

**Convaincre à agir : analyse linguistique d'une campagne digitale
concernant la Fashion Revolution Week**

Laetitia Aulit, Barbara De Cock, Sara Cigada,
Sara Greco, Ewa Modrzejewska, Rudi Palmieri

Cette étude analyse les appels à l'action formulés dans des tweets contenant l'hashtag #FashionRevolution dans le cadre de la Fashion Revolution Week de 2020. Cette campagne, née en commémoration de l'effondrement de l'usine Rana Plaza au Bangladesh en 2013, milite pour une industrie de la mode plus durable et respectueuse des personnes et de l'environnement. A travers une approche combinant la pragmatique, l'analyse du discours et l'argumentation, nous proposons une analyse linguistique multilingue des appels à agir pour une mode plus durable, formulés par des twitteurs qui n'ont aucune force d'imposition sur leur public. Notre analyse nous amène à identifier, d'une part, quels acteurs appellent à l'action et à qui ces appels sont adressés. D'autre part, notre étude souligne comment les appels sont formulés, sur base de l'analyse de la modalité déontique (Palmer, 2001) et l'argumentation (Rocchi, 2017). Les résultats montrent qu'une variété d'acteurs appellent à l'action au moyen d'un impératif, mais aussi d'autres structures déontiques. Toutefois, les responsables de la mise en œuvre des actions en faveur d'une révolution de la mode restent souvent vagues, conformément aux stratégies globales de campagne. Le motif de l'appel à l'action, crucial pour convaincre, apparaît parfois dans un argument et/ou à travers une référence aux aspects sociaux ou à la durabilité environnementale de l'industrie de la mode. Grâce à cette étude de cas, nous contribuons à une meilleure compréhension des défis liés à l'obtention d'un changement de comportement à partir d'une position non impositive, et ce en proposant une analyse des stratégies linguistiques utilisées dans une campagne digitale visant à promouvoir une transition vers un fonctionnement plus durable de l'industrie de la mode.

Palmer, F. R. 2001. *Mood and Modality (Cambridge Textbooks in Linguistics)*. Cambridge: Cambridge University Press.

Rocchi, A. 2017. *Modality in Argumentation. A Semantic Investigation of the Role of Modalities in the Structure of Arguments with an Application to Italian Modal Expressions*. Cham: Springer.