 335) définit la « technologie discursive » encore appelée *technodiscursivité* comme « l'ensemble des processus de mise en discours de la langue dans un environnement numérique, reposant sur des dispositifs de production langagière constitués d'outils informatiques ».
 3. Les commentaires des utilisateurs ont été supprimés dans toutes les publications Instagram reproduites dans cet article, pour des raisons de confidentialité.
 4. En revanche, l'anniversaire d'un monarque est souvent célébré comme un événement public.
 5. Les publications Instagram de ces anniversaires ne sont pas reproduites dans cet article pour des raisons de confidentialité car elles appartiennent à la sphère privée, Jacob Rees-Mogg n'apparaissant pas non plus sur ces photos.
 6. Paveau (2019) définit ainsi le technographisme : « une production plurisémiotique associant texte et image dans un composite multimédiatique natif d'internet, produit par des outils et des gestes technologiques et entré dans les normes des discours numériques natifs ».
-

RÉSUMÉS

Les responsables politiques partagent sur les réseaux socionumériques (RSN) des photos ou des vidéos les mettant en scène à différents instants, ce qui amène les analystes de discours à interroger l'existence d'une frontière entre vie privée et vie publique.

Cette recherche se propose d'envisager la construction identitaire des responsables politiques britanniques à travers leurs publications postées sur le RSN Instagram. Cette construction identitaire s'appuie sur l'activation d'un ethos socionumérique qui exploite les affordances des plateformes technologiques.

Dans cette perspective, il s'agit d'analyser comment opère la transition entre intimité et extimité en fonction des contenus multimodaux et plurisémiotiques produits par ces responsables politiques avec l'identification de schèmes de récurrence dans les scénographies numériques.

Political leaders share photos and videos of themselves on social media platforms at various moments, which can lead discourse analysts to identify the boundary between private life and public life.

This study aims to explore how British political leaders construct their identities through digital posts on Instagram. The construction of identity emerges from the activation of a digital ethos relying on the affordances of the technological platforms.

With this approach, this paper analyses the shift between intimacy and extimacy, taking into account the multimodal and polysemiotic content produced by these politicians on social media platforms, with the identification of patterns of recurrence for digital scenographies.

INDEX

Keywords : digital ethos, extimacy, identity, intimacy, political speech, social media

Mots-clés : construction identitaire, discours politique, ethos socionumérique, extimité, intimité, réseaux socionumériques

AUTEUR

GRÉGOIRE LACAZE

Aix-Marseille Université, LERMA, Aix-en-Provence, France

Spécialiste du discours rapporté, Grégoire Lacaze est Maître de conférences HDR en linguistique anglaise à Aix-Marseille Université. Ses recherches sur l'expression de la subjectivité dans le discours direct portent sur la linguistique, la stylistique, la sémantique et l'analyse du discours dans une approche contrastive anglais-français à partir de divers corpus (fiction, presse et réseaux sociaux).

Specialising in the study of reported speech, Grégoire Lacaze is a Senior Lecturer in English Linguistics at Aix-Marseille Université. His research on the expression of subjectivity in utterances of direct speech is rooted in the fields of linguistics, stylistics, semantics and discourse analysis and based on various corpora (fiction, press, social media).