

INTRODUCTION

ANALYSE DU DISCOURS HYPERTEXTUALISÉ : THÉORIES, MÉTHODES INTERDISCIPLINARITÉ

Justine SIMON

Université de Lorraine – Centre de recherche sur les médiations (CREM)

justine.simon@dynamots.fr

Les discours qui intègrent des hyperliens sont omniprésents sur les « dispositifs numériques » (Appel *et al.* 2010) : dans les sites, les portails, les interfaces pédagogiques, les livres numériques, les jeux vidéo, les réseaux socionumériques, etc. Afin d'autoriser une approche spécifique de ces discours – dans le prolongement des travaux portant sur la question de l'hypertexte à l'ère du numérique (Angé 2015 ; Clément 1995 ; Ertzscheid 2004 ; Paveau 2013a, 2013b ; Saemmer 2007, 2011, 2015, etc.) –, cet ouvrage entend jeter les premières bases d'une réflexion autour de la notion de « discours hypertextualisé »¹.

Cette notion – jugée essentielle pour l'analyse des discours numériques (Simon 2015) – correspond à un discours relié à d'autres discours, c'est-à-dire à un ensemble interdiscursif plus large, contenant des points de rencontre concrétisés par des hyperliens. Analyser le discours hypertextualisé suppose ainsi porter une attention particulière : (i) au(x) lien(s) – appelés encore « signes passeurs » (Souchier *et al.* 2003) et correspondant à des « technomots » (Paveau 2013b)² –, (ii) au discours entourant ce(s) lien(s),

-
1. La notion de « discours hypertextualisé » est appréhendée à travers deux productions scientifiques distinctes, organisées autour de deux axes : un dossier du n°42 de la revue *Semen* (2016) problématisant le renouvellement des pratiques d'écriture et de lecture du discours hypertextualisé et cet ouvrage collectif interroge la notion du point de vue des stratégies énonciatives et argumentatives mises en œuvre, en prenant en compte les enjeux liés à la situation de communication.
 2. Dans sa réflexion sur les technologies discursives, Marie-Anne Paveau distingue le *technomot*, correspondant à un mot cliquable, et le *technosigne*, qui est une forme particulière de signe passeur, comme le bouton de partage par exemple. Il est caractérisé par une dimension iconique plus forte et par une fonction de mise en relation entre internautes.

(iii) et au(x) discours lié(s) accessibles sur une autre page écran une fois le clic de la souris activé, ou aperçus en prévisualisation lorsque la souris passe sur le lien.

Entreprendre une analyse du discours hypertextualisé signifie prendre en considération plusieurs niveaux d'hétérogénéité : variété des genres du discours exploités, multiplicité des matérialités sémiotiques utilisées, diversité des sources énonciatives représentées, particularité des dispositifs communicationnels reliés, etc. En prenant en compte cette complexité, il s'agit tout d'abord d'interroger les théories jugées pertinentes afin d'appréhender le discours hypertextualisé. La question du renouvellement ou de la conservation des méthodes et des outils utilisés pour l'analyse doit ensuite être posée. Un positionnement interdisciplinaire nécessite enfin une réflexion afin de souligner l'apport réciproque de l'analyse du discours et des sciences de l'information et de la communication.

1. ANALYSE DU DISCOURS HYPertextUALISÉ : APPROCHE THÉORIQUE

Le discours hypertextualisé est considéré comme la concrétisation d'une activité discursive (orale, écrite, sonore, visuelle, mixte). Il relève donc d'une matérialité discursive multimodale (verbale – orale ou écrite –, acoustique, visuelle, audiovisuelle ou mixte). Cette hétérogénéité caractéristique du discours hypertextualisé doit être pris en compte dans l'analyse (Angé & Renaud 2013 ; Saemmer & Maza 2008).

Il est ensuite pensé comme relevant d'une dynamique dialogique (Volochinov 1929/1977 ; Moirand 2002). Il est d'une part fondamentalement pris dans une interactivité – toute énonciation, même réalisée sans la présence d'un destinataire est prise dans une interaction constitutive. D'autre part, il est nécessairement relié à des discours autres antérieurs et extérieurs. Tout discours se caractérise par le fait qu'il soit traversé par d'autres discours. La particularité du discours hypertextualisé est de représenter ces discours autres grâce à l'insertion de liens hypertexte.

Le discours hypertextualisé est de plus pris dans une forme de tension entre contrainte et liberté. Il est en effet à la fois dominé par le dispositif de communication et pris en charge par un sujet énonciateur. Le discours n'est discours que s'il est ramené à un acte d'énonciation – à un « je, ici, maintenant » (Maingueneau 2014). Tout discours relève de la responsabilité d'un sujet à la fois contraint et libre de procéder à la mise en discours. Le discours hypertextualisé exploite ainsi différents espaces énonciatifs, où

le sujet énonciateur mobilise – plus ou moins stratégiquement – un ou plusieurs discours autres reliés grâce aux hypertextes.

Enfin, si l'on inscrit cette dimension dialogique – à la fois interlocutive et interdiscursive – dans une problématique d'influence (Amossy 2000, 2008 ; Charaudeau 2008), on peut appréhender le discours hypertextualisé dans un projet de négociation des points de vue. Il n'y a pas de discours sans inscription de la subjectivité du sujet énonciateur et donc pas de discours qui ne cherche à orienter les manières de voir et de penser. Le discours hypertextualisé peut de la sorte être examiné en fonction de la manière dont le sujet énonciateur affiche (ou efface) sa subjectivité (Rabatel & Chauvin-Vileno 2006) ou encore met en évidence une divergence ou une convergence de points de vue, en fonction des objectifs communicationnels visés.

Aborder la problématique des espaces énonciatifs mosaïques propres au discours hypertextualisé permet ainsi de développer une analyse de l'interdiscursivité et de l'argumentativité dans une dimension multimodale.

2. MÉTHODES ET OUTILS : ENTRE CONTINUITÉ ET RUPTURE

Méthodologiquement, l'analyse de discours hypertextualisés implique une prise en compte d'actes d'énonciation inscrits dans une interactivité et ayant un impact sur la situation de communication. Dans cette perspective – qui prend en compte les enjeux externes au discours –, la prise en compte du dispositif communicationnel numérique a une importance certaine. Il s'agit de questionner les spécificités de certaines pratiques discursives liées au dispositif, en interrogeant de manière plus large les interactions entre le social et le technique. On peut ainsi se demander ce que les pratiques discursives font aux dispositifs et inversement, ce que les dispositifs font aux pratiques ?

Analyser des discours hypertextualisés donne ainsi l'occasion de mettre à l'épreuve les méthodes d'analyse de l'analyse du discours. La question de l'application de méthodes existantes à propos du discours « hors ligne » ou de l'adaptation de celles-ci pour l'étude de discours hypertextualisés se pose ainsi nécessairement. Autrement dit, selon Damon Mayaffre (2005), l'analyse du discours hypertextualisé invite à interroger l'objet d'analyse soit en tant qu'« observatoire » (pour valider des théories et hypothèses existantes) soit en tant qu'« observé dynamique » (pour mettre à l'épreuve de nouvelles théories et hypothèses propres au dispositif numérique).

Les raisons de ce questionnement fondamental sont multiples. Elles dépendent : (i) de la définition que l'on donne au discours (notamment par rapport à son hétérogénéité sémiotique), (ii) de la nature des dispositifs numériques qui ne sont jamais stables mais en perpétuelle mutation (exemple de la suppression de contenus), (iii) de l'évolution des vues liées à l'élargissement de la sphère sociale (comme pour l'évolution du nombre d'abonnés sur les réseaux socionumériques), (iv) des contraintes technologiques des dispositifs influençant les pratiques d'écriture et de lecture (exemple de la publication (semi-)automatique de contenus ; importance des algorithmes : Ertzscheid 2015), etc.

Cet ouvrage propose de prolonger des réflexions méthodologiques consacrées à l'analyse du discours numérique (Mourlhon-Dallies, Rakotonoelina & Reboul-Touré 2004 ; Calabrese 2011 ; Paveau 2013a). Selon Marie-Anne Paveau (2013b), analyser le discours numérique suppose de modifier un peu les théories et méthodes, celles-ci n'étant pas forcément outillées pour appréhender le numérique. Il faut ainsi se poser la question de savoir si l'étude de discours hypertextualisés nécessite de renouveler, modifier ou mixer les approches méthodologiques (approche purement empirique, approche hypothético-déductive, méthode hybride *bottom up/top down*, approche complémentaire utilisant des focus groupes, etc.) ?

Du point de vue de la récolte des données se pose la question de leur représentativité quantitative. Pourquoi travailler sur des « big datas » et est-il toujours nécessaire de construire de gros corpus ? Il est aussi question de la durée de validité des données. Les dispositifs évoluant tellement vite, est-il forcément pertinent de travailler sur des corpus récents ? À propos des métadonnées, comment anticiper les besoins de récolter tous les éléments d'identification du discours utiles pour l'interprétation (date, éléments d'identification du sujet énonciateur – nom, profession, etc. –, nombre de partages, etc.) ? En ce qui concerne la transcription, le problème n'est pas nouveau mais il s'agit de se demander quels outils sont les plus adaptés à la collecte³ et la visualisation des données – comme dans le cas des discours hypertextualisés multimodaux⁴.

3. Pour ce qui est des outils, il s'agit de réfléchir à ceux qui semblent les plus adaptés à la recherche développée. Il existe en effet différents modes de classification des données : la capture d'écran, la syndicalisation par flux RSS, la création de bases de données, l'indexation de mots clés dans des bases de données pouvant être interrogées grâce à un moteur de recherche, etc.

4. Dans le cadre de travaux portant sur les tweets multimodaux (Simon & Toullec, à paraître), les contenus multimodaux – tels que l'image – sont représentés sous forme de

3. INTERDISCIPLINARITÉ : DES DISCOURS AUX PRATIQUES

Cet ouvrage plaide pour une interdisciplinarité permettant de croiser l'analyse du discours et les sciences de l'information et de la communication afin de saisir les enjeux liés aux discours hypertextualisés. Les objectifs d'un tel rapprochement sont : (i) d'apporter une réflexion de fond sur la constitution des corpus, (ii) d'analyser les stratégies énonciatives et argumentatives au niveau des dispositifs communicationnels, (iii) et d'apporter des pistes de travail portant sur les mécanismes hypertextuels de circulation des discours (López Muñoz *et al.* 2009) – problématique commune aux deux disciplines.

Le discours correspondant à une activité langagière socialement située, la posture interdisciplinaire propose un élargissement du point de vue en intégrant dans l'analyse la prise en compte des enjeux sociaux. En partant de l'analyse de la matérialité discursive, il est possible de comprendre les pratiques d'écriture et de lecture des discours hypertextualisés. L'étude des discours peut ainsi autoriser une interprétation des pratiques dans l'interdisciplinarité (Krieg-Planque 2007).

On peut ainsi se demander quels sont les enjeux sociaux de l'analyse du discours hypertextualisé ? L'étude des discours d'escorte est par exemple un moyen d'analyser les nouvelles pratiques du discours rapporté en vue de fabriquer une médiacritique (exemple de l'analyse du site *Arrêt sur images* : Rabatel 2010, 2011). L'analyse de l'hypertextualité de sites d'information peut permettre de comprendre la construction d'un événement politico-médiatique (exemple de l'affaire Woerth/Bettencourt/*Mediapart* : Simon 2011). L'étude des hashtags sur Twitter peut contribuer à l'éclairage d'un événement socio-politique (exemple du débat sur le mariage pour tous : Jackiewicz & Vidak 2014). L'enjeu peut également se situer du côté de la réception à travers l'étude des identités numériques créées sur les dispositifs sociotechniques (Georges 2011, 2012), la définition de figures de la lecture (Saemmer 2015), ou de figures d'utilisateurs (comme celle des figures de l'utilisateur de Twitter : Domengot 2016).

L'étude du discours hypertextualisé est au final un moyen d'interpréter des pratiques discursives (centrées sur la conception et/ou la réception), ancrées dans un dispositif technologique particulier et envisagées comme composantes spécifiques de la vie sociale.

4. PRÉSENTATION DES CHAPITRES DE L'OUVRAGE

Le discours hypertextualisé est abordé dans ce collectif de différentes manières : à partir de l'analyse du discours d'escorte entourant des mots ou groupe de mots augmentés par la présence d'un lien URL ou en se focalisant sur différents types de signes passeurs (mentions au sens large et hashtags).

Plusieurs espaces énonciatifs mosaïques sont étudiés : la première contribution construit son analyse à partir de sites Internet et de blogs, la deuxième se réalise à partir d'un site d'actualité et élargit le propos en parlant des usages faits des réseaux socionumériques, alors que les trois derniers chapitres concernent uniquement le réseau socionumérique Twitter.

Plusieurs théories et méthodes sont exploitées, en lien avec la linguistique de l'énonciation, la sémiopragmatique, la pragmatique ou encore l'argumentation.

L'interdiscursivité constitue le fil conducteur de l'ouvrage avec une attention plus marquée dans certaines contributions sur le dialogisme interdiscursif marqué (notamment à travers l'étude du discours rapporté hypertextualisé) ou sur le dialogisme interlocutif (avec l'usage des mentions).

Même si celle-ci n'est pas toujours explicitement formulée, l'étude de l'argumentativité des discours étudiés constitue un enjeu de recherche de l'ensemble des contributions et permet de souligner les enjeux communicationnels des dispositifs numériques étudiés (discours liés constituant des discours d'autorité, construction d'images numériques – du lecteur, de soi ou encore des personnes décédées évoquées dans le discours –, discours hypertextualisé au service de la polémique et inversement polémique influençant la production de discours hypertextualisés, adresses stratégiques et incitations à faire circuler l'information).

Chacune des cinq contributions de ce collectif – correspondant à cinq chapitres distincts – se réapproprie ainsi à sa manière la notion de discours hypertextualisé afin de souligner les interactions entre le social et le dispositif technique étudié.

1. Marie Chagnoux analyse dans un premier chapitre le discours journalistique hypertextualisé en soulignant les différences de modalités d'écriture numérique qui fondent l'identité discursive des journalistes sur des nouveaux mécanismes narratifs.

Deux pratiques discursives stratégiques sont mise en évidence : la construction d'hyperliens d'identification, qui permet de documenter une personne en associant son nom à d'autres discours présents sur une page

cible (hommes politiques, citoyens, etc.), et l'exhibition des sources énonciatrices des propos cités permettant à l'énonciateur principal d'assurer la crédibilité de son discours.

2. La deuxième contribution de cet ouvrage s'intéresse à une forme spécifique de discours hypertextualisé : le discours rapporté. Dans la continuité des travaux du groupe *Ci-dit*, Francis Grossmann et Laurence Rosier analysent comment l'hypertextualité propre au numérique est-elle propice à revoir la fonction et le sens de l'acte de rapporter.

Le marquage des discours rapportés sur le web mobilise des procédés nouveaux, notamment grâce aux liens hypertexte. C'est à partir de l'étude de sites d'information et de connaissance, dans des dimensions proprement technologique et polysémiotique, que l'hypertextualité est appréhendée. La « réénonciation montrée de discours » permise par le clic met en outre en évidence des formes de validation évidentielle des sources d'information et de savoir, permettant de constituer des discours d'autorité. L'analyse des pratiques citationnelles hypertextualisées est en outre l'occasion d'interpréter les logiques éditoriales de sites étudiés et de proposer plusieurs images du lecteur cible.

3. Dans la contribution de Fanny Georges, la notion de discours hypertextualisé est abordée dans une approche sémiopragmatique attentive à la représentation identitaire des défunts négociée sur les réseaux sociaux numériques. Cette étude entre dans le prolongement de travaux montrant que ces réseaux (Myspace, Facebook, Whatsapp, Twitter) sont devenus des supports d'annonce de la mort à large audience mais également des espaces d'expression du deuil (la page Facebook pouvant être investie comme support de dialogue intérieur avec le défunt).

La notion d'identité numérique *post-mortem* est spécifiquement abordée à travers l'analyse d'un corpus de 21 396 tweets datés du 4 au 8 juin 2016, ayant pour objet l'annonce de la mort de Mohamed Ali, célèbre boxeur américain, mort le 4 juin. Différentes configurations de discours hypertextualisés sont observées : tweet contenant un lien URL, présence d'un hashtag, et tweet contenant à la fois un lien et un hashtag. L'hypothèse présentée est que les liens associés dans ces tweets participent de la négociation de la représentation identitaire du défunt évolue dans le temps. L'analyse identifie plusieurs hashtags associés à l'annonce de la mort de Mohamed Ali et souligne entre autres comment pratiques d'écritures des usagers de Twitter « ramènent à la vie » le défunt en activant des réflexions ou débats sur l'actualité sportive et religieuse.

4. Dans la continuité de plusieurs études menées sur les discours des réseaux socionumériques, Agata Jackiewicz analyse l'hypertextualité de tweets émis dans le contexte politique polémique du « Mariage pour tous ». Plus précisément, le terrain d'observation est constitué de tous les tweets émis en lien avec un film documentaire qui montre le parcours d'un couple d'hommes ayant recours à la gestation pour autrui (GPA).

Dans cette configuration multimodale, elle focalise son attention sur l'usage de différents types de technosignes (mentions au sens large et hashtags) pour référer à l'objet audiovisuel en question. Différentes approches sont détaillées, en lien avec les finalités communicationnelle, informationnelle et dialogique des tweets. Elle insiste sur l'importance du contexte politico-social de débat national sur la GPA influençant la production de tweets.

5. Magali Bigey et Justine Simon analysent enfin les usages du technosigne arobase suivie du nom du compte d'un utilisateur de Twitter dans une problématique de circulation de l'information d'actualité. L'objectif est de souligner les enjeux de communication, de persuasion et de sociabilité liés aux différents usages stratégiques de ce signe passeur.

L'étude concerne un corpus constitué à partir des 10 000 tweets les plus retweetés durant une période de six mois (2014). Elle met en évidence les différents usages du technosigne : en adresse, en mention au sens strict et en citation. Les stratégies discursives développées sont analysées à partir de plusieurs axes (énonciatif, pragmatique et argumentatif) afin de saisir les enjeux des discours hypertextualisés étudiés.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- AMOSY Ruth, 2008, « Argumentation et Analyse du discours : perspectives théoriques et découpages disciplinaires », *Argumentation et Analyse du Discours*, n° 1. URL : <http://aad.revues.org/index200.html>
- AMOSY Ruth, 2000, *L'argumentation dans le discours. Discours politique, Littérature d'idées, Fiction*, Paris, Nathan Université.
- ANGÉ Caroline (dir.), 2015, *Les objets hypertextuels : pratiques et usages hypermédiatiques*, Londres, ISTE Éditions.
- ANGÉ Caroline & RENAUD Lise, 2013, « Autour du design hypertextuel : Des glyphes à la signalétique », in Saleh Imad, Zacklad Manuel, LELEU-MERVEL Sylvie, JEANNERET, Yves, MASSOU Luc, ROXIN Ioan, SOULAGES François & BOUHAÏ Nasreddine (dir.), *H²PTM 2013, Pratiques et usages numériques*, Paris, Hermès-Lavoisier, p. 27-38.

- APPEL Violaine, BOULANGER Hélène & MASSOU Luc (dir.), 2010, *Les dispositifs d'information et de communication : concept, usages et objets*, Bruxelles, De Boeck.
- BIGÉY Magali, SIMON Justine, 2018, « Analyse des discours d'escorte de communication sur Twitter : essai de typologie des tactiques d'accroches et de mentions », in MERCIER Arnaud & PIGNARD-CHEYNEL Nathalie (éds), *#info. Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook*, Paris, Éditions de la MSH, pp. 55-86.
- BIGÉY Magali & SIMON Justine, 2016, « De l'usage des mentions par les journalistes sur le réseau socionumérique Twitter », Actes du 4^{ème} Colloque International Médias Numériques & Communication Électronique, 1-3 juin 2016, Bruges, Aquaprint, p. 517-528.
- CALABRESE Laura (dir.), 2011, « L'Internet, corpus sauvage. Nouvelles ressources, nouveaux problèmes ? », *Le Discours et la Langue, Revue de linguistique française et d'analyse du discours*, tome 2.1.
- CHARAUDEAU Patrick, 2008, « L'argumentation dans une problématique d'influence », *Argumentation et Analyse du Discours*, n° 1. URL : <http://aad.revues.org/193>
- CLÉMENT Jean, 1995, « Du texte à l'hypertexte : vers une épistémologie de la discursivité hypertextuelle », in BALPE Jean-Pierre, LELU Alain & SALEH Imad (dir.), *Hypertextes et hypermédias : réalisation, outils, méthodes*, Paris, Hermès. URL : <http://hypermedia.univ-paris8.fr/jean/articles/discursivite.htm>
- DOMENGET Jean-Claude, 2016, « Les figures de l'utilisateur de Twitter », in MORELLI Pierre, PIGNARD-CHEYNEL Nathalie & BALTAZART Didier (dir.), *Publics et TIC. Confrontations conceptuelles et recherches empiriques, Questions de communication, Série Actes*, n° 31, Nancy, Presses universitaires de Nancy, p. 159-174.
- ERTZSCHEID Olivier, 2015, « Usages de l'information numérique : comprendre les nouvelles enclosures algorithmiques pour mieux s'en libérer », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*. URL : <http://rfsic.revues.org/1425>
- ERTZSCHEID Olivier, 2004, « Pratiques énonciatives hypertextuelles : vers de nouvelles organisations mémorielles », *Archée*, Cybermensuel. URL : http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000996
- GEORGES Fanny, 2012, « À l'image de l'Homme : de l'avatar aux identités numériques », *Le Temps des médias*, n° 18, p. 136-147.
- GEORGES Fanny, 2011, « Pratiques informationnelles et identité numérique », *Études de communication*, n° 35, p. 105-120.
- JACKIEWICZ Agata & VIDAŁ Marko, 2014, « Étude sur les mots-dièse », *Actes du Congrès Mondial de Linguistique Française 2014*, Allemagne, Berlin. DOI : <http://dx.doi.org/10.1051/shsconf/20140801198>

- KRIEG-PLANQUE Alice, 2007, « Travailler les discours dans la pluridisciplinarité. Exemples d'une « manière de faire » en analyse du discours », in BONNAFOUS Simone & TEMMAR Malika (dir.), *Analyse du discours et sciences humaines et sociales*, Paris, Ophrys, p. 57-71.
- LÓPEZ MUÑOZ Juan Manuel, MARNETTE Sophie, ROSIER Laurence & VINCENT Diane (dir.), 2009, *La circulation des discours*, Laval, Éditions Nota Bene.
- MAINGUENEAU Dominique, 2014, *Discours et analyse du discours*, Paris, Armand Colin.
- MAYAFFRE Damon, 2005, « Rôle et place des corpus en linguistique : réflexions introductives », *Texte !*, n° 4. URL : http://www.revue-texto.net/Reperes/Themes/Mayaffre_Corpus
- MOIRAND Sophie, 2002, Entrée « Dialogisme », in CHARAUDEAU Patrick & MAINGUENEAU Dominique (dir.), *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil, p. 175-178.
- MOURLHON-DALLIES Florence, RAKOTONOELINA Florimond & REBOUL-TOURÉ Sandrine (dir.), 2004, « Les discours de l'Internet : nouveaux corpus, nouveaux modèles ? », *Les Carnets du Cediscor*, n° 8.
- PAVEAU Marie-Anne, 2013a, « Genre de discours et technologie discursive. Tweet, twittécriture et twittérature », *Pratiques*, n° 157-158, p. 7-27.
- PAVEAU Marie-Anne, 2013b, « Ce qui s'écrit dans les univers numériques », *Itinéraires*, Vol. 3, URL : <http://itineraires.revues.org.bases-doc.univ-lorraine.fr/2313>
- RABATEL Alain, 2011, « Analyse énonciative des s/citations du site d'Arrêt sur images », in JAUBERT Anna, LÓPEZ MUÑOZ Juan Manuel, MARNETTE Sophie, ROSIER Laurence & STOLZ Claire (dir.), *Citations II, Citer pour quoi faire ? Pragmatique de la citation*, Louvain-la-Neuve, Academia-L'Harmattan, p. 13-36.
- RABATEL Alain, 2010, « Analyse pragma-énonciative des s/citations du site d'Arrêt sur images », *Argumentation et analyse de discours*, n° 4, p. 1-16. URL : <http://aad.revues.org/index806.html>
- RABATEL Alain & CHAUVIN-VILENO Andrée (dir.), 2006, « Énonciation et responsabilité dans les médias », *Semen*, n° 22.
- SAEMMER Alexandra, 2015, *Rhétorique du texte numérique*, Paris, Presses de l'ENSSIB.
- SAEMMER Alexandra, 2011, « Hypertexte et irradiation iconique », in ANGÉ Caroline (dir.), « Empreintes de l'hypertexte. Rétrospective et évolution », *Les Cahiers du numérique*, n° 7, p. 47-69.
- SAEMMER Alexandra, 2007, *Matières textuelles sur support numérique*, Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne.

- SAEMMER Alexandra & MAZA Monique (dir.), 2008, *E-Formes: écritures visuelles sur supports numériques*, Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne.
- SIMON Justine, 2015, « Le discours hypertextualisé : Une notion essentielle pour l'analyse du web », in SALEH Imad, CARAYOL Valérie, LELEU-MERVIEL Sylvie, MASSOU Luc, ROXIN Ioan, SOULAGES François, WRONA Adeline, ZACKLAD Manuel & BOUHAÏ Nasreddine (dir.), H²PTM 2015, *Le numérique à l'ère de l'Internet des objets, de l'hypertexte à l'hyper-objet*, Londres, Iste Éditions, p. 3-20.
- SIMON Justine, 2011, « Analyse des liens hypertexte sur le site *Mediapart* dans l'affaire Woerth/Bettencourt/*Mediapart* », in SALEH Imad, MASSOU Luc, LELEU-MERVIEL Sylvie, JEANNERET Yves, BOUHAÏ Nasreddine & MORELLI Pierre (dir.), H²PTM 2011, *Hypermédias et pratiques numériques*, Paris, Hermès-Lavoisier, p. 153-164.
- SIMON Justine & TOULLEC Bénédicte, 2018, « Quand le tweet avec images renouvellent le partage d'informations », in MERCIER Arnaud & PIGNARD-CHEYNEL Nathalie (éds), #info . Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook, Paris, Éditions de la MSH, pp. 131-168.
- SIMON Justine & TOULLEC Bénédicte, 2016, « Le poids argumentatif des tweets multimodaux dans les récits médiatiques », Actes du 4^{ème} Colloque International Médias Numériques & Communication Électronique, 1-3 juin 2016, Bruges, Aquaprint, p. 227-238.
- SOUCHIER Emmanuel, JEANNERET Yves & LE MAREC Joëlle (dir.), 2003, *Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Paris, BPI-Centre Pompidou.
- VOLOCHINOV Valentin Nikolaevič, 1977 [1929], *Le marxisme et la philosophie du langage*, Paris, Minuit.