

# DIVERSITÉ LINGUISTIQUE DANS LE PAYSAGE LINGUISTIQUE VIRTUEL DE L'OPÉRA GARNIER: UNE ANALYSE COMPARATIVE DE GOOGLE STREET VIEW ET DE POSTS INSTAGRAM

FLORIAN LOIZL

---

## Abstract.

Cet article explore le paysage linguistique virtuel de l'opéra Garnier à Paris, un établissement qui offre une juxtaposition entre la tradition culturelle française et la diversité linguistique internationale. En explorant les données de *Google Street View* et les posts Instagram géolocalisées, la présente étude vise à comprendre comment la diversité linguistique est représentée dans les espaces intérieurs et extérieurs d'une institution, souvent associée à la haute culture française et sa langue.

► [Inhaltsverzeichnis dieser Ausgabe](#)

2024 | Vol. 6

(Un-)Sichtbare  
Mehrsprachigkeit in Paris:

Virtuelle Sprachlandschaften  
digital erfassen

Seite 9-20

vistazo.

# DIVERSITÉ LINGUISTIQUE DANS LE PAYSAGE LINGUISTIQUE VIRTUEL DE L'OPÉRA GARNIER: UNE ANALYSE COMPARATIVE DE GOOGLE STREET VIEW ET DE POSTS INSTAGRAM

FLORIAN LOIZL

## 1. Introduction

L'opéra Garnier, symbole éminent de la haute culture française et de l'excellence artistique, est un espace où convergent l'héritage historique et la modernité cosmopolite. Les langues individuelles en tant que codes de communication distincts dépassent leurs fonctions linguistiques inhérentes, notamment les rôles symboliques et informatifs. Elles agissent en tant que marqueurs sémiotiques, témoignant de relations sociolinguistiques et socio-politiques complexes (Landry & Bourhis 1997). Par conséquent, une étude approfondie du paysage linguistique virtuel de l'opéra Garnier révèle une complexité intrigante au cœur de ce monument emblématique, offrant une juxtaposition entre la tradition culturelle française et la diversité linguistique internationale.

Cette recherche se concentre spécifiquement sur la diversité linguistique au sein du paysage linguistique virtuel de l'opéra Garnier, en explorant les données de *Google Street View* et les posts Instagram géolocalisées. L'objectif principal de la présente étude est de comprendre comment la diversité linguistique est représentée dans les espaces intérieurs et extérieurs d'une institution, souvent associée à la haute culture française et sa langue. L'étude vise à répondre à deux questions de recherche :

Quelles langues sont présentes à l'intérieur et l'extérieur de l'opéra Garnier ? Comment la diversité linguistique diffère-t-elle entre les données de *Google Street View* et les posts Instagram ?

Ce travail utilise une approche mixte pour répondre aux questions de recherche concernant le paysage linguistique de l'opéra Garnier. La collecte de données a consisté à utiliser *Google Street View* et Instagram pour capturer des éléments linguistiques à l'intérieur et autour de l'opéra. Ces données ont ensuite été soumises à une analyse statistique quantitative et à une interprétation qualitative herméneutique. Le document est structuré comme suit : Suivant l'introduction et la formulation de questions de recherche, le chapitre deux donne un aperçu de la littérature pertinente concernant les paysages linguistiques et les espaces culturels. Ensuite, le chapitre trois offre un compte rendu détaillé de la méthodologie employée dans cette étude. Quatrièmement, les résultats de l'analyse sont présentés. Ensuite, les résultats sont examinés de manière critique à la lumière de la littérature existante et la conclusion résume les principaux résultats et les implications de l'étude, tout en suggérant des pistes de recherche pour l'avenir.

## 2. État de l'Art

### 2.1. Le paysage linguistique (virtuel)

Ces dernières années, la recherche sociolinguistique a répondu au fait que plus de la moitié de la population mondiale vit désormais dans les zones urbaines, se demandant ce que cela signifie pour le statut et le développement des variétés linguistiques et des répertoires linguistiques des locuteurs. Les effets d'une mondialisation croissante font également l'objet de

recherches et montrent un multilinguisme accru dans de nombreuses institutions sociales, culturelles et économiques importantes (Laundry et Bourhis 1997 ; Purschke 2018). Dans ce contexte, l'étude du paysage linguistique (PL) est un domaine important des sciences linguistiques. Landry et Bourhis (1997 : 23) ont brièvement défini le concept de paysage linguistique comme « the visibility and salience of languages on public and commercial signs ». Ils soulignent que la langue de différents panneaux et signes se combinent pour former le paysage linguistique d'un territoire, d'une région ou d'une agglomération urbaine. Par conséquent, la question de savoir comment les espaces sociaux se constituent linguistiquement et sémiotiquement est l'objet principal de la recherche dans ce domaine. Purschke (2018) remarque que les panneaux et les inscriptions d'un paysage linguistique représentent souvent de manière complexe différents systèmes symboliques socioculturels qui doivent être analysés plus en profondeur (Laundry et Bourhis 1997 ; Purschke 2018).

D'ailleurs, Gorter (2013 :191) affirme que « the study of linguistic landscape aims to add another view to our knowledge about societal multilingualism by focusing on language choices, hierarchies of languages, contact-phenomena, regulations, and aspects of literacy ». En outre, il répète l'idée que l'analyse de PL devient plus éclairante lorsqu'il s'agit d'étudier le multilinguisme, la variation linguistique et les tensions résultant des conflits et des contacts linguistiques. C'est la raison pour laquelle, l'étude de paysages linguistiques sert à enrichir notre compréhension du multilinguisme social. (Gorter 2013).

Allant au-delà du paysage linguistique physique, Ivkovic et Lotherington (2009) ont conceptualisé les *paysages linguistiques virtuels* (PLV) et ont commencé à stimuler la recherche dans le monde de bits et bytes. Ils soulignent que le paysage linguistique est initialement ancré dans la géogra-

phie physique de l'espace urbain, mais avec l'expansion croissante des capacités multilingues dans les communications numériques, les options et choix multilingues deviennent plus courants dans l'espace virtuel. Ces voix linguistiques virtuelles sont des forces importantes dans l'écologie linguistique mondiale. Ils soutiennent que le paysage linguistique de l'espace virtuel, bien qu'enraciné dans le concept d'interactions multilingues au sein d'un monde défini physiquement, présente des caractéristiques distinctes dans le monde numérique qui continuent d'évoluer en parallèle avec la relation complexe entre le réel et le numérique (Ivkovic et Lotherington 2009).

Depuis cette conceptualisation, certaines études ont approfondi l'aspect du paysage linguistique virtuel. Hiippala, Hausmann, Tenkanen et Toivonen (2019) proposent une extension du concept de paysage linguistique aux environnements virtuels en étudiant les posts sur les réseaux sociaux associés à des lieux géographiques spécifiques. Leur analyse, réalisée à l'aide de méthodes computationnelles, révèle la richesse et la diversité du paysage linguistique virtuel, sujet à des changements continus. Par ailleurs, Blackwood (2019) se penche sur la créativité multilingue et multimodale dans la construction de l'identité à partir de données collectées sur Instagram à l'aéroport d'Orly à Paris. L'étude met en lumière le contrôle autorial exercé par les utilisateurs sur leurs pratiques discursives, ainsi que l'utilisation ludique de produits de luxe pour véhiculer leur identité. Il examine également les réactions des amis et abonnés face aux images postées pour évaluer les tendances linguistiques parmi les utilisateurs. En particulier, les posts Instagram sont de plus en plus utilisées par les chercheuses pour évaluer la perception personnelle et la transmission des valeurs partagées et des thèmes multilingues (Blackwood 2019 ; Hiippala et al. 2019 ; Lee et Chau 2018 ; Zappavigna 2016).

En utilisant les données de *Google Street View*, Savitri, Nuswantara et Ratu (2022) examinent le paysage linguistique virtuel à Ubud-Bali et se concentrent sur l'impact sur l'industrie du tourisme. Leur étude montre l'utilisation prédominante de l'anglais dans les enseignes commerciales, avec une présence de la langue locale dans les restaurants traditionnels et les noms de bâtiments. Le paysage linguistique virtuel, selon l'étude, facilite la planification des voyages pour les touristes et permet aux parties prenantes de promouvoir virtuellement leurs destinations touristiques tout en préservant leur authenticité culturelle. En résumé, les paysages linguistiques virtuels offrent un grand aperçu de la diversité linguistique liée à la culture et au tourisme. (Savitri et al. 2022).

## 2.2. L'opéra Garnier

La célèbre opéra Garnier est souvent perçu comme un temple de la haute culture française, un symbole de l'héritage culturel et de l'élégance de la France. Son architecture grandiose, son histoire riche et sa place centrale dans le paysage culturel français en font un emblème de fierté nationale. Cette institution emblématique illustre parfaitement la connexion entre la langue française et la culture française. En effet, la langue française est traditionnellement associée à la culture, aux arts et au raffinement en France. Ainsi, il est attendu que l'opéra Garnier reflète cette connexion linguistique et culturelle (Bourdieu 2001 ; Pitou 1990). Cependant, malgré cette attente de francophonie, il est important de rappeler que l'opéra est historiquement une forme d'art multilingue, avec l'italien comme langue dominante et l'allemand jouant également un rôle significatif. Cette dimension historique souligne l'aspect international de l'opéra et son influence à travers les cultures européennes (Abbate et Parker 2012).

De nos jours, l'opéra Garnier est également confronté aux tendances de la mondialisation et du tourisme de masse. Ces phénomènes ont un impact

sur les institutions culturelles françaises, attirant des publics diversifiés et introduisant de nouvelles influences. Ainsi, il serait intéressant d'analyser la diversité linguistique dans le paysage linguistique de l'opéra Garnier.

## 3. Méthode

Afin d'évaluer la diversité linguistique de l'opéra Garnier, différentes possibilités de collecte de données sont disponibles, à savoir une saisie sur place, l'utilisation de photographies du bâtiment généralement disponibles en ligne et de contenus créés par les utilisateurs sur des plateformes de médias sociaux, comme Instagram, Facebook, etc. Pour ne pas saisir une perception purement subjective sous la forme de contributions aux médias sociaux, mais un cadre aussi objectif que possible, j'ai décidé d'utiliser des données *Google Street View*, comme dans l'étude de Savitri et al. (2022). Celles-ci présentent l'avantage d'avoir été recueillies de manière institutionnalisée selon des critères clairs. Cependant, afin de ne pas succomber à d'éventuelles restrictions dues à une seule source de données, des données d'Instagram sont également analysées en complément. Cela suit les propositions de collecte de données de Hiippala et al. (2019) ou Blackwood (2019), entre autres.

### 3.1. Données de *Google Street View*

Dans cette étude, j'ai exploité les données fournies par *Google Street View*, une plateforme offrant une vision détaillée à la fois des espaces intérieurs et des alentours de l'opéra Garnier. Cette approche numérique a été cruciale pour évaluer la présence et la diversité linguistique des indications permanentes telles que les panneaux d'information, les plaques commémoratives et les enseignes fixes. Pour collecter ces données, j'ai pris plus

de 110 captures d'écran à partir de *Google Street View*, en suivant des critères spécifiques, notamment la présence de texte écrit ou de symboles linguistiques dans l'image. Les captures d'écran de *Google Street View* couvrent tous les espaces publics à l'intérieur de l'opéra, ainsi que la vue extérieure du bâtiment. Les données intérieures proviennent d'août 2013, tandis que les données extérieures datent de mai 2022, ce qui permet d'ajouter aux données une comparaison longitudinale des paysages linguistiques.

### 3.2. Données d'Instagram

En ce qui concerne les données provenant d'Instagram, j'ai axé mon analyse sur les publications géolocalisées téléchargées sur la plateforme de novembre 2023 à janvier 2024. J'ai pris plus de 40 captures d'écran d'Instagram, en mettant l'accent sur les supports éphémères tels que les programmes de spectacle, les billets d'entrée et les photographies montrant la langue écrite partagées par les visiteurs au cours de cette période. Cette approche m'a permis d'explorer la dimension subjective du paysage linguistique virtuel de l'opéra Garnier. Les langues des légendes ont également été évaluées séparément. Toutes les observations ont été méticuleusement documentées et catégorisées selon plusieurs dimensions pertinentes, établies par Purschke (2018), notamment la langue utilisée, le type de discours (informatif, infrastructurel, commerciale, technique, commémoratif, réglementaire, expressif), la directivité (éléments institutionnellement liés et normatifs ou pas, soit « top-down » ou « bottom-up »), la dynamique, la forme, la temporalité (permanent, temporaire), la taille et le style scriptural.

Afin d'illustrer le processus de collecte des données, la figure 1 présente un exemple de capture d'écran tirée de *Google Street View*, illustrant une indication linguistique à l'intérieur de l'opéra Garnier. Cette capture d'écran

est représentative du type de données capturées au cours de l'étude. De même, la figure 2 présente une capture d'écran extraite d'Instagram, illustrant un élément linguistique temporaire partagé par les visiteurs.



Figure 1 : Capture d'écran tirée de *Google Street View*



Figure 2 : Capture d'écran de Instagram

Pour l'analyse des données, j'ai adopté une approche mixte afin de garantir une exploration exhaustive et approfondie du paysage linguistique de l'opéra Garnier. Tout d'abord, les données ont été soumises à des méthodes d'analyse statistique visant à quantifier les tendances observées. Cela a permis de mesurer de manière objective des paramètres tels que la fréquence d'apparition des différents éléments linguistiques, la répartition des langues utilisées, ainsi que d'autres caractéristiques quantifiables. Parallèlement, des méthodes herméneutiques ont été utilisées pour une analyse qualitative approfondie. Blackwood (2015 : 40) a constaté que « The ideal modus operandi in LL research is a symbiotic approach, where the quantitative and qualitative approaches feed into one another ». Par conséquent, cette combinaison méthodologique permet une compréhension holistique et nuancée du paysage linguistique de l'opéra Garnier, tant dans ses aspects tangibles que dans ses manifestations symboliques.

## 4. Résultats

### 4.1. La répartition des langues

L'analyse de plus de 155 observations a révélé la présence de 13 langues différentes dans le paysage linguistique de l'opéra Garnier. Le tableau ci-dessous liste toutes les fréquences classées par source de données. Les légendes Instagram sont incluses afin d'illustrer la langue utilisée par les utilisateurs et les créateurs des posts eux-mêmes et de présenter la diversité linguistique du paysage linguistique de l'opéra et du paysage linguistique virtuel dans son ensemble.

| Langues   | Google Street View | Instagram | Instagram Légende |
|-----------|--------------------|-----------|-------------------|
| Français  | 108                | 32        | 12                |
| Anglais   | 27                 | 14        | 7                 |
| Grec      | 4                  | -         | -                 |
| Allemand  | 2                  | 1         | 1                 |
| Espagnol  | 3                  | -         | -                 |
| Italien   | 1                  | 6         | 1                 |
| Latin     | 1                  | -         | -                 |
| Russe     | -                  | 4         | 5                 |
| Turc      | -                  | 1         | 1                 |
| Arabe     | -                  | 1         | 1                 |
| Portugais | -                  | -         | 5                 |
| Japonais  | -                  | -         | 2                 |
| Chinois   | -                  | -         | 2                 |

Tableau 1 : La fréquence des différentes langues dans les données

Le français est la langue la plus fréquemment rencontrée dans les trois sources (108 occurrences sur *Google Street View*, 32 sur les posts Instagram et 12 dans les légendes d'Instagram). Cela suggère une dominance de la langue française dans le contexte de l'opéra Garnier. L'anglais suit, avec 27 occurrences sur *Google Street View*, 14 sur Instagram et 7 dans les légendes d'Instagram, indiquant une présence notable de cette langue aux côtés du français dans le paysage linguistique de l'opéra Garnier.

D'autres langues comme le grec, l'allemand, l'espagnol, l'italien, le latin, le russe, le turc et l'arabe apparaissent également, bien qu'avec des fréquences variables selon les différentes sources. Il est intéressant de noter que certaines langues comme l'italien, le russe et le turc sont plus prévalentes sur Instagram par rapport à *Google Street View*, tandis que d'autres comme l'allemand ont des fréquences comparables sur les deux plateformes. Il est à noter que les langues portugaise, japonaise et chinoise n'apparaissent que dans les légendes d'Instagram, ce qui indique leur présence dans le contenu généré par les utilisateurs plutôt que dans les vues statiques capturées par *Google Street View*. Les légendes sur Instagram montrent clairement la plus grande variété de langues par rapport aux deux autres sources de données. Dans l'ensemble, le tableau met en lumière la diversité linguistique présente à l'intérieur et autour de l'opéra Garnier, avec le français et l'anglais comme langues les plus dominantes et une variété d'autres langues ajoutant à la tapisserie multilingue de l'espace culturel.

En examinant la fréquence des langues, on peut observer la répartition des différentes configurations linguistiques présentes dans les captures d'écran de *Google Street View*. Parmi celles-ci, les monolingues en français représentent la catégorie la plus importante, avec 83 occurrences, ce qui équivaut à environ 72% du total. Les monolingues dans d'autres langues représentent une proportion plus faible, avec seulement 8 occurrences, soit environ 7% du total. Les configurations bilingues français-anglais constituent 19 occurrences, soit environ 17% du total. Enfin, les configurations multilingues, avec 5 occurrences, représentent environ 4% du total et sont donc plus fréquentes que les occurrences bilingues dans les langues autres que le français-anglais. Ces données révèlent une prédominance considérable du français en tant que langue principale dans le pay-

sage linguistique capturé par *Google Street View*, mais elles mettent également en évidence une certaine diversité linguistique, notamment à travers les configurations bilingues et multilingues, et l'importance de l'anglais comme langue principale du tourisme. Le figure 1 ci-dessus montre cette répartition linguistique.

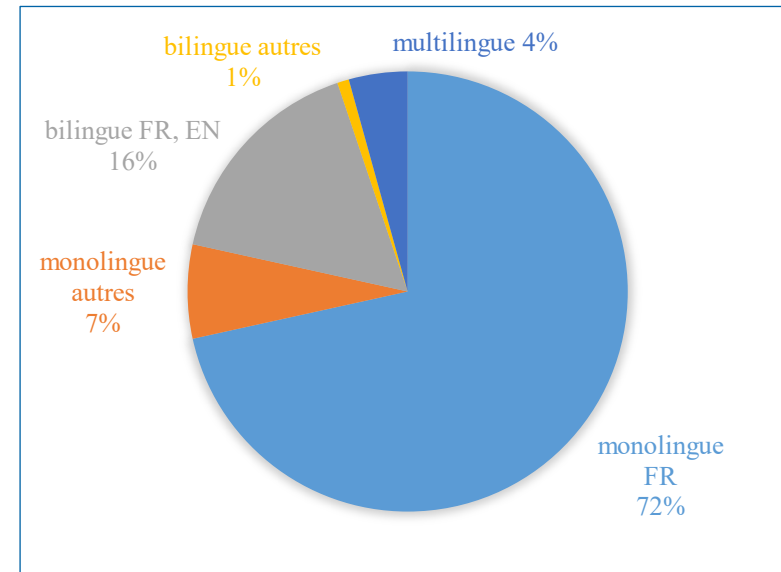


Figure 1 : Répartition linguistique des données *Google Street View*

En regardant les données des captures d'écran Instagram, on peut remarquer une répartition linguistique différente, qui est également montrée dans figure 2. Les configurations monolingues en français sont les plus représentées, avec 15 occurrences, ce qui équivaut à environ 37% du total. Les monolingues dans d'autres langues constituent une proportion considérable, avec 8 occurrences, représentant également environ 20% du total.

Les configurations bilingues français-anglais sont présentes avec 10 occurrences, soit environ 25% du total, tandis que les configurations bilingues dans d'autres langues sont deux fois moins fréquentes, avec 5 occurrences, représentant environ 13% du total. Les configurations multilingues sont les moins fréquentes, avec 2 occurrences, soit environ 5% du total.

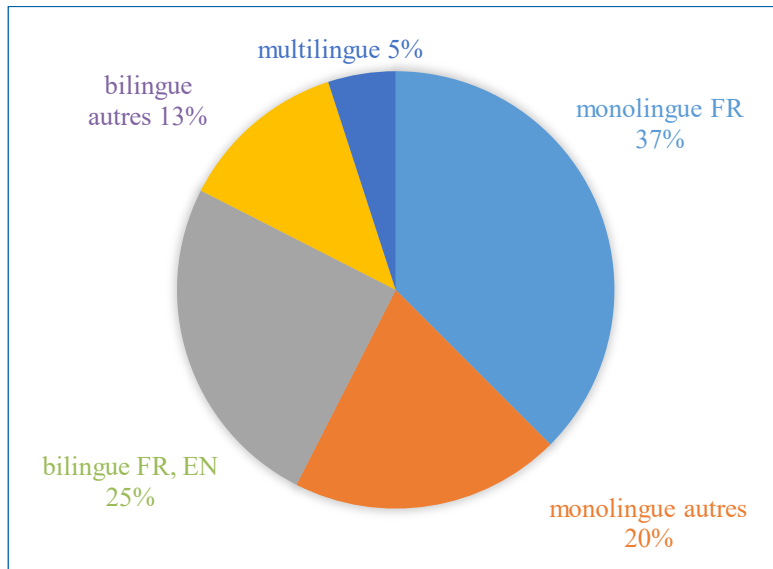


Figure 2 : Répartition linguistique des données Instagram

#### 4.2. Les différents types de discours

L'analyse du tableau 2 ci-dessous révèle plusieurs tendances intéressantes dans les types de discours présents dans les captures d'écran de *Google Street View* et d'Instagram en suivant les catégories établies par Purschke (2018). En ce qui concerne *Google Street View*, le discours infrastructurel prédomine, représentant plus de 50 occurrences (p.ex. « parterre »). Ce

type de discours est suivi par le discours commercial, avec plus de 18 occurrences (p.ex. une affiche publicitaire de l'opéra actuel), et le discours commémoratif, avec 16 occurrences (p.ex. les noms de plusieurs compositeurs importants). En revanche, sur Instagram, le discours commercial est plus répandu, suivi par le discours expressif avec 6 occurrences. Le discours infrastructurel, qui dominait sur *Google Street View*, est moins fréquent sur Instagram, avec seulement 4 occurrences.

| Fréquence de discours          | Google Street View | Instagram |
|--------------------------------|--------------------|-----------|
| infrastructurel                | 50                 | 4         |
| commercial                     | 18                 | 10        |
| commémoratif                   | 16                 | 2         |
| commercial, informatif         | 9                  | 10        |
| commercial, réglementaire      | 7                  | 2         |
| infrastructurel, réglementaire | 7                  | -         |
| infrastructurel, commercial    | 4                  | -         |
| régulatoire                    | 3                  | -         |
| informatif, commercial         | 1                  | -         |
| régulatoire, commercial        | 1                  | -         |
| expressif                      | -                  | 6         |



|              |            |           |
|--------------|------------|-----------|
| informatif   | -          | 5         |
| technique    | -          | 1         |
| <b>Total</b> | <b>116</b> | <b>40</b> |

Tableau 2 : La fréquence des différents types de discours

### 4.3. La directivité et la temporalité des enseignes

Les deux figures suivantes révèlent des différences marquantes dans la répartition des aspects liés à la directivité et à la temporalité des enseignes entre *Google Street View* et Instagram. La directivité décrit la différence entre les signes officiels et les signes et textes de personnes privées, y compris les signes commerciaux. En ce qui concerne la directivité, *Google Street View* présente une prédominance des éléments « top-down », avec 76 occurrences, représentant 66% du total, tandis que les éléments « bottom-up » sont également présents, totalisant 40 occurrences, soit 34%. En revanche, sur Instagram, une proportion inversée est observée, avec 33 occurrences pour les éléments « bottom-up », soit 82%, et seulement 7 occurrences pour les éléments « top-down », soit 18%.

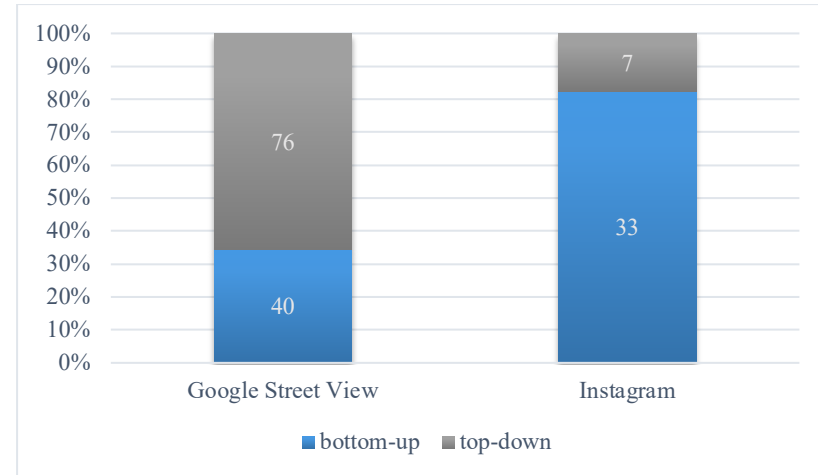


Figure 3 : Comparaison de la directivité des éléments langagiers

En ce qui concerne la temporalité, *Google Street View* présente une forte prévalence d'éléments permanents, avec 78 occurrences, représentant 67% du total, suivis par les éléments liés à des événements, avec 36 occurrences, soit 31% du total. En comparaison, Instagram montre une proportion plus élevée d'éléments liés à des événements, avec 33 occurrences, représentant 83% du total, et seulement 6 occurrences pour les éléments permanents.

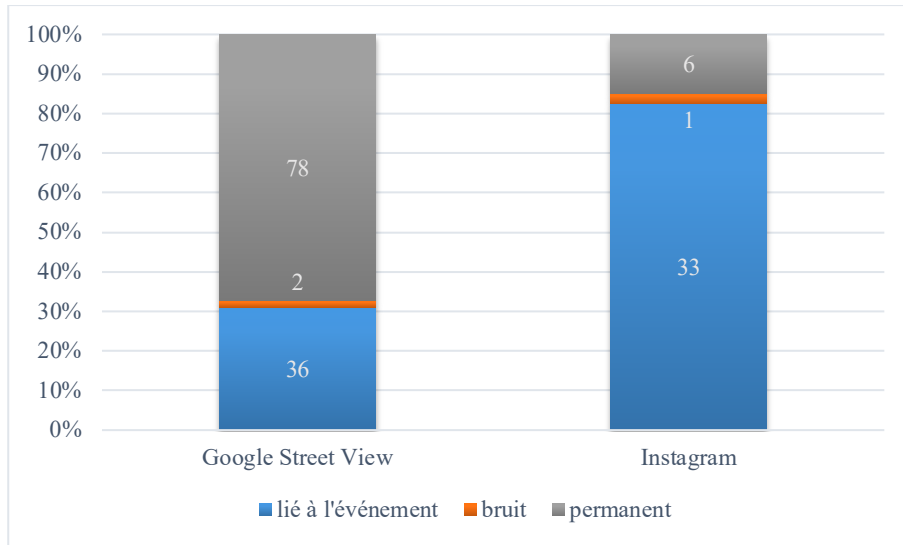


Figure 4 : Comparaison de la temporalité des éléments langagiers

## 5. Discussion et conclusion

Cette analyse de la complexité du paysage linguistique de l'opéra de Paris s'inscrit dans le cadre de la recherche sur la linguistique spatiale et la sociolinguistique des institutions culturelles. Elle met en lumière les dynamiques complexes entre langue, culture et institution, tout en soulignant l'importance de considérer les influences historiques et contemporaines sur la composition linguistique d'un espace donné. Cette approche est cohérente avec les travaux de Landry et Bourhis (1997) sur le paysage linguistique urbain, qui mettent en évidence l'interaction entre la langue et l'environnement physique et social. De plus, elle s'inscrit dans le cadre des recherches de Hiippala et al. (2019) et Savitri et al. (2022), qui examinent respectivement le paysage linguistique virtuel et son impact sur le tourisme.

Dans l'ensemble, l'analyse du paysage linguistique de l'opéra Garnier montre une diversité linguistique. Une comparaison des données des deux sources indique des nuances dans cette diversité dans plusieurs catégories. Les résultats de cette étude soulignent l'importance de considérer le paysage linguistique virtuel comme un reflet de la diversité linguistique d'un lieu emblématique tel que l'opéra Garnier. La forte présence du français, en tant que langue principale, renforce l'association de cet espace avec la culture française et la société principalement francophone dans ce lieu. Cependant, la présence d'autres langues, telles que le grec et le latin, met en lumière leur influence historique et culturelle. Plus précisément, la présence du latin et du grec indique le fort enracinement historique de la forme artistique qu'est l'opéra. D'autre part, la présence de l'italien et de l'allemand confirme le caractère multilingue typique de l'opéra (Abbate et Parker 2012). La visibilité croissante de l'anglais montre l'influence du tourisme et de la mondialisation, comme indiqué dans les études précédentes qui ont également analysé des lieux touristiques, notamment celles de Hiippala et al. (2019), Lee et Chau (2018) et Savitri et al. (2022). En outre, la plus grande diversité linguistique sur les médias sociaux confirme les résultats de recherches antérieures portant sur les paysages linguistiques virtuels.

La comparaison entre les données de *Google Street View* et les posts Instagram suggère une différence dans la représentation de la diversité linguistique, indiquant peut-être une sélection intentionnelle des langues affichées sur les réseaux sociaux par rapport aux données de Google, qui capturent elles une image plus objective du paysage linguistique. Par ailleurs, les comparaisons entre les deux plateformes mettent en évidence des différences dans la nature des discours capturés. *Google Street View* semble davantage axé sur des éléments d'infrastructure, tandis qu'Instagram met

en avant une proportion plus importante de discours commerciaux et informatifs. Ces variations reflètent probablement les différentes natures des contenus générés par ces plates-formes, avec *Google Street View* offrant une perspective plus statique sur l'environnement, tandis qu'Instagram présente des contenus plus dynamiques, souvent créés par les utilisateurs, mettant l'accent sur des aspects commerciaux et informatifs. Cette différence peut refléter la nature plus éphémère des contenus sur Instagram, souvent associés à des événements spécifiques ou à des interactions en temps réel, par opposition aux vues statiques capturées par *Google Street View*, qui tendent à représenter des éléments plus permanents du paysage. En général, ces résultats soulèvent des questions intéressantes sur la façon dont la diversité linguistique est représentée sur place dans les institutions culturelles et sur les plateformes en ligne et finalement perçue par les visiteurs.

En examinant le paysage linguistique virtuel de l'opéra Garnier, cette étude contribue à une compréhension plus profonde du multilinguisme et de la relation entre langue, culture et institution dans un contexte urbain contemporain. Elle souligne l'importance de considérer les influences historiques et contemporaines sur la composition linguistique d'un espace culturel donné. En cela, elle élargit notre compréhension du concept de paysage linguistique et de ses implications pour la construction de l'identité culturelle et la promotion touristique dans les grandes villes du monde contemporain.

Il convient de noter certaines limites de cette étude. Tout d'abord, en ce qui concerne les données de *Google Street View*, il est important de souligner que les vues intérieures de l'opéra Garnier sont datées de 2013, ce qui pourrait ne pas refléter les éventuels changements survenus dans le paysage linguistique depuis cette période. De plus, en ce qui concerne les don-

nées d'Instagram, il est possible que le choix des utilisateurs pour les motifs photographiques soit influencé par des préférences subjectives ainsi que par les développements actuels à l'opéra Garnier (événements, etc.). Cette influence subjective peut introduire des biais dans les données et limiter la généralisabilité des conclusions. Par conséquent, malgré les contributions appréciables de cette étude à la compréhension du paysage linguistique de l'opéra Garnier, il est essentiel de prendre en compte ces limitations lors de l'interprétation des résultats et de considérer la nécessité de recherches futures pour aborder ces aspects. Par exemple, des pistes de recherche futures pourraient inclure une étude directe du paysage linguistique contemporain de l'opéra Garnier sur place, couplée à une analyse des médias sociaux pour explorer la perception individuelle du paysage linguistique. De plus, une étude longitudinale avec un échantillonnage plus fréquent pourrait être réalisée pour observer l'évolution du paysage linguistique et du multilinguisme au fil du temps, offrant ainsi des perspectives précieuses sur les tendances émergentes et les facteurs sous-jacents.

En conclusion, cette étude offre une nouvelle perspective sur la diversité linguistique dans des contextes culturels emblématiques, tout en soulignant l'importance de prendre en compte l'analyse des espaces virtuels contemporains. Ces résultats invitent à une réflexion approfondie sur la manière dont la diversité linguistique contribue à enrichir la compréhension et l'appréciation des lieux emblématiques tels que l'opéra Garnier.

## BIBLIOGRAPHIE

Abbate, Caroly / Parker, Roger (2012) : *A history of opera : the last four hundred years*, London : Penguin UK.

Blackwood, Robert (2015): « LL Explorations and Methodological Challenges: Analysing France's Regional Languages », dans : *Linguistic Landscape*, vol. 1 (1/2), 38-53.

Blackwood, Robert (2019): « Language, images, and Paris Orly airport on Instagram: multilingual approaches to identity and self-representation on social media », dans : *International Journal of Multilingualism*, vol. 16(1), 7-24. DOI: 10.1080/14790718.2018.1500257

Bourdieu, Pierre (2001): *Langage et pouvoir symbolique*, Paris : Le Seuil.

Gorter, Durk (2013): « Linguistic landscapes in a multilingual world », dans : *Annual Review of Applied Linguistics*, 33, 190–212.

Hiippala, Tuomo / Hausmann, Anna / Tenkanen, Henriikki / Toivonen, Tuuli (2019): « Exploring the linguistic landscape of geotagged social media content in urban environments », dans : *Digital Scholarship in the Humanities*, vol. 34(2), 290-309. DOI : 10.1093/lc/fqy049

Ivkovic, Dejan / Lotherington, Heather (2009): « Multilingualism in cyberspace: conceptualising the virtual linguistic landscape », dans : *International Journal of Multilingualism*, vol. 6(1), 17-36. DOI: 10.1080/1479071080258243

Landry, Rodrigue / Bourhis, Richard Y. (1997): « Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study », dans : *Journal of Language and Social Psychology*, vol. 16(1), 23–49. DOI : 10.1177/0261927X970161002

Lee, Carmen / Chau, Dennis (2018): « Language as pride, love, and hate: archiving emotions through multilingual Instagram hashtags », dans : *Discourse, Context and Media*, vol. 22, 21–9.

Pitou, Spire (1990): *The Paris opéra: an encyclopedia of operas, ballets, composers, and performers*, New York : Greenwood Press.

Purschke, Christoph (2018): « Linguistic Landscapes–Sprachliche Landschaften », dans : I. Börner / W. Straub / C. Zolles (éds.): *Germanistik digital: Digital Humanities in der Sprach-und Literaturwissenschaft* (pp. 153–167). Wien : Facultas.

Purschke, Christoph (2021): « Crowdsapes: participatory research and the collaborative (re)construction of linguistic landscapes with Lingscape », dans : *Linguistics, Vanguard*, vol. 7 (s1).

Savitri, Eka D. / Nuswantara, Kartika / Ratu, Aurelius (2022): « Tourism language accommodation of Ubud-Bali: the virtual landscape linguistics (VLL) through google street view », dans : *Journal of Applied Studies in Language*, vol. 6(2), 154-160.

Zappavigna, Michele (2016): « Social media photography: construing subjectivity in Instagram images », dans : *Visual Communication*, vol. 15(3), 271–92.

