



HAL
open science

Les emoji, une pratique textuelle ordinaire? : étude des mutations d'un objet trivial en tension entre pratique et encadrement

Julia Bélouis

► To cite this version:

Julia Bélouis. Les emoji, une pratique textuelle ordinaire? : étude des mutations d'un objet trivial en tension entre pratique et encadrement. Sciences de l'information et de la communication. 2017. dumas-01873340

HAL Id: dumas-01873340

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01873340>

Submitted on 13 Sep 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias et numérique

Les emoji, une pratique textuelle ordinaire ?

Étude des mutations d'un objet trivial en tension entre pratique et encadrement

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Étienne Candel

Nom, prénom : BÉLOUIS Julia

Promotion : 2016-2017

Soutenu le : 07/07/2017

Mention du mémoire : Très bien

RESUME

Les emoji, une pratique textuelle ordinaire ?

Etude des mutations d'un objet trivial en tension entre pratique et encadrement.

Les émoticônes sont apparues avec Internet et avec les pratiques d'écritures dans les communications médiatisées par ordinateur. Utilisées pour donner une dimension plus humaine aux conversations, ces formes représentant des expressions du visage, ont ensuite été industrialisées et encodées dans les systèmes de traitement de texte. Les utilisateurs ont alors découvert le clavier « emoji », dont les formes sont aujourd'hui omniprésentes dans les conversations numériques mais également désormais dans la culture.

Au fil du temps les pratiques se diversifient, des détournements apparaissent face à des tentatives d'encadrement des industries culturelles du texte. Des glissements de sens s'opèrent au sein même des formes, car des émoticônes sont arrivés des emoji, des pratiques, des codes partagés, des modes de communications, des sources de monétisation, des moyens de véhiculer des valeurs.

Partant du principe que les espaces d'écriture sont des espaces d'enjeux de pouvoir, ce travail tente de comprendre les diverses mutations des émoticônes vers les emoji et de mettre en lumière les enjeux derrière l'industrialisation d'une pratique.

Mots clés

Emoticônes, emoji, pratique textuelle, standardisation, communications médiatisées par ordinateurs

REMERCIEMENTS

En premier lieu je tiens à remercier Jérôme Denis, Maître de conférence à Télécom ParisTech, et Etienne Candel, Maitre de Conférences Chercheur GRIPIC, pour la sensibilité qu'ils ont tous deux manifestée à l'égard de mon sujet et pour m'avoir guidée dans mes recherches et mon travail d'écriture. Je tiens également à remercier l'ensemble des professeurs de cette formation, qui m'a beaucoup apporté dans mes réflexions quotidiennes et ma façon de voir le monde. C'est grâce à la richesse de leur cours que ce travail m'a paru aussi intéressant à mener.

Je tiens à remercier également le corps professoral ainsi que l'administration pour sa disponibilité et sa flexibilité face à la situation dans laquelle l'échéance de ce mémoire a dû être avancée.

Enfin, mes remerciements vont à ma famille et mes proches pour leur réel soutien et leur écoute bienveillante, mais également à mes managers professionnels pour leur compréhension.

TABLE DES MATIERES

Remerciements	2
Table des matières	3
Introduction	5
Problématisation du sujet	7
Méthodologie	8
I. L'APPARITION D'UNE PRATIQUE SUR INTERNET : LES ÉMOTICÔNES, UNE NOUVELLE FORME DE COMMUNICATION ?	10
<i>A. Entre texte et image, des formes pour s'exprimer sur internet</i>	<i>10</i>
1. Le paradoxe de la communication sur internet et la mise en place de codes	10
2. Une modalité textuelle et graphique : de l'expression à l'éditorialisation de soi	15
3. « Ceci est mon corps (en ligne) » : les émoticônes pour s'incarner	19
<i>B. Les émoticônes, un « nouveau langage universel » ?</i>	<i>21</i>
1. Des discours d'accompagnement pronant des valeurs fortes	21
2. Au cœur des idéologies et imaginaires des liées aux NTIC	25
3. Un phénomène populaire qui s'installe	28
<i>C. Les limites des idéologies invoquées</i>	<i>33</i>
1. Un mode de communication pas si universel que ça	33
2. Vers une normalisation émotionnelle ?	38
3. Simulacre de sociabilité en ligne ?	41
II. DES ÉMOTICÔNES AUX EMOJI : UNE PRATIQUE INVESTIE ET STANDARDISÉE PAR LES ACTEURS DU NUMÉRIQUE	44
<i>A. De l'origine du succès du clavier émoji</i>	<i>45</i>
1. Une offre commerciale d'un opérateur téléphonique japonais	45
2. Une offre liée à un contexte social et technique	46
3. La récupération de ce clavier par d'autres acteurs de la communication médiatisée	48
<i>B. A l'architextualisation d'une grammaire</i>	<i>49</i>
1. Un développement encadré des émoji	50
2. L'insertion d'architextes à différents niveaux	54
<i>C. L'industrialisation des émotions : les intérêts économiques des émoji</i>	<i>58</i>
1. Économie de l'information et ciblage émotionnel	59
2. Économie de l'attention et captation des émotions : une tendance communicationnelle plus globale	64
3. Du capitalisme affectif au digital labor	65
III. MISE EN LUMIÈRE DES ENJEUX DE POUVOIR DANS UNE PRATIQUE LANGAGIERE INFORMATIQUE	69
<i>A. Un pratique encadrée par les industries culturelles du texte</i>	<i>69</i>
1. La question de la représentation et de la sélection	69
2. Production médiatique de la diversité et de l'égalité : émoji et discours commerciaux	73
3. Émoji et soft power : une vision occidentalisée du monde ?	75
<i>B. « Emoji by the people for the people »</i>	<i>79</i>
1. Des enjeux de reconnaissance sociale et culturelle	79
2. Des usagers affirmant leur pouvoir de réécriture	82

<i>C. Le clavier emoji, demain ça ressemble a quoi?</i>	<i>85</i>
1. Entre critères d'éligibilité et emoji existants : des contradictions apparentes	85
2. Demain, les emoji comme dictionnaire universel d'images ?	87
Conclusion	91
Bibliographie	93
1. Sources documentaires	93
2. Bibliographie	94
Annexes	99
1. Sommaire	99
2. Annexes	100

INTRODUCTION

En m’observant écrire des messages et communiquer avec mes proches, je me suis rendu compte que je ponctuais très fréquemment mes phrases de petits sourires ou expressions du visage. A vrai dire, il me semble que j’ai toujours utilisé les émoticônes dans mes échanges sur les messageries internet ou sms. Pourquoi ? Pourquoi ce geste d’agrémenter mon texte d’une illustration est-il devenu un geste quotidien dans mes échanges numériques ? Ce « réflexe » est d’ailleurs également présent chez un certain nombre d’utilisateurs : d’après une étude Opinion Way pour la Française des Jeux¹, 84% des Français utilisent les émoticônes pour communiquer, 61% des Français estiment qu’ils les utilisent pour exprimer leurs sentiments et 56% des Français estiment qu’ils les utilisent pour les exprimer plus souvent. Notons que les 18-24 ans représentent les plus grands utilisateurs d’émoticônes (95% vs 75% des personnes âgées de 50 ans et plus).

Des sourires, des larmes de joie ou de tristesse, des soleils, des fleurs, des animaux et autres parsèment les discussions en ligne quotidiennes sur les différents supports informatiques, à tel point qu’ils en deviennent infra-ordinaires ? C’est-à-dire pour Perec, un objet « qui disparaît à force d’évidence et auquel, de ce fait, on ne prête que peu d’attention »²

Lors de mes recherches j’ai même pu constater que dans les commentaires des articles qui discutaient de cet objet avec sérieux et intérêt, de nombreux internautes manifestaient leur étonnement voire leur réel agacement face à un sujet qui leur semble complètement anecdotique et absolument sans aucun intérêt³. Ce type de réactions

¹ “FDJ lance un nouveau LOTO® pour séduire ses clients et conquérir de nouveaux joueurs” communiqué de presse de la FDJ <https://www.groupefdj.com/uploads/files/pressRelease/fdj-lance-un-nouveau-loto-r-pour-seduire-ses-clients-et-conquerir-de-nouveaux-joueurs/CP%20Lancement%20Nouveau%20LOTO%20v22%2002%202017%20-v13h11.pdf?v=1.0.0> publié le 23/02/2017, consulté le 22/06/2017

² JEANNERET Yves et SOUCHIER Emmanuël « L’énonciation dans les écrits d’écran », Communication et langages, L’empreinte de la technique dans le livre, p.3-15, n°145, 3^{ème} trimestre, 2005

³ “ Emojis Are Becoming Hyper-Realistic And That Is A Bad Thing” BuzzFeedNews [en ligne] https://www.buzzfeed.com/charliwarzel/emojis-are-becoming-hyper-realistic-and-that-is-a-bad-thing?utm_term=.ur5pY3NVK#.eujOB1EAy publié le 3/11/2016, consulté le 8/06/2017.

montre à quel point ces objets, qui sont pourtant utilisés massivement dans les conversations, semblent au premier regard peu dignes d'intérêt : « ce ne sont que des émoticônes ! C'est simplement pour rigoler ».

Les emoji seraient-ils une pratique banale ?

C'est justement parce que ces objets sont de plus en plus présents et pourtant relativement peu questionnés qu'il m'a semblé intéressant d'essayer de mieux comprendre leur usage ainsi que les ressorts de leur succès.

Dès le début, nous rencontrons plusieurs termes pouvant désigner ces formes : y a-t-il une différence, et si oui laquelle, entre smiley, émoticônes, emoji⁴ ?

Le terme « smiley » utilisé dans le langage courant fait référence à ces têtes graphiques rondes, jaunes et souriantes. Mais officiellement il représente une version bien spécifique de ce visage car le Smiley est un logo déposé depuis 1970 par l'entrepreneur français Franklin Loufrani⁵. Depuis l'entreprise Smiley World LTD veille à protéger les droits de leur image et continue de multiplier les partenariats et produits dérivés : au total, ces derniers génèrent chaque année quelque 100 millions d'euros de chiffre d'affaires grâce à plus de 800 contrats d'exploitation depuis la création du logo⁶.

Avec l'arrivée d'internet pour le grand public dans les années 1990, le terme émoticône est apparu pour désigner ces visages créés à l'aide des caractères de ponctuation : « :) » ou, « : (», ou encore « :) » par exemple. En lisant de manière horizontale de gauche à droite, les deux points symbolisent les yeux alors que la parenthèse montre une bouche. Les émoticônes réfèrent donc littéralement à des icônes représentant des émotions.

L'internaute Chrissy Enoch commente à la publication de l'article : « *We need to worry about more important things than Apple changing the emojis. Give me a freaking break.* » Ou encore Dan Wormsbacher : « *Really? Emojis? A whole article about emojis becoming too realistic?* »

⁴ Le terme emoji étant japonais, par défaut, nous ne lui appliquerons pas de marque du pluriel et l'utiliserons toujours au masculin.

⁵ Voir annexe 1, p.115

⁶ "Smiley ou l'histoire d'une OPA sur un sourire" Le Figaro [en ligne] <http://www.lefigaro.fr/societes/2010/01/05/04015-20100105ARTFIG00704-smiley-ou-l-histoire-d-une-opa-sur-un-sourire-.php> publié le 13/01/2010, consulté le 8/06/2017

Enfin « emoji » signifie en japonais « image » (e) + « lettre » (moji). Il pourrait donc être le simple équivalent linguistique d' « émoticône ». Est-il alors important de dissocier les deux termes ? Il semble que oui, dans la mesure où l'apparition au Japon des emoji marque une transition dans l'histoire de ces signes : celle de la standardisation informatique de ces formes par un opérateur téléphonique et de leur insertion dans un clavier. Aujourd'hui, si je tape sur mon clavier d'ordinateur les deux points suivis directement d'une parenthèse, donc sans ajouter d'espace comme dans les exemples plus haut, voici le résultat : ☺, ☹. Même résultat si nous ajoutons un tiret « - » (censé symboliser le nez) entre les deux points et la parenthèse. Ces deux visages, l'un avec un sourire, l'autre n'ayant pas l'air content, sont apparus automatiquement, comme par l'action d'un correcteur automatique.

On dira donc que les émoticônes réfèrent à une pratique de construction d'une icône véhiculant une émotion par la simplification d'un visage, alors que les emoji sont déjà encodés dans le dispositif d'écriture numérique d'une part, et réfèrent également à un ensemble de petits objets d'autre part.

PROBLEMATISATION DU SUJET

Ces formes circulent dans la société, entre les individus mais également entre les industries et les individus, dont on déduit une trivialité qu'Yves Jeanneret définit comme :

La simple mise en mobilité de discours déjà écrits : cette activité qui consiste, non à produire des lectures, des synthèses et des vulgarisations, mais à jouer avec les objets culturels existants, en les recyclant sous des formes et dans des contextes nouveaux.⁷

Elles sont chargées de sens pour les premiers qui les utilisent comme mode de communication, se les réapproprient. Elles représentent également une valeur économique pour des industries culturelles du texte, et un moyen de véhiculer une certaine image du monde. Des glissements de sens s'opèrent au sein même des formes car des émoticônes sont arrivés des emoji, des pratiques, des codes partagés,

⁷ Yves Jeanneret, « L'affaire Sokal : comprendre la trivialité », Communication et langages, numéro 118, p 13-26, 1998

des modes de communications, des sources de monétisation, des moyens de véhiculer des valeurs... Quels sont les grands mouvements de ces transformations qui créent un « être culturel » à la fois infra et extra-ordinaire ?

Des émoticônes aux emoji, dans quelle mesure la dimension polychrétique de ces objets s'intensifie-t-elle au fur et à mesure de leur circulation entre les utilisateurs et les industries culturelles du texte ?

La première hypothèse serait que les émoticônes soient une nouvelle forme de langage, voire, comme l'affirment de nombreux discours, un langage universel. Notre position est de défendre cette pratique en tant que mode de communication tout en mettant en lumière la dimension idéologique qui lui est accordée, souvent au même titre que pour les pratiques émergeant dans le cadre des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

La deuxième hypothèse est de considérer ces objets du point de vue des acteurs qui l'encadrent et incitent à son utilisation : des émoticônes aux emoji, ces objets représentent désormais un intérêt économique indirect et direct pour les acteurs du web, grâce à une standardisation et une grammatisation, s'inscrivant ainsi dans des dynamiques plus larges du capitalisme affectif.

Enfin, nous pouvons faire l'hypothèse que les emoji incarnent également des enjeux de pouvoir, pour les acteurs qui les contrôlent mais aussi pour les utilisateurs : du clavier de symboles universels à une représentation exhaustive de tout ce qui est « important », ces emoji véhiculent désormais une certaine vision du monde.

METHODOLOGIE

Ce mémoire repose essentiellement sur l'analyse du clavier emoji et ses évolutions. Ainsi le corpus est l'ensemble des emoji validés et encodés par le Consortium Unicode. Par souci de faisabilité, le corpus présenté⁸ est l'ensemble des emoji présents dans iOS en juin 2017, et ne représente donc pas les diverses mises à jour et évolutions graphiques, ni les divers graphismes selon les fabricants depuis leur apparition en 2011. Toutefois, pour illustrer au mieux nos propos et donner à voir aux lecteurs

⁸ Voir corpus p.101-106

l'étendue de cet objet en constante mutation, le complément de corpus⁹ montre des extraits des différents design selon les fabricants, à travers des captures d'écran de la liste intégrale des 2623 emoji présente sur Unicode.org¹⁰. Nous avons également, au fur et à mesure des exemples, illustré plus spécifiquement les évolutions qui retiendront notre attention, à l'aide d'images insérées dans le corps du texte ainsi que de nombreuses annexes.

Nous avons utilisé également de nombreux articles, analysant les discours, les frustrations, les apologies et les faits divers pour mieux comprendre ce que sont ces formes et ce qu'elles représentent.

S'il existe peu de littérature scientifique sur les emoji en particulier, il a été toutefois plus évident qu'initialement imaginé, de dresser des parallèles entre les travaux de chercheurs sur divers sujets, et les multiples usages et circulations de notre objet d'étude.

Enfin nous avons également fait appel à notre expérience personnelle quelques fois pour donner des exemples qui nous semblaient pertinents.

⁹ Voir complément de corpus p.107-114

¹⁰ <http://unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html>

I. L'APPARITION D'UNE PRATIQUE SUR INTERNET : LES ÉMOTICÔNES, UNE NOUVELLE FORME DE COMMUNICATION ?

L'enjeu de cette première partie est d'analyser la première épaisseur que l'on rencontre et qui entoure les émoticônes et emoji, c'est-à-dire de comprendre ce qu'ils pourraient être au premier degré. Ainsi nous nous intéresserons à l'apparition de cette pratique et à ses modalités d'usage : dans quel cadre est-elle apparue ? Pour quelles raisons ? Comment doit-on la lire ? Y a-t-il des règles implicites ou explicites qui encadrent l'usage des émoticônes ? Pourquoi les utilise-t-on ? Nous verrons également que, comme toute pratique qui réussit à s'imposer comme une norme dans un domaine, les imaginaires qui l'accompagnent sont primordiaux : les seraient donc un nouveau type de communication ?

Enfin nous tâcherons de prendre du recul sur ces discours qui structurent les logiques de perception de l'objet, et qui ne sont pas sans rappeler les imaginaires liés aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) de manière générale, afin d'avoir une vision plus contrastée de ce que l'on pourrait également appeler une technologie de la communication.

A. ENTRE TEXTE ET IMAGE, DES FORMES POUR S'EXPRIMER SUR INTERNET

Une pratique apparaît toujours dans un contexte particulier, à la fois technique, culturel et social. Dans cette partie, nous tenterons de décrire les éléments qui ont favorisé la création de cette forme d'écriture numérique, puis de mettre en évidence les principales raisons d'utilisation invoquées par les utilisateurs : comment sont apparues les émoticônes et pourquoi les utilise-t-on ?

1. LE PARADOXE DE LA COMMUNICATION SUR INTERNET ET LA MISE EN PLACE DE CODES

Les nouvelles technologies de la communication comme Internet posent de nombreuses questions, et soulèvent notamment des paradoxes comme celui relevé par Nadia Gauducheau, Maître de Conférence en Psychologie-Ergonomie à l'Université des

Technologies de Troyes : « elles sont censées élargir les possibilités de communication et favoriser le lien social mais les contraintes qu'elles imposent pourraient avoir un effet négatif sur la qualité des échanges et leurs dimensions émotionnelles »¹¹.

En effet, dans les communications médiatisées par ordinateur, la rapidité des échanges à travers le monde semble faciliter la communication mais pourtant ils restent des échanges à distance, sans contact visuel : nous n'échangeons que du texte. Or cette quasi-instantanéité des échanges dans les mails, forums, sms ou réseaux sociaux, les rapproche également de la forme de la conversation verbale. Mais lors d'une conversation en face-à-face, les individus sollicitent une multitude de réflexes d'interprétation pour comprendre réellement le message, et s'expriment eux-mêmes autrement que par le verbal. On appelle toute cette dimension la communication non-verbale, et même si elle peut être sujette à un contrôle de la part du locuteur, « les comportements non-verbaux sont considérés par les individus comme des indices fiables des états affectifs, en raison de leur caractère inconscient (ils trahissent nos pensées, nos attitudes, nos états internes...)»¹² ».

La communication non-verbale rassemble de nombreux aspects : l'intonation de la voix (crier, chuchoter, affirmer, infirmer, poser une question, suggérer, ironiser...), les mimiques du visage (froncer les sourcils, lever les yeux au ciel, les écarquiller, lever un sourcil plus haut que l'autre, serrer les lèvres, les entrouvrir, se les mordre, lever un coin de lèvre supérieure, ...) et toute la gestuelle (avoir les bras croisés, se ronger les ongles ou encore se balancer). En quelques secondes, l'interprétation de ces signes permet de comprendre dans quelle posture émotionnelle se trouve l'autre : la joie, la tristesse, la douleur, le stress, le doute, la perplexité, et toute l'immense palette des émotions, de leur intensité et ambiguïté. Or les communications écrites médiatisées par ordinateur (CEMO) n'utilisant que des mots, il est impossible de voir le sourire, les larmes ou entendre le rire de son interlocuteur. Une retranscription écrite fidèle d'une conversation orale pourrait être interprétée de diverses manières car nous perdons le contexte et le paralangage exprimé (volontairement ou pas) par les interlocuteurs.

¹¹ GAUDUCHEAU Nadia "La communication des émotions dans les échanges médiatisés par ordinateur: bilan et perspective ", Bulletin de psychologie 2008/4 (Numéro 496), p.389-404 [en ligne] <https://www.cairn.info/revue-bulletin-de-psychologie-2008-4-page-389.htm> consulté le 10/02/2017

¹² *ibid* p.392

Peut-on retranscrire ces gestes, ce visage qui nous fait faire l'expérience d'autrui comme pourrait le dire Lévinas ? Si oui comment ? Comment manifester ses émotions dans les (CEMO) ? Comment contourner la possibilité d'être mal compris ? Ces questions mettent en doute un imaginaire qui voudrait faire des NTIC des technologies hautement sociales, renforçant les liens sociaux entre les hommes.

Deux théories permettent de traiter de la communication des émotions en particulier et sont contradictoires au premier abord. Tout d'abord la théorie du filtrage des indices sociaux défendue par Lee Sproul et Sara Kiesler¹³ en 1986¹⁴, posant l'hypothèse que les internautes auraient une confiance trop élevée en l'efficacité de leur message : en prenant du recul, ils se rendent compte dans un deuxième temps que leur message écrit peut être interprété différemment de leur intention. Ainsi un décalage se créerait entre les émotions exprimées et celles interprétées par autrui, affectant les discussions et instaurant des frustrations liées à des malentendus.

Cependant, pour Joseph Walther, un chercheur s'intéressant aux comportements en ligne, si l'absence d'indices non-verbaux perturbe la communication socio-émotionnelle, elle ne l'empêche pas pour autant, car les individus chercheraient d'eux-mêmes à réduire l'incertitude des échanges. Ils vont donc développer des stratégies pour représenter la dimension sociale et relationnelle, dont les émoticônes sont un exemple. C'est la thèse du renforcement des indices sociaux¹⁵.

Nous faisons l'hypothèse que ces deux thèses du filtrage et du renforcement ne sont pas contradictoires mais plutôt successives et complémentaires : il est probable que l'on puisse constater les deux en fonction de l'expérience d'un internaute. On pourrait

¹³ SPROUL Lee, KIESLER Sara « Reducing social context cues : electronic mail in organizational communication » *Management Science*, 32, 11, 1986, p.1492-1512 [en ligne]
https://www.cs.cmu.edu/~kiesler/publications/PDFs/SPROULL_KIESLER_1986_Reduci.pdf
consulté le 10/05/2017

¹⁴ On note avec quelle rapidité ces questions ont suscité un intérêt, car en 1986 la commercialisation d'internet commence à peine et seulement pour les fournisseurs professionnels. Le worldwide web n'existe pas encore.

¹⁵ WALTHER Joseph « Computer-mediated communication : Impersonal, interpersonal and hyperpersonal interaction » *Communication research*, 23, 1 1996, p.3-34 [en ligne]
<https://blogs.commonsgorgetown.edu/cctp-505-fall2009/files/computer-mediated-communication23.pdf> consulté le 10/05/2017

même soutenir que la volonté de communiquer, même via ordinateur, a été plus forte que la frustration et a justement incité les utilisateurs à développer des stratégies. S'il nous semble impossible d'éviter absolument et de manière certaine les malentendus et surtout les mauvaises interprétations de l'état affectif à travers un message écrit¹⁶, certains codes et usages sont apparus pour permettre aux utilisateurs de communiquer en transmettant un certain contexte.

On constate même une tentative de formalisation d'un code de bonne conduite en ligne qui rappelle les limites de la CEMO et donne quelques conseils pour s'exprimer clairement : la Nétiquette¹⁷. Pour symboliser que vous criez, il est par exemple recommandé D'ÉCRIRE EN MAJUSCULE. Pour remplacer l'intonation d'affirmation, encadrez le mot important d'étoiles : « Ceci est *triste* »¹⁸. Il est également conseillé :

- « *Utilisez les smileys pour reproduire le ton de la voix, mais avec parcimonie.*
☺ est un exemple de smiley (penchez la tête de côté). Ne pensez pas que l'inclusion d'un smiley suffit à contenter votre interlocuteur ou à lui faire oublier une insulte
- *Attendez le lendemain pour répondre à un message passionné. Si vous avez un ressentiment très fort concernant un sujet, indiquez-le via une inclusion FLAME ON/OFF. Par exemple :*

FLAME ON

Cet argument ne mérite pas la place qu'il occupe [...]

¹⁶ Je prends ici comme exemple ma propre expérience, principalement professionnelle : il m'arrive souvent de demander au moment de l'écriture d'un email comment dire telle chose, sans sembler négative ou agressive alors que je veux simplement poser une question ou être sûre d'avoir compris la situation, ou que celle-ci ait bien été comprise par mon correspondant. Afin de minimiser la possibilité de mauvaise interprétation, il m'arrive souvent de demander à un collègue de relire pour confronter nos subjectivités. L'exercice est encore plus délicat quand l'échange doit se faire dans une langue qui n'est pas notre langue maternelle. J'entends encore une collègue me dire « On dirait qu'elle est agressive mais ne t'inquiète pas, c'est juste que son anglais est mauvais ».

¹⁷ Request For Comments "Netiquette Guidelines" 1855 [en ligne] <https://tools.ietf.org/html/rfc1855> publié en 1995 par INTEL, consulté en 12/11/2016.

¹⁸ On note que le système de correcteur automatique apparaît encore : en encadrant le mot d'étoiles puis en mettant l'espace, le mot se met automatiquement en **gras**.

FLAME OFF »¹⁹

Dans “The Net : Users guidelines and netiquette” une autre Netiquette faisant autorité, il est également conseillé d’ajouter un smiley à une blague pour éviter que l’on pense que c’est une critique. De manière générale, l’humour et l’ironie sont à utiliser avec précaution car, n’étant pas dans une communication en face-à-face, on pourrait les interpréter avec une connotation négative²⁰.

Si l’on imagine que ces codes de bonne conduite, devenus des règles tacites, n’ont pas été lus par l’ensemble des internautes, certains usages se sont néanmoins développés, transmis, appris, comme celui dont ce mémoire fait l’objet. Ces pratiques ont pour objectif de faire garder à l’esprit des internautes que même si les échanges se font à distance, internet n’est pas un territoire hors du monde : c’est un lieu hautement social où les citoyens doivent rester polis, respectueux les uns des autres. Elles permettent le développement de sociabilités numériques, et agissent comme une convention pour faciliter la communication, voire comme une croyance.

Les émoticônes seraient donc des métacommentaires donnant une information supplémentaire sur le contexte dans lequel se fait l’écriture d’un message. Elles joueraient en quelque sorte le rôle des didascalies au théâtre, et remplaceraient le langage non-verbal, considéré comme aussi important que le message lui-même par certains chercheurs comme le professeur Vyv Evans²¹. Par exemple, si quelqu’un écrit « je viens de me cogner la tête :(» on comprend que le sujet s’est fait mal, alors que s’il écrit « je viens de me cogner la tête XD » (à lire comme un visage qui rigole avec une bouche grande ouverte), on comprend que le sujet rigole lui-même de la situation. La réponse ne sera donc pas la même. Dans le premier cas, on aurait plus tendance à s’inquiéter, alors que dans le deuxième on comprend plus rapidement que la situation

¹⁹ Traduction française de « Netiquettes Guidelines »

²⁰ « Be careful when using sarcasm and humor. Without face to face communications your joke may be viewed as criticism. When being humorous, use emoticons to express humor (tilt your head to the left to see the emoticon smile)” de “The Net: Users guidelines and netiquette”, Arlene Rinaldi, [en ligne] <http://web.augsburg.edu/~erickson/edc220/netiquette/rinaldi.html> publié en 1996, consulté le 10/06/2017

²¹ Interview “Emoji: The Future of Language? » BBC Radio [en ligne]

<http://www.vyvevans.net/the-emoji-code> diffusé le 27/02/2017, consulté le 10/06/2017

n'est pas grave. Les émoticônes sont donc bien utilisées pour clarifier un discours, mais toujours pour parler de soi.

2. UNE MODALITE TEXTUELLE ET GRAPHIQUE : DE L'EXPRESSION A L'EDITORIALISATION DE SOI

Les frustrations provoquées dans les discussions en ligne ont donc incité les internautes à développer des stratégies leur permettant de s'exprimer. Alors que les émoticônes permettent de représenter « manuellement » les expressions du visage, les claviers emoji proposent de plus en plus d'autres formes (animaux, objets, aliments...) largement utilisées par les utilisateurs pour s'exprimer : on pourrait parler de la mise en place d'une écriture créative. Une écriture avec des codes, voire une grammaire, comme le souligne Pierre Halté, docteur en sciences du langage. Pour lui, l'émoticône est « une marque d'ancrage énonciatif »²² qu'il définit comme « la façon dont le locuteur se met en scène dans son propre discours, avec une intensité qui est perceptible grâce à des indices variés », dont ces symboles graphiques font partie. Grâce à l'étude d'un corpus de conversations en ligne, il constate que l'émoticône est toujours l'indice de l'émotion ou de la subjectivité du locuteur et « inscrit nécessairement ce dernier de façon forte, en montrant sa présence explicite de sujet éprouvant, dans son discours ». A tel point que même positionnée à la fin d'un discours rapporté, l'émoticône se comprend comme commentaire du locuteur sur ce discours. Voici un exemple, tiré de son corpus, où une internaute raconte son échographie :

[15 :22] <pedri> la dernière fois qu'on m'en a fait une, le mec m'a demandé si j'étais alcoolique -_-'

[15 :22] <LesPrie> mdr pedri, ha ouais, dur

[...]

[15 :22] <pedri> ouais.... il m'a demandé si je buvais beaucoup... -_-'

Pierre Halté constate que l'émoticône « -_-' » ramène automatiquement au sentiment de *pedri*, à la fois au moment où elle était en train de réaliser l'échographie, mais également au moment où elle écrit ce message. Le locuteur est donc ancré dans une double temporalité : il se met en scène ressentant l'émotion passée et commente en même temps cet épisode, « ce qui permet de l'impliquer très fortement dans son

²² HALTE, Pierre « Enjeux pragmatiques et sémiotiques de l'étude des émoticônes », Réseaux 2016/3 (n°197-198), p.242

espace énonciatif ». Ce constat semble bien répondre aux difficultés rencontrées par les internautes à exprimer leurs émotions, dont nous avons parlé précédemment.

Ce type de pratique rappelle le style autobiographique, mais avec une variation textuelle : ici la construction des phrases avec la première personne du singulier est « remplacée » par l'ajout de forme graphique, pouvant s'insérer à différents endroits du texte, en faisant toujours référence au locuteur, à son état d'esprit.

Cet usage est souvent expliqué par la volonté de mieux s'exprimer dans les CEMO, grâce à une forme « plus intuitive » que des mots, plus créative et empathique. Plus personnelle en somme. Ainsi on observe une utilisation très créative de ces formes : premièrement dans la capacité à transformer des signes de ponctuation de la langue pour créer des visages, mais également dans la capacité à associer aux objets des valeurs pour transmettre ses émotions, son imaginaire, pour orner son propos, l'accompagner. Dans un article dédié aux emoji²³, le journaliste Abdel Bounane témoigne de sa propre expérience : lorsqu'il envoie l'emoji « pastèque », cela n'indique pas qu'il serait en train d'en manger par exemple, mais qu'il communique sa bonne humeur. Cette association d'idées, de la fraîcheur du fruit et de ses couleurs vives, avec une émotion de joie, s'apparente à la figure stylistique de la métaphore. De la même façon, certains emoji viennent souvent orner les messages pour illustrer la légèreté, l'insouciance agréable d'un propos, comme les fleurs ou « Woman Dancing » :



*Many emojis are best employed to convey an abstract feeling, rather than a well-defined, literal thing; one colleague explained using the dancing lady to express “a sort of nonspecific joie de vivre.”*²⁴

Même si la volonté de représenter les choses par des images n'est pas nouvelle, la façon dont peuvent être utilisés les emoji témoigne d'une volonté d'abstraction du signifié pour créer un sens, propre au locuteur. Les emoji seraient-ils l'expression d'une forme d'écriture poétique moderne ?

²³ “Les emojis deviennent-ils le langage le plus parlé du monde?” LeMonde.fr [en ligne] <http://lesclesdedemain.lemonde.fr/contenu-partenaire-media/les-emojis-deviennent-ils-le-langage-le-plus-parle-du-monde-a-93-5491.html> publié le 19/01/2016, consulté le 9/06/2016

²⁴ “Emoji are becoming hyper realistic and it’s a bad thing » BuzzFeed.com [en ligne] https://www.buzzfeed.com/charliwarzel/emojis-are-becoming-hyper-realistic-and-that-is-a-bad-thing?utm_term=.vyZP9M8or#.aolPpWVzX publié le 3/11/2016, consulté le 8/06/2017

Pour certains, cette façon à la fois textuelle et graphique de s'exprimer devient même une forme de nécessité : selon une étude réalisée par l'opérateur anglais TalkTalk Mobile, 72% des 18-25 ans diraient qu'il est plus facile pour eux d'exprimer leurs émotions via les émoticônes que par des mots. Même si ce chiffre est à prendre avec de grandes précautions²⁵, l'usage visiblement croissant des emoji lui donne une certaine crédibilité. Les emoji seraient-ils une forme d'expression sans équivalent sur les CEMO à tel point que ceux en maîtrisant les codes ne sauraient plus dire certaines choses autrement ? Sans en avoir aucune preuve scientifique, notre expérience nous fait remarquer un fait étonnant : de plus en plus de jeunes adultes et adolescents forment de leur main un cœur pour exprimer de l'affection, et ce pendant des moments en face-à-face. Comme si, en effet, il était plus facile pour eux de s'exprimer avec une forme, qu'avec des mots. Or il nous semble que ce geste s'est justement développé en même temps que les emoji. Le cœur s'incarne sur le clavier, puis en sort et devient un « geste » de communication autonome, un langage des signes remplaçant la parole.

Au constat de ce chiffre, l'association suédoise BRIS défendant le droit des enfants, a créé une application mettant à disposition un clavier représentant des violences domestiques. L'objectif est d'inciter les enfants victimes de ces actes à communiquer sur leur situation²⁶. L'initiative nous semble intéressante : il s'agit de détourner un moyen existant et utilisé au quotidien pour inciter les victimes à parler d'un sujet difficile à aborder, souvent tabou.

Ces différents exemples d'utilisation, soit par l'abstraction créative des émotions, soit au contraire par la monstration d'une réalité, témoignent d'une tension : si les emoji sont utilisés de manière quotidienne par de nombreux internautes et « mobinautes » à tel point que l'on pourrait parler d'objets infraordinaires, ils sont également au cœur d'une réflexion visant à trouver l'emoji le mieux adapté pour chaque situation. Ainsi, alors que l'infraordinaire est un concept qualifiant quelque chose dont on ne questionne plus l'usage, il semble au contraire que ces formes soient l'objet d'un questionnement, au moment même de leur usage. Cela pourrait s'expliquer également par le fait que

²⁵ De nombreux articles comme les notes 16, et 19 réfèrent à cette étude mais malgré les recherches il a été impossible de trouver l'étude en elle-même ainsi que sa méthodologie.

²⁶ "The emoji created to help victims of domestic abuse" The Independent [en ligne] <http://www.independent.co.uk/news/science/emoji-of-domestic-abuse-victims-created-to-help-children-10280866.html> publié le 28/05/2015, consulté le 12/11/2016, voir annexe 2, p.116

cette pratique étant relativement nouvelle, il y a à la fois un apprentissage et une construction des codes. Les emoji seraient-ils des formes extra-ordinaires ? On observe une tension car ils sont à la fois dans notre quotidien, pour exprimer notre quotidien, nos émotions, tout en étant l'expression d'une volonté d'inventer et de créer des modes d'expressivité différents de ceux utilisés. En m'analysant utiliser le clavier de symboles, j'ai presque constaté un sentiment de challenge à trouver l'emoji qui serait le plus représentatif de ce que je voulais véhiculer. Mais quand nous parlons, n'opérons-nous pas exactement le même processus ? Certes, quand je parle, j'exprime bien une pensée, donc l'intellectualisation d'un fait, mais la conversation appelle à des réactions rapides qui peuvent trahir notre état émotionnel. La distance physique dans les CEMO semble propice à des temps de réflexion plus longs, permettant la création de stratégies dont parlait Walther. Autrement dit, cette production de signes affectifs n'est-elle pas un moyen pour le sujet de construire un retour sur sa propre réception, de développer des repères pour mieux interpréter sa propre écriture de soi ?

Cette réflexion sur son propre vécu pour trouver la forme la plus adaptée permet également une sorte d'intensification, voire de contrôle, de ce que l'on montre à voir de nous. Alors que Walther parle d'une « communication hyperpersonnelle »²⁷ sur les CEMO du fait de ces stratégies mises en place pour s'exprimer le plus justement possible, la réflexion pour choisir les emoji selon le contexte rappelle un autre phénomène particulièrement associé aux écritures numériques : l'éditorialisation de soi.

Dans son livre La Mise en scène de la vie quotidienne, Erving Goldman file la métaphore dramaturgique pour décrire tous ces « presque rien » que sont le détail des interactions et qui pourtant, structurent les rapports sociaux. Le monde social est un théâtre, et l'interaction une représentation. Pour bien la jouer, les individus cherchent des informations qui permettent de situer leurs partenaires d'interaction, de jeu. Dès lors, « l'acteur doit agir de façon à donner, intentionnellement ou non, une expression de lui-même, et les autres à leur tour doivent en retirer une certaine impression »²⁸. L'image de l'émoticône comme didascalie pourrait ici permettre de continuer cette métaphore.

²⁷ WALTHER Joseph « Selective self-presentation in computer mediated communication : Hyperpersonal of technology, language, and cognition » *Computers in human behaviors*, 23, 5 2007, p.2538-2557

²⁸ GOLDMAN Erving, *La Mise en scène de la vie quotidienne I, La présentation de soi*, 1973, Le Sens Commun

3. « CECI EST MON CORPS (EN LIGNE) » : LES ÉMOTICÔNES POUR S'INCARNER

Cette expression de Antonio Casilli²⁹ nous a tout de suite paru parfaitement adaptée pour continuer plus loin dans l'exposé et poser l'hypothèse suivante : et si les émoticônes étaient une tentative pour redonner de la corporéité au digital ?

Citons Frédéric, un internaute de 43 ans se confiant sur son rapport aux émoticônes :

C'est physique. Ça remplace le physique en fait. On est un dématérialisé un petit peu sur Twitter. C'est rematérialiser le côté humain sur les réseaux sociaux. C'est simplement pour exprimer ce que je suis en réel, en réalité. Les émojis que j'utilise sont moi dans le virtuel [...] Je peux faire passer les mêmes émotions sur Twitter que dans la réalité³⁰.

Ou encore Alexandra, 19 ans :

Ça m'a attirée le fait de pouvoir mettre des visages sur les phrases, les mots [...] J'ai trouvé ça intéressant de pouvoir utiliser ça pour permettre à la personne de voir quand je rigole ou quand je suis plutôt sérieuse³¹.

Ces témoignages font très bien ressentir la sensation que peut procurer l'utilisation de ces formes pour certains individus : au delà de la volonté de communiquer de manière claire, les émoticônes pourraient traduire cette volonté de dépasser la distance en remettant au cœur des échanges, des symboles représentant son propre corps ou état d'esprit. Cela pourrait également expliquer la créativité sans limite dans la construction des émoticônes mais aussi dans leur usage et association, pour « s'incarner » au mieux, se montrer aux autres. Dans l'actualité, on note également le succès des Bitmojis³² : ces avatars cartoonesques, rappelant le design des emoji, que l'on peut customiser à notre image et envoyer en tant qu'image (et non comme icône se mélangeant au texte) dans diverses situations du quotidien traitées avec humour.

²⁹ CASILLI Antonio, *Les Liaisons Numériques : vers une nouvelle sociabilité*, Seuil, 2010

³⁰ Emission radiophonique « Emoji, un langage universel ? » France Culture [en ligne] <https://www.franceculture.fr/emissions/pixel/emoji-un-langage-universel> diffusé le 26/12/2014, consulté le 10/06/2017

³¹ ibid

³² Voir annexe 3, p.117

Ces sensations exprimées sont soutenues par des théories plus scientifiques.

Dans « Quête de sens, quête de corps », la deuxième partie de son livre Les Liaisons Numériques, vers une nouvelle sociabilité, Casilli affirme que « le XXème siècle s'est clos sur une prophétie terrible : celle de la disparition du corps dans les sociétés en réseau ». Il constate également que « les communications sur internet grouillent de « traces corporelles », de portraits photos, de descriptions écrites... »³³ comme si les internautes tentaient justement de contourner la contrainte et la réalité matérielle. Le maître-mot des communications numériques, et leur enjeu principal, serait alors la présence puisqu'en mettant en scène son corps, un usager arriverait à être présent dans un échange en ligne (on parle aussi de téléprésence).

Cette idée de corps, de chair, on la retrouve notamment dans le livre Joie tragique : les formes élémentaires de la vie électronique de Vincenzo Susca³⁴, Maître de Conférence en sociologie de l'imaginaire et Chercheur au Centre d'Etudes sur l'Actuel et le Quotidien de Montpellier. Pour lui, cette pratique électronique est profondément ludique, et vit une effervescence joyeuse qui témoigne notamment du retour du corps dans le virtuel : « on est en face d'une chair qui se fait verbe » par glissement de la célèbre phrase de la Bible « le Verbe s'est fait Chair ». Les émoji montrent les larmes, la joie, l'amour et présenteraient l'homme sous ses fantaisies les plus extrêmes.

Longtemps, après avoir eu cette intuition d'hypothèse sur une tentative d'incarnation de soi dans le digital, nous avons fait une découverte intéressante qui, selon nous, la confirme : dans les prochains candidats d'emoji, Unicode parle d'un symbole de mains formant un cœur. Nous exposons déjà cette pratique plus haut, dans une dynamique allant du clavier numérique vers les corps physiques. L'incarnation de cet emoji revient maintenant vers le digital pour créer une nouvelle représentation. Ce mouvement dialectique témoigne d'une volonté de redigitaliser ce qui a été incarné : de symboliser son corps en action dans le virtuel et de littéralement pouvoir dire : « Ceci est mon corps (en ligne) ».

³³ ibid

³⁴ SUSCA Vincenzo, *Joie tragique : les formes élémentaires de la vie électronique*, CNRS Éditions, 2011

B. LES EMOTICONES, UN « NOUVEAU LANGAGE UNIVERSEL » ?

L'imagerie qui escorte les nouvelles pratiques, et particulièrement les nouvelles technologies, mérite d'être analysée afin de repérer les modes de rapport au monde fantasmé avec l'usage de ces dispositifs. Les discours conditionnent les usages réels, qui eux-mêmes inspirent les discours, pour finalement accorder une place et même une légitimité à ces petites formes.

1. DES DISCOURS D'ACCOMPAGNEMENT PRONANT DES VALEURS FORTES

Quand on entend parler des émoticônes ou des emoji, il est frappant de constater avec quel engouement général les médias présentent le sujet. Nous allons revenir dans cette partie sur les expressions les plus couramment utilisées : les emoji comme langage universel ou hiéroglyphes modernes.

Dans de nombreux articles, les journalistes et internautes se demandent si cette nouvelle pratique serait l'expression d'un « nouveau langage » voire d'un « langage universel » : en effet, leur aspect simple, descriptif et instinctif pousse à penser dans un premier temps que l'ensemble des individus pourrait comprendre la portée positive d'un 😊, car il représente un sourire. Il semble que l'expression des émotions relève plus d'un caractère inhérent à l'homme qu'à celui d'une culture en particulier, donc en effet d'une certaine universalité.

Mais dans les discours, à quoi réfère ce « langage universel » ? Cela veut-il dire que c'est un langage qu'on trouve partout dans le monde ? Que c'est un langage compréhensible par tous les individus ? Selon le dictionnaire en ligne Larousse³⁵, l'adjectif qualificatif universel décrit quelque chose :

Qui concerne l'Univers, le cosmos : Gravitation universelle.

Qui s'étend sur toute la surface de la terre : Domination universelle d'une superpuissance.

Qui embrasse la totalité des êtres et des choses : Une valeur universelle.

Qui a des connaissances en tout : Un homme universel.

Qui s'applique à tous les cas : Remède universel.

Se dit de certains instruments ou appareils à usages multiples : Robot universel.

³⁵ http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/universel_universelle/80623

Si ces définitions semblent claires et évidentes, on comprend l'idée véhiculée par l'expression « langage universel » sans pour autant réellement réussir à identifier à quel aspect exactement de ces définitions, « l'universalité » questionnée de l'usage des emoji réfère. Est-ce vouloir dire que leur usage « *s'étend sur toute la surface de la terre* » ? L'argument est vite démontable. Est-ce vouloir dire que les emoji représentent et « *embrasse[nt] la totalité des êtres et des choses* » ?

Un des problèmes majeurs auquel nous sommes confrontés à la lecture de ces articles, est que le terme utilisé n'est pas défini. Peut-être finalement que les articles parlent simplement d'universalité selon la dernière définition, comme d'un objet, d'une technologie à usages multiples ?

D'autres recherches lexicales s'imposent pour comprendre la nuance, et c'est dans la lexicographie du CNRTL³⁶ que nous précisons cette notion. Parmi de nombreux exemples et nuances, on trouve :

- a) Qui est commun à tous les hommes. *Besoin, préjugé universel ; conviction, conscience, croyance, opinion universelle. [...]*
- ♦ *Langue, langage universel(le). Langage universel des mathématiques. [...]*
- LING. Langue artificielle auxiliaire. *L'espéranto, langue universelle. [...]*
- *En partic.* Reconnu de tous.

Un langage universel serait donc un langage commun à tous les hommes, ou du moins reconnu de tous. C'est en effet ce que l'on trouve dans l'émission radiophonique « Emoji, un langage universel ? » de France Culture citée plus haut : le journaliste s'y demande si on pourrait affirmer un tel constat dans la mesure où les émoticônes sont un langage « accessible à tous puisque contournant les barrières de langue ». En y regardant de plus près, on comprend que l'universalité attribuée aux emoji dans la presse de manière générale est en effet liée d'une part au caractère facilement interprétable de certains symboles (un sourire, un soleil ou un cœur par exemple), et d'autre part à leur usage de plus en plus important.

Mais accessible veut-il dire à la fois compréhensible et utilisé ? Cela veut-il dire qu'il est dans les faits compris et utilisé, ou parle-t-on plutôt d'une potentialité universelle ? Dit-on de n'importe quel objet qu'il est universel sous prétexte qu'il est massivement utilisé ? Par exemple l'anglais est une langue parlée dans le monde entier, mais dit-on

³⁶ <http://www.cnrtl.fr/definition/universel>

pourtant que c'est une langue universelle ? Ne parlerait-on pas plutôt d'une langue internationale, ou d'une langue mondialement parlée ?

Ces questions, auxquelles nous n'avons pas de réponses, montrent cependant que le terme d'universalité pose selon nous problème quand il réfère notamment à un langage ou à une langue. Il semble même que très peu de choses puissent réellement être qualifiées d'« universelles » : les principales lois scientifiques au sens large peut-être (par exemple un organisme vivant apparaît, vit puis disparaît), et donc tout ce qui toucherait à la nature intrinsèque et biologique de l'homme et de la nature. On pourrait parler d'universel empirique : on en fait l'expérience, on le constate.

Bien sûr on pourrait dire que l'objet « voiture » est identifié universellement. Mais ce n'est pas la qualité première de cet objet : on ne dirait pas qu'une « voiture est universelle ». Ce qui semble intéressant dans ces discours de questionnement sur les émoticônes et emoji, c'est justement que leur critère d'universalité semble être l'élément définissant leur intérêt, et donc leur qualité première. Or il semblerait, par intuition, que ce terme soit associé à des valeurs : quelque chose qui serait grand, partagé par l'ensemble des hommes sur Terre, quelque chose de positif. Se questionner sur une langue ou un langage universel ne relèverait-il pas du fantasme voire du mythe ? Ici universel renvoie au concept en tant que valeur du beau, du bien à défendre, notamment par les Lumières et les défenseurs d'une Déclaration universelle des droits de l'homme³⁷.

Les émoticônes, et a fortiori les emoji, seraient donc un Esperanto technologique réunissant les hommes et les ramenant avant l'épisode de la Tour de Babel ? Un moyen pour les hommes de communiquer et de se comprendre à travers le monde ? Une croyance qui pourrait faciliter la communication entre les hommes.

Une autre clarification lexicale s'impose : pourquoi certains articles qualifient cette pratique de langue et d'autres de langage ? Quelle différence font-ils ? Les deux termes sont parfois utilisés dans le même article pour décrire cet usage, ce qui témoigne encore une fois du manque de rigueur scientifique avec laquelle ce sujet est souvent traité, au profit d'expressions toutes faites, comme « la révolution numérique ».

Nous rencontrons également d'autres analogies dans les discours, notamment celle

³⁷ « L'idée d'universalité » Pierre Tavoillot <http://expositions.bnf.fr/lumieres/arret/04.htm>

qui associe et compare les émoticônes aux hiéroglyphes. Pour certains comme Fred Benenson³⁸ les hiéroglyphes sont les ancêtres des emoji³⁹. Pour d'autres, comme le professeur Vyv Evans, ils sont le « langage qui se serait le plus vite répandu depuis les hiéroglyphes » voire même qui les a « déjà éclipsés », car ces derniers « ont pris des siècles à se développer »⁴⁰.

La linguiste Gretchen McCulloch appelle à plus de distance :

« La raison pour laquelle certains pensent que c'est un langage est parce que les emoji ressemblent à des hiéroglyphes. Mais les hiéroglyphes sont très avancés. Même s'ils ressemblent à des petits dessins, ils contiennent de l'abstraction. Et l'abstraction est très importante dans le langage. »⁴¹

Si cet argument s'oppose à une pratique que nous avons constatée, à savoir utiliser certains emoji en tant que formes abstraites d'un ressenti, il témoigne bien des débats autour de cet objet, et montre que l'on revient souvent à des questions de définition.

On constate donc que les émoticônes et leur usage touchent à de nombreux concepts, rendant opaque une tentative de définition de ce qu'ils pourraient être : mode de communication et d'expression ? Caractères ? Formes ? Mots ? Images ? Langage ? Paralangage ? Langue ? Nouveaux hiéroglyphes ? Facilement compréhensibles ? Universels ?

Les termes se mélangent, les linguistes discutent sans directement se répondre, entraînant un effet de flou sur la nature des émoticônes et emoji, mais qui alimente justement l'intérêt pour cet objet hybride composé de formes graphiques censées imiter le langage non-verbal, présentes uniquement à l'écrit mais pourtant au contact de la langue. Si cet objet est passionnant au regard des sciences du langage, il est

³⁸ Fondateur de la start-up de crowdfunding Kickstarter éditeur d'une traduction de *Moby Dick*, le célèbre roman d'Herman Melville, en emoji : *Emoji Dick*, 2012

³⁹ Propos tenu dans l'émission radiophonique « Emoji, un langage universel ? » France Culture [en ligne] <https://www.franceculture.fr/emissions/pixel/emoji-un-langage-universel> diffusé le 26/12/2014, consulté le 10/06/2017

⁴⁰ « Les emojis deviennent le langage le plus parlé du monde ? » LeMonde.fr <http://lesclesdedemain.lemonde.fr/contenu-partenaire-media/les-emojis-deviennent-ils-le-langage-le-plus-parle-du-monde- a-93-5491.html> publié le 19/01/2016, consulté le 9/06/2017

⁴¹ « Les emojis constituent-ils un langage à part entière ? » LeMonde.fr http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/03/15/les-emoji-constituent-ils-un-langage-a-part-entiere_4883318_4408996.html publié le 15/03/2016 consulté le 9/06/2017

également investi par des fantasmes qui rappellent les imaginaires autour des NTIC.

2. AU CŒUR DES IDEOLOGIES ET IMAGINAIRES LIEES AUX NTIC

De manière générale, les NTIC sont des technologies que l'imaginaire collectif associe plus facilement aux propriétés humaines, l'homme se définissant comme un être de langage. D'où, selon Lise Renaud, un effet d'attribution d'un fort pouvoir émotionnel attribué aux NTIC⁴².

Médias participatifs, journalisme citoyen, échanges en peer-to-peer, autopublication, édition collaborative, diffusion communautaire, web social, démocratisation des médias... la liste est longue de ces expressions forgées pour désigner des nouvelles modalités de production de l'information, ou de nouveaux types de pratiques culturelles liées au numérique. Internet aurait permis de dépasser le modèle des médias traditionnels et nous serions passés d'une culture de l'information verticale à horizontale, rendant tous les individus actifs dans cet espace de liberté. L'essayiste JP Lasica écrit :

*Les médias 1.0 sont descendants, centralisés, fermés. L'information y est hautement filtrée. Ils s'adressent à des consommateurs passifs : les médias s'adressent à vous, ils ne vous impliquent pas. [...] Les médias 2.0 sont ce que produit la révolution des médias personnels. L'audience devient le contenu. C'est le royaume de la conversation : on veut commenter, évaluer, recommander. Les valeurs clés sont les histoires individuelles, les expériences, l'application l'engagement. Nous sommes les médias.*⁴³

La « révolution internet » aurait donc notamment permis des échanges horizontaux dont auraient émergé des productions inédites, occultées par l'ancienne verticalité, qui elle réduisait les échanges créatifs. Cette révolution aurait également permis l'avènement de « communautés en ligne »⁴⁴ se regroupant par affinités culturelles. Ce terme a été introduit par l'informaticien Joseph Carl Robnett Licklider, un des fondateurs d'internet, puis repris par l'universitaire Howard Rheingold. Ce dernier parle même de

⁴² RENAUD Lise "Imaginaire publicitaire des techniques info-communicationnelles: vers la technicisation des émotions" dans *Industrialisation des émotions et radicalisation de la modernité*, MARTIN-JUCHAT Fabienne et STALL Adrian, 2016, L'Harmattan, p.85

⁴³ J.D Lasica Darknet, *La Guerre d'Hollywood contre la génération numérique*, 2005

⁴⁴ LICKLIDER J.C.R. et TAYLOR R. « The Computer as a communication device », *Science and Technology*, 1968

« communautés virtuelles »⁴⁵ et pousse le concept plus loin : elles seraient supérieures aux communautés traditionnelles dans la mesure où elles se constitueraient par choix d'adhésion à des mêmes valeurs et mêmes intérêts. Cette nouvelle modalité de structuration des rapports sociaux ne représenterait donc pas « an alternative society, but an alternative to society » selon les mots de Kevin Robbins⁴⁶.

Selon Franck Rebillard⁴⁷, on peut observer la permanence de cette utopie d'une communication plus égalitaire, qu'incarne l'idéologie techniciste accompagnant les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Les racines idéologiques des trois thématiques révolutionnaires d'internet se retrouvent selon lui dans théories plus anciennes :

- *le culte saint-simonien des réseaux, dans un plaidoyer contemporain pour l'horizontalité des échanges ;*
- *le principe wienerien d'une circulation de l'information « sans entrave », dans la défense de la liberté de création ;*
- *la critique post-soixante-huitarde de la société de consommation dans la promotion de l'autonomie individuelle.*

Grâce aux nouvelles capacités techniques de stockage, de puissance d'envoi et d'affichage, internet a remis au goût du jour ces idéologies. Internet allait connecter les individus du monde entier et permettre de mieux communiquer, de mieux de se comprendre, mais également de découvrir le monde et de développer une certaine empathie. Il allait permettre un monde meilleur, plus égalitaire et juste.

Tous les discours sur un potentiel langage universel qu'incarneraient les emoji, s'inscrivent dans une certaine continuité de ceux dont nous venons de parler. On sent comme une aspiration à la création de sociabilités virtuelles qui seraient fortes, « réelles » voire physiques, et dépasseraient les frontières nationales.

On observe un autre type de discours, plus récent : les NTIC pourraient permettre à l'homme de « s'augmenter ». Comme le souligne le philosophe Jean-Claude Beaune : « entre technique et magie, quelle que soit l'époque à laquelle on se

⁴⁵ RHEINGOLD Howard, "Virtual communities", *Whole Earth Review*, 1999, p.79

⁴⁶ ROBBINS Kevin « Cyberspace and the world we live in » dans *Fractal Dreams : New Media in Social Context*, DOVEY John 1996, p.1-30

⁴⁷ REBILLARD Franck, chapitre IV « Mettre à distance l'idéologie techniciste » *Le Web 2.0 en perspective, Une analyse socio-économique de l'internet*, L'Harmattan 2007, P.85

situé, viennent se nicher des affinités suggestives... »⁴⁸ Dans son mémoire « Discours, objets et pratiques, analyse de l'articulation entre magie et technologie » Valentin Lefebvre se penche sur le cas du smartphone :

Dans notre corpus publicitaire, le discours technique permet d'appuyer la valorisation des objets. Ce qu'il y a de saillant, c'est qu'il vise à générer un « effet de croyance ». Le discours technique permet de porter rationnellement des associations ayant trait au fantastique : les super pouvoirs, l'extraordinaire, l'humanisation de la machine.⁴⁹

Voici deux publicités⁵⁰ de ce corpus, particulièrement intéressantes dans le cadre de l'analyse des discours prônant l'augmentation des relations sociales grâce aux NTIC :



Figure 1 :
 Texte : « Partagez comme si vous y étiez.
 BlackBerry Z10 avec BBM Vidéo Chat et partage d'écran.
 Le nouveau BlackBerry Z10 vous permet d'échanger en face-à-face et de partager le contenu avec vos proches.
 Keep Moving »

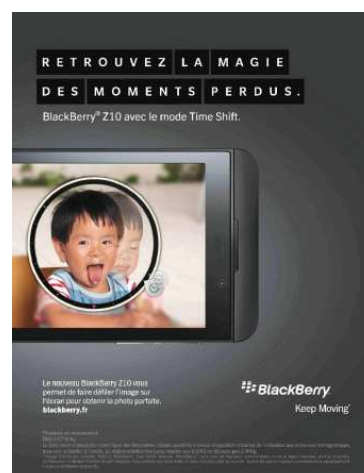


Figure 2 :
 Texte : « Retrouvez la magie des moments perdus.
 BlackBerry Z10 avec le mode Time Shift.
 Le nouveau BlackBerry Z10 vous permet de faire défiler l'image pour obtenir la photo parfaite.
 Keep Moving »

L'espace et le temps ne sont plus des problèmes pour véhiculer et entretenir des émotions grâce aux smartphones puisqu'ils permettent de partager les moments de vie comme si on y était (figure 1 : une femme réalise une échographie avec son compagnon au téléphone), et même de retrouver « la magie des moments perdus » (figure 2 : un enfant pris en vidéo dont on voudrait faire une photo). Ces publicités suggèrent que ces téléphones « intelligents » permettent donc de vivre une vie avec plus d'émotions et plus de souvenirs. Sans « BBM Vidéo Chat » l'homme n'aurait

⁴⁸ BEAUNE, Jean-Claude, *Les spectres mécaniques, essai sur les relations entre la mort et les techniques, un canard meurt sans détails, le troisième monde*, collection Milieux Champ Vallon, 1993, p.270.

⁴⁹ LEFEBVRE Valentin, « Discours, objets et pratiques, analyse de l'articulation entre magie et technologie », sous la direction de Joëlle Le Marec, CELSA, 2016, p.30

⁵⁰ Voir annexe 4, p.118 pour version agrandies

jamais pu assister à ce moment, considéré comme très important dans la vie de futurs parents.

Encore une fois le parallèle avec l'apparente possibilité d'une écriture émotionnelle via ces NTIC nous semble intéressant. Nous posons l'hypothèse que les emoji sont pris dans cette dynamique observée de promotion d'augmentation de la charge émotionnelle grâce aux NTIC.

Elsa Godard s'interroge : « La question est de savoir à quoi va aboutir cette nouvelle figure du moi, traversé et transformé de part en part, par le virtuel ? » L'idéologie techniciste dont nous venons de voir quelques exemples, pousse à parler de « réalité augmentée », « d'homme augmenté » : « peut-être faut-il évoquer une « subjectivité augmentée » par l'intégration du virtuel au cœur de la constitution même du sujet ? »⁵¹

Enfin, ces émoticônes et emoji semblent pouvoir s'interpréter à la lumière des discours fantasmant « l'interactivité » des dispositifs numériques : l'homme peut interagir avec ses proches via la machine, mais également avec le contenu, grâce à des emoji se transformant en fonctionnalités pour exprimer son avis et pour favoriser la communication comme nous le verrons plus tard.

Ces pratiques, prises entre les discours d'accompagnements, les discours publicitaires et les croyances des utilisateurs, s'installent dans le quotidien et se développent.

3. UN PHENOMENE POPULAIRE QUI S'INSTALLE

Si l'usage des emoji et émoticônes est de plus en plus visible dans les conversations numériques, nous constatons également qu'il s'étend à d'autres sphères (publicitaire, artistique, institutionnelle et même juridique), renforçant sa légitimité à être considéré comme un phénomène de société non négligeable.

⁵¹ Elsa Godart « Je selfie donc je suis », ou le stade du selfie », Huffingtonpost.fr [en ligne] http://www.huffingtonpost.fr/elsa-godart/selfie-reseaux-sociaux-je-selfie-donc-je-suis_b_10318100.html publié le 06/06/2016, consulté le 10/06/2016

Constatant l'engouement autour de cette pratique, les entreprises s'en emparent progressivement : déjà en 2015, MacDonald lançait une campagne avec des emoji⁵² à la place des visages humains pour illustrer son slogan « Venez comme vous êtes », ou plutôt « Venez dans tous vos états » dans ce cas-là. En 2015 également, la marque Dominos a permis à ses clients de commander des pizzas grâce à un simple sms avec un emoji pizza⁵³. Dans le dernier spot télévision de l'agence immobilière Laforêt⁵⁴, les emoji fleurissent à l'écran en surimpressions du film publicitaire et illustrent les propos de la voix off. Sur le site du Loto, il est maintenant possible d'activer l'option « LOTOJIS »⁵⁵, « un nouveau mode de prise de jeu ludique et digital »: on peut créer une combinaison de LOTOJIS® pour « jouer avec son humeur et ses émotions »⁵⁶ plutôt qu'avec des chiffres.

Sur la barre tactile du dernier Mac Book Pro⁵⁷, une des fonctionnalités affiche les emoji, il n'y a plus qu'à toucher la barre pour les afficher dans le corps du texte. Le dessin animé « Le Monde secret des Emoji »⁵⁸ sortira en salle le 28 juillet 2017 et racontera comment Gene, une émoticône « exubérante » des autres, va se mettre en quête du Code pour « devenir comme les autres ». Dernier exemple de ce rapide panorama : la marque Durex a annoncé qu'elle allait commercialiser des préservatifs goût aubergine⁵⁹, en réponse à l'utilisation des internautes de cet emoji pour sa connotation sexuelle. Même si ce n'était finalement qu'un canular, la marque (qui utilise énormément les emoji dans sa communication en ligne pour aborder la sexualité de manière ludique) s'est quand même emparée du sujet pour faire parler d'elle.

⁵² Voir annexe 5, p.119

⁵³ « Commander vos pizzas Domino's avec un emoji » LaRéclame.fr [en ligne] <http://lareclame.fr/127410-dominos-tweet-pizza-emoji> publié le 13/05/2015, consulté le 18/05/2017

⁵⁴ Campagne télévision diffusée en février 2017 [en ligne] <https://www.youtube.com/watch?v=GGdGhtbOhHE>

⁵⁵ Voir annexe 6, p.120

⁵⁶ « FDJ lance un nouveau LOTO® pour séduire ses clients et conquérir de nouveaux joueurs » communiqué de presse de la FDJ <https://www.groupefdj.com/uploads/files/pressRelease/fdj-lance-un-nouveau-loto-r-pour-seduire-ses-clients-et-conquerir-de-nouveaux-joueurs/CP%20Lancement%20Nouveau%20LOTO%20v22%2002%202017%20-v13h11.pdf?v=1.0.0> publié le 23/02/2017, consulté le 22/06/2017.

⁵⁷ Voir annexe 7, p.121

⁵⁸ Voir annexe 8, p.122

⁵⁹ Voir annexe 9, p.123

Dans le cas des marques, on note que les emoji sont utilisés pour leur aspect ludique et pour se positionner comme des marques sympathiques, digitales et dans l'air du temps. Elles les utilisent en tant qu'effet de mode pour toucher une cible et montrer qu'elles en maîtrisent les codes, avec plus ou moins d'agilité.

Une des œuvres artistiques les plus connues liées à ces figures est le roman Emoji Dick⁶⁰, une traduction entière de Moby Dick de Herman Melville, uniquement en emoji. Edité en 2012 par Fred Benenson, l'entrepreneur à l'origine de cette réécriture et fondateur de Kickstarter, le projet de ce livre a été financé en trente jours par 83 personnes sur la plateforme. Voici l'exemple le plus populaire de ce à quoi ressemble ce rébus géant :

ENGLISH: Call me Ishmael.
EMOJI: 📞👤🚤🐳👉

Figure 3

Chacune des phrases du livre, qui en contient à peu près 10 000, a été traduite trois fois par un internaute du service Amazon Mechanical Turk. Ces résultats ont ensuite été soumis à un autre cercle d'internautes, et la version la plus populaire de chaque phrase a été retenue pour le livre. Au total, près de 800 personnes ont passé 3 795 980 secondes à travailler sur ce bouquin⁶¹.

On peut citer un autre livre, cette fois-ci écrit uniquement avec des emoji, intitulé Book from the Ground, et traduit Une histoire sans mots⁶² en français. Par opposition à un livre qu'il avait écrit en caractères chinois inintelligibles, Book from the Sky, l'artiste Xu Bing a voulu un écrire une œuvre « que tout le monde pourrait lire »⁶³, sans mot.

Egalement connu, on peut citer la réinterprétation d'un clip « Drunk in Love » de la chanteuse Beyonce (1,4 millions de vues), par le producteur Jess Hill, présenté

⁶⁰ Site officiel : <http://www.emojidick.com>. Voir annexe 10, p.124

⁶¹ Interview de Fred Benenson dans "Quand les emoji nous donnent le smile" Pop [en ligne] <https://pop.orange.com/fr/a2533/quand-les-emojis-nous-donnent-le-smile-emoticone-pop-culture/> publié le 13/07/2016

⁶² BING Xu, Une histoire sans mots, Grasset, 2013. Voir annexe 11, p.125

⁶³ Book from the ground, from point to point », The MIT presse [en ligne] <https://mitpress.mit.edu/books/book-ground>

aujourd'hui comme un « Emoji video artist ». La vidéo est une traduction animée des paroles par des emoji, qui s'affichent au rythme des paroles.

On remarque aussi des initiatives artistiques plus centrées sur la diversité de formes et de couleurs qu'offrent les emoji : certains artistes comme Yung Jake reconstituant même des visages de célébrités uniquement grâce aux petites formes⁶⁴. On pense également au travail de Fred Benenson représentant la première de couverture du magazine le New Yorker grâce à une mosaïque d'emoji⁶⁵. Dans ces deux cas, ce sont les dimensions graphiques des objets qui intéressent les artistes plus que leur symbolique descriptive.

Enfin, soulignons trois événements qui nous semblent importants dans la mesure où ils participent à nos yeux directement d'une « officialisation » des emoji comme langage à part entière, par des institutions elles-mêmes.

En janvier 2015, un adolescent de Brooklyn connu des services de police pour son implication dans divers trafics d'armes et de drogues, a été arrêté après qu'ils aient identifié des photos du garçon sur Facebook exhibant une arme, accompagnées d'un statut agressif à l'égard des autorités. Il conclut son statut d'un emoji de policier suivi de trois emoji d'arme à feu⁶⁶ (figure 4).



Figure 4

Source: [https://www.dnainfo.com/new-york/20150122/bushwick/teen-arrested-after-using-gun-](https://www.dnainfo.com/new-york/20150122/bushwick/teen-arrested-after-using-gun-emojis-threats-kill-police)

L'association du message, de l'image et des emoji a déclenché l'arrestation au motif de menace terroriste et possession d'une arme à feu. Même si le contexte général doit être pris en compte, ce fait divers montre qu'un emoji a constitué, aux yeux de la

⁶⁴ Voir annexe 12, p.126

⁶⁵ Voir annexe 13, p.127

⁶⁶ "Teen Arrested After Using Gun Emojis in Threat to Kill the Police" DNAINFO.com [en ligne] <https://www.dnainfo.com/new-york/20150122/bushwick/teen-arrested-after-using-gun-emojis-threats-kill-police> publié le 22/01/2015, consulté le 8/06/2017.

police et de la justice de l'Etat de New York, un chef d'accusation supplémentaire pour provoquer une arrestation et a été présenté au moment du procès.

En novembre 2015, l'emoji « Face With Tears Of Joy » a été élu « mot de l'année » par le dictionnaire britannique Oxford⁶⁷, affirmant simplement que cet emoji correspondait le mieux à « la philosophie, l'humeur et les préoccupations » de cette année-là. Alors que nous avons constaté plus haut que la nature de cet objet soulevait de très nombreuses questions de définition, touchant parfois à des concepts fondamentaux de la linguistique, il est surprenant de voir ce pictogramme visuel qualifié de « mot » sans plus d'explications.



*Emoji
Tears
Of Joy*

Enfin, en octobre 2016, le Museum of Modern Art a annoncé que la compilation originale des premiers emoji⁶⁸ inventée au Japon et commercialisée en 1999 par une société de télécommunication venait d'agrandir sa collection⁶⁹, en tant que l'un des symboles d'une longue tradition d'expression visuelle du langage. Ces formes sont ainsi reconnues par l'un des acteurs faisant autorité dans le monde de l'art et de la culture, comme une forme d'art moderne, de la même façon que les hiéroglyphes peuvent être également considérés comme une forme d'art ancestral.

Ces exemples pourraient sembler anecdotiques mais il nous semble au contraire que non : dans chacun des cas, la portée symbolique et textuelle des emoji fait événement pour des acteurs de typologies différentes.

Le NYPD représente la Justice et l'emoji publié par l'individu a été retenu contre lui au même titre qu'une parole verbalisée, comme preuve d'une menace. Le dictionnaire Oxford, un des représentants de la langue d'un pays, acte qu'un des emoji est considéré à ses yeux comme un « mot ». Et enfin, un musée mondialement reconnu acquiert la première production industrielle de cette forme de communication, lui conférant ainsi le statut d'œuvre d'art moderne.

⁶⁷ "Word of the Year 2015" OxfordDictionaries.com
<http://blog.oxforddictionaries.com/2015/11/word-of-the-year-2015-emoji/> publié le 16/11/2015

⁶⁸ Voir annexe 14, p.128

⁶⁹ "The Original Emoji Set Has Been Added to The Museum of Modern Art's Collection" Moma's Medium page [en ligne] <https://stories.moma.org/the-original-emoji-set-has-been-added-to-the-museum-of-modern-arts-collection-c6060e141f61> publié le 26/10/2016, consulté le 01/11/2016

C. LES LIMITES DES IDEOLOGIES INVOQUEES

Ces divers discours font partie intégrante de la compréhension de l'usage des émoticônes. Cependant, il convient de faire un pas de côté pour découvrir que ces objets circulent d'une manière tellement diverse qu'il est impossible de les restreindre aux discours qui les accompagnent et véhiculent certaines idéologies. Les faits mettent à jour des formes complexes, nuanciant des descriptions médiatiques simplifiées. En effet, le critère « universel » des émoticônes semble difficilement affirmable. De plus, certains remettent également en question leur usage même, censé favoriser une certaine sociabilité en ligne.

1. UN MODE DE COMMUNICATION PAS SI UNIVERSEL QUE ÇA

Comme nous avons commencé à le pressentir plus tôt dans la démarche, l'expression de langue ou langage universel pose problème : un tel concept est-il même pensable au-delà d'une idéologie et du fantasme ? Dans la définition en ligne du terme « universel » que nous avons donnée plus haut, une citation est invoquée :

*Une langue universelle est aussi impossible que le mouvement perpétuel. Je vois même une raison péremptoire de cette impossibilité ; c'est que, quand tous les hommes de la terre s'accorderaient aujourd'hui pour parler la même langue, bientôt, par le seul fait de l'usage, elle s'altérerait et se modifierait de mille manières différentes dans les divers pays*⁷⁰

Dans une interview à propos de l'Esperanto⁷¹, le linguiste Umberto Ecco soulève le même argument : c'est seulement si dix millions de japonais parlaient cette langue que l'on pourrait s'apercevoir si l'esperanto japonais devient ou non un dialecte. La notion de dialecte est tout-à-fait intéressante à considérer sur les émoticônes. Car même si une expression de joie peut potentiellement se comprendre à travers le monde, elle peut se représenter différemment selon les cultures. Des chercheurs en psychologie des universités de Hokkaidō (Japon) et de l'Alberta (Canada) ont analysé comment les Japonais et les Américains déchiffraient les émotions à travers les expressions du

⁷⁰ DESTUTT DE TRACY Antoine *Éléments d'idéologie*, Seconde partie « Grammaire », 1803, p. 395

⁷¹ « L'Esperanto et le plurilinguisme de l'avenir » entretien du 20/01/1993 retranscrit de Umberto Ecco avec Istan Ertl [en ligne] <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED401714.pdf> p.9

visage. Sous la direction de Masaki Yuki, docteur en science du comportement, ils ont constaté que les Américains se concentrent sur les lèvres, alors que les Japonais observent plus les yeux⁷². Cette différence d'analyse des émotions pourrait expliquer les différences que l'on trouve entre les émoticônes occidentales et les « kaomoji » (« marques du visage » en japonais), s'inspirant eux-mêmes des mangas. Voici un exemple des symboles courants représentant l'étonnement et la surprise :

Style occidental	Style nippon
:O :-o :O :o	O_o o_O °° °o° o__Ô ô__O
=O =o =-O	-_o OoO Owô *_*(@_@)

Première spécificité observable : on remarque que les symboles occidentaux se lisent horizontalement, de la gauche vers la droite (les yeux, le nez, la bouche), comme le système occidental de lecture, tandis que les symboles nippons se lisent sans avoir besoin de « pencher la tête sur le côté » (un œil, la bouche, un œil) pour reprendre les termes de la Nétiquette.

Enfin, il est en effet incontestable que le chiffre « 0 », la lettre « O » et le signe « ° » sont utilisés majoritairement dans les deux styles, mais dans un cas pour représenter une bouche béante, et dans l'autre, l'écarquillement des yeux. L'hypothèse d'une spécificité culturelle, d'un dialecte dans la création textuelle des emoji paraît soutenable. A tel point que ce dialecte peut parfois rendre incompréhensible la lecture d'une émoticône pour celui qui ne possède pas les références culturelles nécessaires. En inspectant les claviers d'émoticônes japonais⁷³, les fameux kaomoji, il m'a semblé faire une découverte culturelle passionnante : j'étais à la fois fascinée et intriguée devant ces formes que je déchiffre parfois instantanément, parfois pas du tout, même avec beaucoup d'imagination. Le sentiment de satisfaction après avoir réussi à visualiser une expression est assez intéressant : comme si d'un coup, un accès

⁷² «Are the windows to the soul the same in the East and West? Cultural differences in using the eyes and mouth as cues to recognize emotions in Japan and the United States » Masaki Yuki, William Maddux, Takahiko Masuda2005 [en ligne] <http://archive.wikiwix.com/cache/?url=http%3A%2F%2Ffaculty.insead.edu%2Fwilliam-maddux%2Fdocuments%2FJESP-face-paper.pdf>

⁷³ Voir annexe 15, p.129

s'ouvrirait et une connivence se créait avec une autre façon de voir un objet. Pour illustrer nos propos et également la créativité de cette écriture dont nous parlions plus haut, voici quelques exemples de ces émoticônes japonais :

☆~ (ゝ。∂) (*'▽`)♪ ♪('θ`)

(*^○^*) (*^▽^*) (*°▽°*) (*°▽°*) (//▽//) \\\(//▽//)\\ (≧▽≦) (#^.^#)

On pourrait penser que les emoji industrialisés sont une forme plus lisible et donc plus universelle d'émoticônes dans la mesure où ils ont un design prédéfini : ils se rapprochent beaucoup plus d'une image. Cependant un autre degré du problème se pose, celui de la compréhension du sens des emoji. Si avec les kaomoji, il est parfois difficile de simplement lire ces formes et de comprendre ce qu'elles décrivent au sens propre, avec les emoji on « lit » la forme, on « lit » l'expression du visage mais chacun peut les interpréter différemment.

L'université du Minnesota aux Etats-Unis aurait publié en 2016 une étude⁷⁴ concernant l'interprétation des emoji dont la conclusion infirme leur éventuelle universalité : dans 25% des cas, les utilisateurs ne parviennent pas à un consensus sur le caractère positif ou négatif de l'émotion exprimée par un emoji⁷⁵. Sur 100 millions de tweets aléatoires collectés, les 125 emoji anthropomorphes qui revenaient le plus fréquemment ont été retenus comme sujets d'étude. 304 participants ont ensuite exprimé leurs interprétations des sentiments représentés dans ce corpus, selon les emoji, et leurs déclinaisons. En effet, il est important de préciser que, d'un appareil numérique à l'autre, les emoji ne s'affichent pas à l'écran exactement de la même façon, voire pas du tout, les marques ayant leurs propres spécificités dans le design :

⁷⁴ Malgré les recherches, nous n'avons pas réussi à trouver cette étude, tous les hyperliens des articles la mentionnant redirigeant vers une erreur 404.

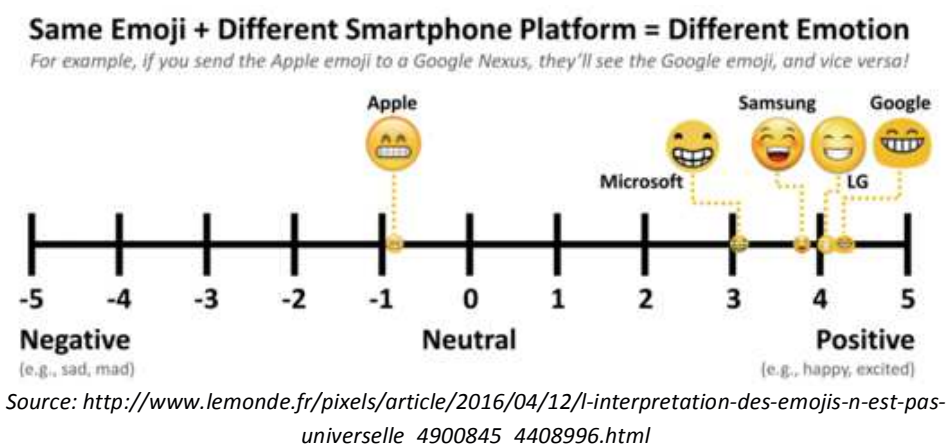
⁷⁵ "Les emojis ne sont pas une langue universelle" [en ligne] <http://www.20minutes.fr/insolite/1828711-20160418-emojis-langue-universelle> publié le 18/04/2016, consulté le 13/04/2017

					—			—	—	—	—	hugging face
Appl	Goog^d	Twtr.	One	FB	FBM	Sams.	Wind.	GMail	SB	DCM	KDDI	CLDR Short Name

Source: <http://unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html>

Ainsi l'étude montrerait que le même emoji peut être interprété avec des connotations différentes selon le système d'exploitation du matériel sur lequel on le reçoit, comme avec le visage intitulé « Grining Face » :

Figure 8



L'emoji d'Apple, qui montre ses dents dans un sourire « droit », est le seul jugé véhiculer une émotion négative, alors que ceux des autres fabricants ont paru positifs aux participants. En effet, le premier pourrait être compris comme un sourire de gêne, alors que l'arrondi est plus associé à un sourire de joie.

On trouve de nombreux articles sur le web proclamant annoncer le « véritable » sens des emoji, comme « Top 10 des emojis dont on ne connaît pas la vraie signification (et qu'on utilise mal) »⁷⁶. Y sont souvent citées les deux mains jointes appelées « Folded Hands » : représentent-elles des mains en prière ? Un « high five » de deux mains de personnes différentes ? Ni l'un ni l'autre, selon Emojipedia.org, le dictionnaire des emoji, ces mains jointes réfèrent à l'origine à un geste culturel japonais pour remercier ou s'excuser.

Enfin, il y a également les emoji présents dans le clavier dont on ne comprend pas

⁷⁶ Topito.com [en ligne] <http://www.topito.com/top-emoji-vraie-signification> publié le 10/06/2017, consulté le 11/06/2017

le sens, la référence, ou ce qu'ils sont censés représenter, comme :



1



2



3

Il faut se référer encore une fois au dictionnaire des emoji pour comprendre que l'image 1, « Moon Viewing Ceremony », illustre une fête japonaise pendant laquelle la tradition consiste à déposer des offrandes la nuit de la pleine lune à la mi-automne. L'image 2 est l'équivalent d'un « bon point » que les professeurs tamponnent sur les bons devoirs au Japon. A l'intérieur, on peut lire « Bravo ». Enfin, l'image 3 est un sigle indiquant sur les cartes et panneaux la présence de bains publics japonais.

Pour le chercheur Vincenzo Susca, même s'il y a bien une forme d'universalité dans la mesure où les emoji sont omniprésents, chaque « tribu » a ses codes particuliers d'interprétation, « cryptés », faisant référence à l'histoire partagée de ses membres. Pour reprendre un exemple déjà cité plus haut, quand le journaliste Abdel Bounane explique qu'il envoie un emoji de pastèque pour symboliser sa bonne humeur, il précise que c'est bien avec le temps que ses amis et lui ont instauré ce code. Dans un autre article⁷⁷, une jeune femme explique que dans son groupe d'amis, l'emoji « Skull » (tête de mort) illustre un lendemain de soirée arrosée. Quand un des membres de ma famille m'envoie l'emoji « Dog Face » je sais qu'il réfère à notre propre chien en particulier.

On l'aura donc compris, les émoticônes comme les emoji, sont les expressions de spécificités culturelles, personnelles, mais également industrielles, qui nuancent le fantasme d'un « nouveau langage universel », d'abord simplement au niveau de la lecture et compréhension du signifiant, puis dans un second temps, de l'identification du signifié.

⁷⁷ "Parlez-vous emoji?" Babel.com [en ligne] <https://fr.babel.com/fr/magazine/parlez-vous-emoji> non daté, consulté le 10/06/2017

2. VERS UNE NORMALISATION EMOTIONNELLE ?

Les emoji sont également le sujet de critiques et de réactions vives face à leur usage croissant. Certains les décrivent comme une forme de nouvelle sociabilité médiatisée, une solution pour rendre les écritures numériques plus humaines, personnelles et empathiques.

Pour Elsa Godart, docteur en philosophie et en psychologie, c'est totalement le contraire qui se passe : les emoji réduiraient notre champ émotionnel en le systématisant.

*L'emoji discrédite toute poésie. Il n'est plus question de chercher au plus juste et au plus profond de soi. Les émoticônes condamnent le sujet à une normalisation émotionnelle et annihilent toute forme de singularité.*⁷⁸

Les usages dans les conversations médiatisées rendraient le langage essentiellement affectif, annihilant toute rationalité du discours. Le *logos* s'éloignerait au profit de la montée en puissance de l'émotion, le *patos*. Elsa Godart affirme même que ce type de pratique, survalorisant les affects, ramène l'homme au mythe platonicien de la caverne, où les images visibles sur le mur tiennent lieu de vérité, alors qu'elles ne sont que des ombres d'objets fabriqués et mis en scène. Non seulement les emoji ne pourront donc jamais égaler la diversité d'une langue et de son vocabulaire, mais ils diminueraient notre expression en enlevant toute nuance : la chercheuse prend l'exemple du cœur, utilisé dans des situations émotionnelles d'intensité tellement différentes qu'il finit par être vidé de son sens. Dans un article voulant expliquer « l'importance des emoji <3 dans les conversations numériques »⁷⁹ le journaliste cite Jeremy Burge, le fondateur d'Emojipedia : « C'est une ponctuation, exactement comme un point d'exclamation » ; puis Catherine Lejealle, sociologue du digital affirmant :

Ça illustre, c'est joli. Il y a un côté paquet cadeau avec l'emoji, ça vient égayer le texte.

⁷⁸ GODART Elsa, *Je selfie donc je suis, les métamorphoses du moi virtuel*, 2016, Albin Michel

⁷⁹ "L'importance des emoji <3 dans les conversations numériques" 20minutes.fr [en ligne] <http://www.20minutes.fr/culture/1753059-20160101-importance-emojis-ur-3-conversations-digitales> publié le 01/01/2016, consulté le 10/06/2017

Or il semble que ces propos servent au contraire l'hypothèse d'Elsa Godart : un cœur est donc utilisé « pour faire joli », ou comme une ponctuation, il ne référerait finalement plus tellement à la notion d'Amour.

De même, cette utilisation presque compulsive pour certains pourrait traduire une certaine hystérisation des émotions. En observant le site EmojiTracker.com qui classe les emoji en fonction des plus utilisés en temps réel sur Twitter (figure 10), on pense au propos de Nicole Aubert affirmant que dans notre société moderne, « se déploie l'individu "par excès" »⁸⁰.



Figure 10 : capture d'écran du 16/06/2017 à 11h03 des 10 emoji les plus utilisés sur Twitter selon emojitracker.com

Sept jours plus tard, « Tears of Joy » a été utilisé environ 9 millions de fois supplémentaires, soit 1,3 millions de fois par jour⁸¹. Dans les cinq emoji les plus utilisés, on retrouve ceux qui potentiellement symbolisent les émotions les plus fortes : un visage pleurant littéralement de rire, deux cœurs rouges, un visage avec des cœurs à la place des yeux, puis un visage pleurant des torrents de larmes. On pourrait également se demander si la construction du soi digital ne met pas en scène cette hyperémotivité ou hypersensibilité, dont les emoji, ces images-émotives, seraient l'emblème.

Pourtant, certains usagers expriment leur scepticisme par rapport à l'utilisation de l'emoji. A lui seul, « Tears Of Joy » représenterait 17% des emoji utilisés aux Etats-Unis et près de 20% au Royaume-Uni⁸².

⁸⁰ LIPOVETSKY Gilles et CHARLES Sébastien, *Les Temps Hypermodernes*, Le Livre de Poche, 2004, p.49

⁸¹ Nous avons consulté le site le 23/06/2017, le chiffre était de 1 736 818 546.

⁸² « Emoji la nouvelle façon de parler » LesEchos.fr [en ligne] https://www.lesechos.fr/15/01/2016/LesEchosWeekEnd/00014-030-ECWE_emoji--la-nouvelle-facon-de-parler.htm#kVUVE3wFQwTbZiU8.99 publié le 15/01/2016 consulté le 17/06/2017

Pour le journaliste Vincent Manilève, il « dévoie la valeur du rire sur internet en simplifiant nos sentiments »⁸³ dans la mesure où l'on imagine que seulement peu de gens sont réellement en train de pleurer de rire au moment d'utiliser cet emoji. Dans sa tribune dénonçant l'emoji « le plus tragique d'entre tous », il critique une « hilarante hystérie collective » des internautes sur le web, espace où les contenus humoristiques prennent un place importante.

Figure 11



Capture d'écran d'un post du média minutebuzz accompagnant une video de kangourou tapant à une vitre, et commentaires

Comme le montre la figure 11, il devient « normal » de mettre un emoji qui pleure de rire pour exprimer que l'on adhère au caractère drôle d'un contenu. Cet emoji est d'ailleurs tellement utilisé qu'une variante a été insérée lors de la mise à jour du clavier en décembre 2016. Les utilisateurs ont désormais le choix entre « Tears of Joy » et « Rolling On The Floor Laughing » qui se roule par terre tellement il rigole. Il est intéressant de noter que selon les marques, des larmes apparaissent ou non :

Figure 12



Cette « hyperémotivité » nous rappelle la métaphore de Erving Goffman, sur la mise en scène du soi des individus, tels des acteurs. On pourrait imaginer que ces individus « surjouent ». Peut-être par pur sentiment d'appartenance, en faisant l'usage d'un code reconnu. Peut-être y a-t-il sur-utilisation de ce code pour être sûr que les émotions sont bien identifiées. Peut-être y a-t-il une réelle hystérisation inconsciente des comportements comme pourraient en témoigner les centaines de vidéos « mignonnes » ou « hilarantes » partagées sur internet qui suscitent toujours de vives

⁸³ « Il faut qu'on parle ce terrible emoji qui rit, le plus tragique d'entre tous » Slate.fr [en ligne] <http://www.slate.fr/story/131240/terrible-emoji-pleure-rire-humour> publié le 13/12/2016 consulté le 15/12/2016

réactions d'émerveillement et/ou de « shot de rire »⁸⁴. Les jeunes qui ont grandi avec internet sont-ils une « Génération Chochotte ? », selon le titre d'un numéro du magazine Stratégies⁸⁵ avec en couverture une photographie de petits chats dans un panier.

Pour Nadia Gauducheau, il y a un réel challenge face à l'hypercommunication contemporaine : « réussir établir des liens profonds, authentiques, véreux à partir de langages éphémères »⁸⁶.

Pour conclure sur cette hypothèse de l'hilarité et de la normalisation des émotions, au sens de la norme, on remarque une chose : lorsque l'on écrit « haha » sur un clavier de smartphone où les emoji sont activés, le système de suggestion propose de remplacer le mot par « Tears of Joy » (figure 13.a). De même lorsque j'écris le mot triste, le dispositif suggère l'emoji pleurant des torrents de larmes (figure 13.b).



Figure 13.a

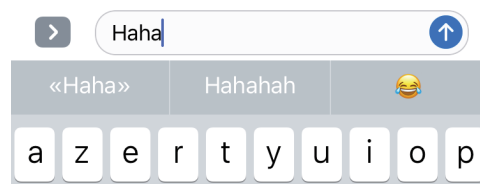


Figure 13.B

Capture d'écran de mon iPhone 16/06/2017

3. SIMULACRE DE SOCIABILITE EN LIGNE ?

Cette automatisation des emoji pourrait représenter une construction industrielle d'une forme de sociabilité et l'on sent que l'on touche ici à des problématiques plus générales qui nous mènent progressivement dans la suite des recherches.

Nous avons donc montré une vision plus modérée de ce que pourraient être les emoji, après avoir analysé les discours qui les accompagnent. Cette « désillusion »

⁸⁴ Voir annexe 16, p.130

⁸⁵ Voir annexe 17, p.131

⁸⁶ GAUDUCHEAU Nadia "La communication des émotions dans les échanges médiatisés par ordinateur: bilan et perspective ", Bulletin de psychologie 2008/4 (Numéro 496), p.389-404 [en ligne] <https://www.cairn.info/revue-bulletin-de-psychologie-2008-4-page-389.htm> consulté le 10/02/2017

rappelle celle des chercheurs face au constat d'un internet qui n'aurait pas forcément rendu le monde meilleur. Comme le rappelle Antonio Casilli, face au « rêve des sociologues »⁸⁷ d'une sociabilité accrue grâce aux communautés créées par internet, les études rappellent que cette technologie n'a pas mis fin au sentiment de solitude, et que les réseaux sociaux peuvent favoriser une désocialisation. Selon une étude réalisée par les chercheurs de la faculté de médecine de Pittsburgh⁸⁸, aux États-Unis, plus les jeunes adultes consacrent du temps aux réseaux sociaux, plus ils ressentent un sentiment de solitude. La fréquence des connexions serait même proportionnellement liée à ce sentiment négatif. Elizabeth Miller, professeur de pédiatrie et coauteur de l'étude, précise : « Nous ne savons pas si le sentiment de solitude préexiste à l'usage intensif des réseaux sociaux »⁸⁹. Toutefois, même si le sentiment est apparu en premier, il n'a pas été atténué par les réseaux « sociaux ».

Pour Christian Sandvig, professeur à l'université du Michigan, l'usage même du terme « social », pour caractériser ces réseaux, pose problème⁹⁰, de même que l'idée de réseaux « démocratiques ». Il rappelle que les grandes plateformes font souvent appel à la censure, à la quantification et à la monétisation des informations des utilisateurs. Il propose la notion d'« industrie du social », à l'image de « l'industrie culturelle » proposée par Adorno et Horkheimer. Alors que ces derniers craignaient une uniformisation de la production et une passivité des acteurs, Sandvig imagine les mêmes dangers liés aux réseaux sociaux, nous faisant nous rappeler les critiques de standardisation des émotions via les emoji. Christian Sandvig dénonce une sociabilité industrialisée, en accord avec des usages implicitement prescrits, aux dépens de la sociabilité « authentique », plus spontanée et libre.

Nous avons donc découvert dans cette partie que les émoticônes sont apparues comme une création des internautes pour tenter de mieux exprimer leurs émotions dans un contexte de CEMO. Pour certains utilisateurs, c'est même l'incarnation de leur

⁸⁷ CASILLI Antonio, *Les Liaisons Numériques : vers une nouvelle sociabilité*, Seuil, 2010, p.47

⁸⁸ « Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S. »
[http://www.ajpmonline.org/article/S0749-3797\(17\)30016-8/references](http://www.ajpmonline.org/article/S0749-3797(17)30016-8/references) publié en mars 2017

⁸⁹ « Gare au syndrome de la solitude sur les réseaux sociaux » LeFigaro.fr
<http://sante.lefigaro.fr/article/gare-au-syndrome-de-la-solitude-sur-les-reseaux-sociaux-> publié le 06/03/2017 consulté le 23/06/2017

⁹⁰ SANDVIG Christian « The Social Industry » publié en avril 2015, consulté en janvier 2017

corps qu'ils donnent à voir. C'est la capacité d'abstraction créative qu'ils apprécient et encouragent. On peut affirmer désormais que cette pratique textuelle est bien une forme de communication à part entière, dont les discours d'accompagnement ont même trouvé écho avec ceux accompagnant la « révolution internet ». Toutefois, dans la continuité de ce parallèle avec les révolutions numériques, nous avons découvert un aspect plus mesuré des potentialités attribuées à cette pratique, pas si universelle que ça, pas si sociabilisante que ça, car étant potentiellement prise dans des mécanismes industriels plus globaux. Nous avons d'ailleurs conclu sur cette dernière piste. En effet, il semble que les défiances principales à l'égard de ces usages portent sur l'aspect industrialisé de ces formes, les emoji.

Sans prendre position sur ces débats, la démarche de recherche nous pousse cependant à continuer notre investigation pour constater l'évolution de la circulation de cette pratique vers les acteurs produisant cette industrialisation textuelle.

II. DES ÉMOTICÔNES AUX EMOJI : UNE PRATIQUE INVESTIE ET STANDARDISÉE PAR LES ACTEURS DU NUMÉRIQUE

Si l'usage des émoticônes est apparu avec le développement de l'accès à Internet pour le grand public, nous avons vu qu'il connaissait depuis un essor notoire à travers les pays et sur les différents outils de communications médiatisées. Comment sommes-nous passés de symboles représentant graphiquement des émotions et reposant sur la créativité des utilisateurs, « construisant » eux-mêmes ces symboles, à un clavier, présent dans la majorité des systèmes de traitement numérique de texte, leur étant spécialement dédié et proposant plus de 1 139 caractères *designés* (ou 2 623 si l'on prend en compte les déclinaisons⁹¹), du sourire classique à la paire de sushi, en passant par le doigt d'honneur et la femme bricoleuse, le père Noël, le lit vide, le lit avec quelqu'un dormant dedans, la jarre, l'urne funéraire, le cadenas ouvert, le cadenas fermé, les quinze types de cœur différents, des triangles, des rectangles, des familles monoparentales, un homme aimant une femme, une femme aimant une femme, un homme aimant un homme, les drapeaux de 247 pays... ?

Dans cette partie, nous tentons d'aller plus loin dans l'analyse et la compréhension de cette pratique devenue un phénomène, en découvrant une autre facette de l'objet, une deuxième épaisseur, plus économique et technique. Nous tentons de comprendre après les imaginaires fantasmés, comment cette pratique a-t-elle été transformée et s'inscrit-elle dans une réalité également plus technique, contrôlée et organisée par des acteurs économiques majeurs du numérique, également considérés comme des industries culturelles du texte.

Ainsi nous reviendrons dans un premier temps sur l'apparition des emoji, ou plutôt du clavier intégré dans les téléphones permettant de générer une forme déjà dessinée dans le corps même du message textuel. Ces claviers ont ensuite été insérés dans le quotidien des usagers d'internet et du téléphone mobile à travers des architextes, dont nous décrirons les mécanismes, participant à l'infraordinarisation de ces objets. Ce développement est pensé et mis en place par divers acteurs et organismes dont nous

⁹¹ Section "emoji counts", Unicode.org <http://www.unicode.org/reports/tr51/#Identification>

décrivons également le fonctionnement. Une question se pose alors : quels sont donc les intérêts de ces derniers à promouvoir autant une pratique ? Toutes ces étapes sont nécessaires pour montrer dans un dernier temps, la réalité économique derrière la standardisation d'une pratique d'expression sur internet.

Des émoticônes aux emoji, l'objet continue de circuler et se raccroche étonnamment à d'autres enjeux, du capitalisme affectif au digital labor, bien loin du simple aspect joli ou pratique des emoji.

A. DE L'ORIGINE DU SUCCES DU CLAVIER EMOJI

Même si le phénomène des emoji a pris l'ampleur que l'on connaît aujourd'hui dans les années 2010, c'est bien dans les années 90 et au Japon que le clavier a commencé à être pensé, pour ensuite être récupéré par les fabricants à travers le monde. Nous allons donc nous pencher sur l'apparition technique de ce clavier, ainsi que sur le contexte social et culturel dans lequel il s'est développé.

1. UNE OFFRE COMMERCIALE D'UN OPERATEUR TELEPHONIQUE JAPONAIS

C'est vers la fin des années 1990 que les premières formes industrialisées d'émoticônes sont apparues au Japon. Les bippers connaissaient alors un grand succès commercial, notamment auprès d'une cible inattendue pour les opérateurs téléphoniques : les adolescents. L'objectif de ces derniers était de pouvoir communiquer de manière plus intime avec leurs amis qu'en empruntant le téléphone familial. L'opérateur japonais NTT Domoco, grâce à la technologie *i-mode* qu'il développe à cette époque, permet à ses utilisateurs d'insérer un cœur dans les conversations des bippers dudit opérateur⁹², ce qui était totalement nouveau pour l'époque. Lorsqu'après une mise à jour, cette possibilité disparaît, le nouveau cœur de cible sous-estimé se tourne vers la concurrence. C'est alors que l'équipe en charge du développement du protocole *i-mode* se pose la question du futur nouveau service à proposer, pour récupérer ces utilisateurs.

⁹² Voir annexe 18, p.132

Un des techniciens de l'équipe, Shigetaka Kurita, proposa d'aller plus loin dans l'idée de l'insertion de symboles dans les messages envoyés. Alors que les technologies ne permettaient pas encore d'envoyer des images, ni d'intégrer automatiquement des symboles kaomoji ou des couleurs, il fallait trouver une solution simple, en termes de technique à développer ainsi que dans l'usage. Il est intéressant de noter également que l'envoi de messages à cette époque était restreint à 250 caractères. La volonté de Shigetaka Kurita était donc de faciliter la communication entre les utilisateurs, en déclinant le succès du symbole du cœur⁹³. Il dessina donc une planche⁹⁴ de 176 symboles monochromes appelés les emoji, de 12 pixels sur 12 qui pourraient couvrir le panel des émotions humaines élémentaires ainsi que quelques objets du quotidien.

A l'origine du clavier emoji, se trouve donc une offre marketing de différenciation par rapport à la concurrence pour toucher une cible importante du marché japonais.

2. UNE OFFRE LIEE A UN CONTEXTE SOCIAL ET TECHNIQUE

Il est également important de souligner le contexte à la fois culturel et technologique dans ces années 1990 au Japon. En 1995, le système d'exploitation Windows 95 destiné aux particuliers se généralise, ainsi que l'utilisation des emails. Or selon Shigetaka Kurita⁹⁵, l'usage de cette technique de communication médiatisée par ordinateurs a un impact particulier dans une société où le contexte social conditionne les échanges entre les individus. Les rituels de politesse, les manières de se présenter ou de s'adresser à l'autre sont régis par des codes culturels particuliers, impactant le choix des mots mais également la gestuelle et la gestion de l'espace. Par exemple, « si quelqu'un dit *Wakarimashita* on ne sait si c'est un « je comprends » plutôt gentil,

⁹³ "The inventor of emojis on his famous creation – and his all-time favourite", The Guardian [en ligne] <https://www.theguardian.com/technology/2016/oct/27/emoji-inventor-shigetaka-kurita-moma-new-york-text> publié le 27/10/2016, consulté le 30/04/2017

⁹⁴ Voir annexe 14, p.128

⁹⁵ "How Emoji Conquered The World" [en ligne] <http://www.theverge.com/2013/3/4/3966140/how-emoji-conquered-the-world> publié le 4/03/2013, consulté le 18/04/2017

chaleureux, ou si c'est un « ok j'ai compris », plutôt négatif, voire même « cool »⁹⁶. Pour Kurita, c'est comme si cette difficulté à communiquer via emails ou messages remettait en cause la promesse faite par les acteurs du numérique au sens large : être capable de rester en contact avec ses proches. Ainsi, les emoji, créés par ces mêmes acteurs se présenteraient comme une solution standardisée, pour éviter les malentendus lors des conversations médiatisées.

Comme nous l'avons vu dans la première partie, cet argument est encore largement invoqué aujourd'hui par les utilisateurs, comme lors des discours sur les emoji et ce dans différentes cultures, mais il est intéressant de faire l'hypothèse qu'il serait particulièrement pertinent dans la culture japonaise, où le clavier emoji est apparu. Nous n'avons pas ici les connaissances pour nous engager dans des considérations sur les particularités de la langue japonaise, mais il semble que Kurita justifie d'une certaine façon le succès des emoji par cette spécificité culturelle.

Dans de nombreuses interviews, comme celle pour The Story of Emoji⁹⁷, il raconte même qu'il est fier de voir cet objet connaître un tel succès à travers le monde car il incarne pour lui la culture japonaise. En effet, Kurita dit s'être inspiré de modes d'expressions typiquement japonais comme les symboles kaomoji dont nous avons déjà parlé plus haut mais aussi les manpu, des expressions symboliques utilisées dans les mangas, censées représenter l'état d'esprit du personnage, par exemple la goutte dessinée au milieu des cheveux pour montrer la gêne ou bien la veine qui ressort pour montrer l'énervement.

Encore aujourd'hui cette empreinte culturelle s'observe nettement dans le clavier emoji, puisque l'on y trouve toutes sortes de références directes au quotidien nippon, aussi bien dans la section nourriture : un ramen, un bento, une boule de riz, un bol de riz, un gâteau au riz, une paire de sushi, un oden (un pot-à-feu japonais), un naturo maki (un gâteau japonais) ; que dans les objets : des poupées japonaises en kimono, une lanterne, un koinobori (une banderole en forme de carpe), et même des panneaux en japonais. Chacun de ces symboles sont des références précises au quotidien des japonais. Nous verrons plus tard que les utilisateurs demandent aujourd'hui plus de diversité dans la représentation du quotidien selon les différentes cultures.

⁹⁶ *ibid*

⁹⁷ LUCAS, Gavin, *The Story Of Emojis*, Prestel, 2016, p.49

3. LA RECUPERATION DE CE CLAVIER PAR D'AUTRES ACTEURS DE LA COMMUNICATION MEDIATISEE

Les emoji proposés par NTT Domoco rencontrèrent un franc succès au Japon, à tel point que lorsqu'Apple lança son premier iPhone en 2008, qui n'intégrait pas la possibilité d'envoyer des emoji, le lancement fut un échec commercial inattendu. Rapidement après le début des ventes, Masayoshi Son, président de Softbank, revendeur japonais d'Apple, aurait convoqué une conférence de presse où il annonça qu'il avait « convaincu Apple qu'au Japon, un email sans emoji n'est pas vraiment un email »⁹⁸. En parallèle, Apple lança donc rapidement une mise à jour uniquement pour ce pays en intégrant des emoji de base aux iPhones japonais. Apple continua les démarches pour rendre ces emoji lisibles dans tous les pays en les faisant traduire par Unicode, le standard textuel universellement décodé par les ordinateurs du monde entier. En 2011, le clavier fut intégré aux iPhones de tous les pays, et les autres fabricants suivirent le mouvement. Aujourd'hui Samsung, LG, ou encore HTC proposent ce clavier via leurs téléphones. Les réseaux sociaux Facebook, Messenger et Twitter ainsi que les navigateurs comme Google ou Mozilla, mais également les entreprises comme Microsoft, proposent chacun la sélection d'emoji, directement depuis les mobiles et ordinateurs, dans les divers services qu'ils détiennent, et cela à chaque fois dans un design différent. L'ensemble des typologies de communications médiatisées par les télécommunications est donc concerné : les sms, les emails, les messageries instantanées, les chats, les posts et les commentaires sur les réseaux sociaux mais également sur des plateformes comme Slack. Au total, selon Emojipedia.org il existe douze acteurs différents proposant leur propre design d'un même emoji⁹⁹.

Les emoji sont donc apparus dans un contexte commercial. Ils sont le produit marketing d'un acteur majeur de la télécommunication japonaise pour se différencier de la concurrence en proposant d'apporter une « solution » aux difficultés d'expression liées aux communications médiatisées. Mais quelles sont les raisons pour lesquelles les acteurs économiques mettent-ils autant en avant une telle pratique textuelle ? Si la réponse pouvait être simplement de penser l'offre par rapport à la demande, il faut aller

⁹⁸ « Au Japon à cause de Apple les emojis n'ont plus rien de cool » Slate.fr [en ligne] <http://www.slate.fr/story/111975/pourquoi-japon-lasse-emojis> publié 2/01/2016, le consulté le 25/05/2017

⁹⁹ Voir annexe 19, p.133

plus loin pour comprendre ce phénomène presque omniprésent dans le paysage des technologies de l'information, au point par exemple que certains mots sont maintenant automatiquement remplacés par des emoji sur certains mobiles, ou que le dispositif classique et historique du « j'aime » sur Facebook ait été étoffé par cinq possibilités représentées par des emoji : « j'adore », « triste », « grr », « ha ha » et « waouh ».

Et pour tenter de comprendre quels systèmes régissent ces dispositifs, il faut adopter maintenant une approche d'observation pratique : dans quels contextes peut-on utiliser les emoji ? Quels sont les architextes qui contraignent leur utilisation ? Quels discours les accompagnent ? On ne pourrait comprendre la portée des enjeux économiques et sociaux de ces petites formes, sans comprendre comment nous est-il proposé de les utiliser.

B. A L'ARCHITEXTUALISATION D'UNE GRAMMAIRE

« La matérialité est constitutive de tout acte de communication. »
Emmanuel Souchier¹⁰⁰

Après avoir expliqué le contexte général d'apparition des emoji, nous nous penchons dans cette partie sur la matérialité de ces objets en tant que dispositif technique, car c'est cette matérialité qui en conditionne l'usage. Il faut mettre à jour les architextes¹⁰¹ dans lesquels ces formes, en mutation, sont proposées et dans quelle mesure ils incitent les internautes à partager au quotidien leur état émotionnel, participant ainsi à la construction de cette impression d'infra-ordinaire. Mais pour commencer, nous rappellerons la matérialité des structures, des organisations qui gèrent et encadrent le développement de ce « langage » à travers le monde.

¹⁰⁰ SOUCHIER Emmanuel, cours « Transformation et pouvoir de l'écriture », Celsa, Master Média et Numérique, 2016-2017

¹⁰¹ Les architextes sont, dans les médias informatisés, les outils d'écriture qui, placés en amont du texte, en déterminent la réalisation (Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier, « Pour une poétique de l'écran », Xoana, n°6, p.97-107, 1999)

1. UN DEVELOPPEMENT ENCADRE DES EMOJI

Comme nous l'avons expliqué plus tôt, il a fallu plusieurs années avant que le succès du clavier proposé par NTT Domoco ne rencontre le même engouement à une échelle plus internationale, via l'intégration de celui-ci dans les smartphones de la marque Apple. Mais comment se fait-il que ces petites icônes apparaissent d'un appareil à l'autre, malgré les différences de marque, protocole ou programme, plus au moins de la même façon ? Pour qu'un message électronique s'affiche sur deux appareils différents, il faut que ces derniers comprennent la même « grammaire », le même code.

Pour répondre à cette nécessité d'harmonisation de manière générale sur internet, un processus de standardisation a été mis en place par un comité dès les années 1960, d'abord uniquement au sein des Etats-Unis, puis plus internationalement.

C'est dans les années 1990 que le standard mondial Unicode est apparu pour résoudre les nombreux problèmes provoqués par les variations nationales des standards mis en place précédemment. Unicode permet la lecture d'environ 65 000 caractères et est toujours utilisé actuellement à travers le monde. Il est développé par le Consortium Unicode, une organisation privée sans but lucratif, qui vise à l'uniformisation du codage informatique des différents langages dans le monde afin que les caractères puissent être lus sur l'ensemble des systèmes connectés à internet. Pour ce faire, chaque caractère de n'importe quel système scriptural vivant ou non (latin, chinois, japonais, thaïlandais, hiéroglyphes, chiffres, symboles mathématiques, symboles de devises, ponctuations...) se voit attribuer un nom et un identifiant numérique. Et c'est ce même consortium qui gère la standardisation des emoji.

Cette organisation est composée de douze membres permanents : Adobe, Apple, Facebook, Google, Huawei, IBM, Microsoft, Netflix, Oracle, SAP, Symantec, et enfin plus étonnamment, le Ministère des Affaires religieuses d'Oman¹⁰². A cela s'ajoutent les cinq membres institutionnels (dont le gouvernement indien, le Bangladesh et l'université de Berkeley) et les vingt-et-un membres de soutien (dont Twitter, Emojipedia, Emogi, Emoji One). Ces trois catégories de membres sont dotées d'un poids de vote supérieur aux deux dernières : les particuliers (cotisation minimum de 75

¹⁰² Liste des membres consultable sur <http://www.unicode.org/consortium/members.html>

dollars par an) et les membres associés. Ce rassemblement hétéroclite étonne et témoigne à la fois de l'importance que les multinationales de l'informatique et du numérique, mais également les institutions culturelles, accordent à la standardisation des écritures en ligne.

Malgré nos recherches, nous n'avons pas réussi à trouver de sources fiables qui expliqueraient la présence du Ministère des Affaires religieuses d'Oman au banc des membres permanents. La journaliste du Figaro Tech, Elsa Trujillo¹⁰³ témoigne plutôt du fait qu'aucun de ses interlocuteurs n'a souhaité expliquer cette présence qui détonne.

Le Consortium se réunit physiquement quatre fois par an, dans les bureaux de IBM, Apple, et Adobe à San Francisco, puis dans la ville de Richmond chez Microsoft. Les membres de l'assemblée votent pour savoir quels pictogrammes, parmi ceux proposés par les utilisateurs, entre autres, vont être insérés, ou non, par le codage Unicode. Donc à terme, quels emoji seront disponibles, ou non, dans les claviers de nos téléphones ou ordinateurs.

Pour être éligibles, les caractères emoji doivent répondre à de nombreux facteurs¹⁰⁴. Par exemple, leur potentielle fréquence d'utilisation doit pouvoir justifier qu'on les intègre dans le clavier, et également leur capacité à référer à une catégorie plus large (par exemple l'emoji chat peut symboliquement représenter toutes les races de chats). Le critère de « completeness » (« exhaustivité ») témoigne de l'importance que le Consortium accorde à la représentation de la diversité. Après avoir d'abord représenté des temples de prière, le clavier a été complété d'autres lieux de culte : une mosquée, une synagogue, une église, et même la Kaaba en particulier, lieu de culte musulman se trouvant à La Mecque¹⁰⁵. Il existe aussi des facteurs d'exclusion comme la trop grande spécificité. Pas question de représenter une part de pizza quatre fromages alors qu'il existe déjà une part aux tranches de pepperoni. Enfin, l'intégration d'un emoji doit pouvoir se justifier sur le long terme.

¹⁰³ “Dans le secret de la très discrète Académie des emojis” Elsa Trujillo, Le Figaro, [en ligne] <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2016/10/30/32001-20161030ARTFIG00192-dans-le-secret-de-la-tres-discrete-academie-des-emojis.php> publié le 31/10/2016, consulté le 20/05/2017

¹⁰⁴ Liste des facteurs consultable sur http://www.unicode.org/emoji/selection.html#selection_factors

¹⁰⁵ Voir annexe 20, p.134

Nous avons pris ici différents exemples mais l'on mesure déjà l'ampleur des questions que cette sélection peut soulever, et encore une fois, nous y reviendrons dans la dernière partie.

Une fois validés, les emoji sont encodés, les entreprises leur donnent des *design* particuliers et les mises à jours sont lancées. Une à deux années peuvent s'écouler entre la formulation d'une proposition et son intégration à nos smartphones et applications. L'association valide et encode chaque année de nouveaux emoji dans le clavier. Cependant, on note que les opérateurs peuvent décider d'enlever certains emoji de leurs claviers, comme la marque coréenne Samsung l'a fait en 2016 pour l'icône représentant le Japon¹⁰⁶. Les fabricants ont également la possibilité de créer des « séquences ZWJ »¹⁰⁷ en combinant des symboles existants. Par exemple, quand le Consortium Unicode a validé et encodé les emoji « homme », « femme » et « cœur », les fabricants ont ensuite pu créer un seul emoji représentant un homme et une femme avec un cœur au milieu : « COUPLE WITH HEART » (figure 14).



Figure 14 : montage créé à partir de captures d'écrans

Dernière étape de tout un processus de sélection, l'intégration des emoji dans le dictionnaire qui leur est dédié : Emojipedia.org. Tous les emoji ont des noms et sont classés dans une des huit catégories existantes :



Figure 15 : copie d'écran du site emojipedia.org

¹⁰⁶ "Samsung puts Japan back on the map" [en ligne] <http://blog.emojipedia.org/samsung-puts-japan-back-on-the-map/> publié le 01/05/2017, consulté le 20/05/2017

¹⁰⁷ Zero Width Joiner est un caractère emoji n'ayant pas d'apparence en soi mais permettant de créer des combinaisons <http://emojipedia.org/zero-width-joiner/>

On cherche donc dans le moteur de recherche un mot comme « tree » et des résultats s'affichent : Christmas Tree, Deciduous Tree, Evergreen Tree mais aussi Koala ou National Park¹⁰⁸. En cliquant sur l'un d'entre eux, on découvre une fiche de présentation contenant de nombreuses informations, en commençant par son nom¹⁰⁹.

On trouve ensuite dans l'ordre suivant : une définition de cet emoji, sa date de validation par le Consortium Unicode et sa date d'ajout dans le clavier emoji, la catégorie des « Also Known As » qui s'apparente à des synonymes, les différents designs dessinés par les fabricants ainsi que leur évolution, ses informations techniques, des liens redirigeant vers les plateformes principales pour constater son usage, son taux de recherche dans Google dans les cinq dernières années, et pour conclure, les emoji souvent associés.

Cette expérience est assez passionnante à réaliser et la curiosité pousse à chercher les descriptions originales comme celle donnée à « Face With Tears Of Joy » :



« A laughing emoji which at small sizes is often mistaken for being tears of sadness. This emoji is laughing so much that it is crying tears of joy.

Et justement celle de « Loudly Crying Face » :



« A sad face with tears streaming down both cheeks. This face is distraught and inconsolable. Not to be confused with the tears of joy emoji. »

Nous assistons donc réellement à une tentative de « dictionnarisation », presque de « grammairisation » car on y trouve des conseils d'utilisation de ces « mots », au même titre qu'une langue, le tout orchestré par une sorte d'Académie rassemblant les multinationales du numérique et de l'internet.

La prochaine étape est donc la création et l'insertion, par ces mêmes membres de l'Académie, d'architextes dans les dispositifs déjà existants. Comment les usagers sont-ils progressivement incités à utiliser les emoji ?

¹⁰⁸ Voir annexe 21, p.135

¹⁰⁹ Voir annexe déjà présentés 19-20-21

2. L'INSERTION D'ARCHITEXTES A DIFFERENTS NIVEAUX

Dans cette partie, nous analyserons les architextes (ces outils d'écriture qui, placés en amont du texte, en déterminent la réalisation) créés dans deux dispositifs particulièrement présents dans le quotidien de nombreux utilisateurs du numérique : les smartphones et Facebook.

Avant d'être insérés dans la version IOS5, les utilisateurs voulant envoyer les petits visages stylisés ou autres pictogrammes devaient trouver des applications externes qui venaient s'ajouter aux claviers déjà proposés (dont des claviers de langues avec les caractères spéciaux), les télécharger puis activer le clavier dans les fonctionnalités. On pouvait donc les utiliser sans forcément être un expert du web mais il fallait néanmoins en faire la démarche. Grâce à la mise à jour du système d'exploitation mobile d'Apple en 2011, le dispositif technique des emoji est apparu presque automatiquement aux côtés des claviers classiques : il faut quand même toujours aller dans les réglages pour activer le clavier, disponible dans tous les smartphones. Une fois cette étape terminée, les différents architextes structurent la conversation dans les messages texte (sms et emails) : directement depuis la zone d'écriture, l'utilisateur peut passer sur le mode emoji et choisir parmi plus de 2623 icônes, lesquelles viendront ponctuer sa conversation. Avec la sortie de IOS10 en septembre 2016, le clavier devient pro-actif : il suffit d'écrire le mot « pizza » pour que l'emoji «Pizza» apparaisse en suggestion, dans la barre de correction et/ou prédiction des mots que l'on pourrait utiliser :

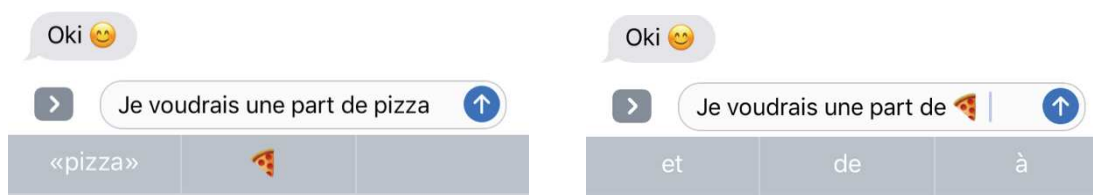


Figure 16 : copie d'écran de mon iPhone, version IOS10

Plusieurs points sont très intéressants : d'abord l'effet de dictionnarisation se renforce car les emoji sont intégrés dans les mêmes architextes que des langues. Ensuite, si la suggestion nous plaît et que l'on clique sur l'emoji, celui-ci ne s'ajoute pas simplement au corps du message, il vient remplacer le mot que l'on a écrit, comme pour

éviter la redondance¹¹⁰, considérée comme une faute. Ainsi on donne une fonction à l'emoji non pas de simple illustration du contexte ou d'ornement par exemple mais littéralement de remplacement du mot.

Enfin, on peut également écrire d'abord tout son message puis, à l'aide de la fonction de reconnaissance et de traduction des mots en emoji, remplacer d'un coup tous les mots par les icônes qui les représentent¹¹¹ : « d'un simple toucher du doigt, vous pouvez donner vie aux mots grâce aux caractères emoji »¹¹². Cette automatisation est donc accompagnée d'un discours qui promeut une certaine forme de simplicité et une idée de renforcement, d'augmentation du sens des mots, à qui la technique « donne vie », nous rappelant les fantasmes d'une communication augmentée grâce aux NTIC, et également le caractère magique accordé aux smartphones.

Ces fonctionnalités d'anticipation et de remplacement des mots par des emoji sont disponibles dans tous les claviers de smartphones aujourd'hui, aussi bien pour écrire un sms, qu'un email ou un message dans une application tiers, s'inscrivant dans une logique de construction d'une pratique, à savoir, utiliser des emoji.

En parallèle de cette utilisation des emoji comme éléments de langage, une autre transformation et mise en scène de ces pictogrammes s'observent également depuis quelques années : les emoji comme « petites formes » au sens sémiologique :

*Éléments d'une grammaire, les « petites formes » nous apparaissent comme les unités d'un « lexique » de composition éditoriale en constitution : ce sont des formes mises à disposition, des types mobilisables dans la démarche de composition des pages ; elles font partie du trésor langagier où puise l'énonciation éditoriale d'un site*¹¹³

¹¹⁰ « Abondance excessive et non justifiée de termes dans le discours. Caractère d'un énoncé qui réitère, sous plusieurs formes différentes, un même trait signifiant. » Définition du Larousse en ligne.

¹¹¹ Voir annexe 22, p.136

¹¹² "Utilisation de caractères emoji sur votre iPhone, iPad ou iPod touch" [en ligne] <https://support.apple.com/fr-fr/HT202332>, publié le 17/10/2016, consulté 14/04/2017

¹¹³ Etienne Candé, Valérie Jeanne-Perrier, Emmanuel Souchier, Hermès-Lavoisier "Petites formes, grands desseins, d'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures" dans DAVALON Jean (dir.) *L'économie des écritures sur le web*, Volume 1 "traces d'usage dans un corpus de sites de tourisme" 2012, p. 165-201 [en ligne]

Nous pensons ici à la diversification depuis 2016 du bouton « like » sur Facebook en possibilités appelées des « réactions » (figure 17). En restant appuyé sur le bouton « j'aime », l'utilisateur voit apparaître des emoji sur lesquels il peut cliquer pour exprimer son état d'esprit quant au contenu en question : « en colère », « triste », « wow », «haha», « ouais ! », « amour », et tout récemment (mai 2017) « reconnaissant », symbolisé par une fleur, lancé pour accompagner la fête des mères, et « pride » ajouté en juin 2017 pour le « Pride Month » célébrant la diversité LGBT¹¹⁴.



Figure 17 : montage des réactions Facebook sorties et /ou abandonnées

Facebook effectue des tests et adapte son offre au fur et à mesure puisqu'on note que certains emoji ne sont pas restés disponibles après des phases d'essai. L'objectif affiché par l'entreprise est de pouvoir permettre l'expression d'une plus large palette d'émotions. Sur sa propre page Facebook, Mark Zuckerberg a commenté :

Tous les moments ne sont pas de bons moments, et parfois vous voulez simplement pouvoir exprimer de l'empathie. [...] Ce sont des moments importants où vous avez besoin de pouvoir partager plus que jamais, et un « like » n'est pas forcément la meilleure façon de vous exprimer [...] Il ne s'agit pas d'un bouton « dislike » mais cela vous donne la possibilité d'exprimer rapidement votre tristesse et votre empathie, en plus du plaisir ou d'une réaction chaleureuse .¹¹⁵

<http://www.gripic.fr/productions-scientifiques/petites-formes-grands-desseins> publié le 12/08/2015, consulté le 21/05/2017

¹¹⁴ « Tous les géants du Net se bouge pour le « Pride Month » qui célèbre les personnes LGBT » Mashable [en ligne] <http://mashable.france24.com/medias-sociaux/20170623-reseaux-sociaux-gay-pride-mois-fiertes-lgbt> publié le 23/06/2017 consulté le 24/06/2017

¹¹⁵ « Les Emojis, armes fatales de monétisation publicitaire de Facebook », Le Monde Informatique [en ligne] <http://www.lemondeinformatique.fr/actualites/lire-les-emoji-armes-fatales-de-monetisation-publicitaire-de-facebook-62617.html> publié le 09/11/2015

Et pour tous ceux qui auraient raté ce message publié par le leader du réseau social, les utilisateurs ont reçu une notification¹¹⁶ justifiant la démarche de Facebook au moment de la mise à jour intitulé « Plus de moyens de vous exprimer » :

Nous sommes conscients que les utilisateurs veulent avoir des moyens plus créatifs pour s'exprimer sur Facebook. C'est pourquoi nous lançons de nouveaux effets visuels et outils pour vous aider à partager avec les personnes qui comptent pour vous. Nous espérons que ces mises à jour vous plairont !

-- L'équipe Facebook

L'apparition des petites formes « émotions » s'inscrirait donc dans une démarche de service pour aider les utilisateurs à exprimer de manière plus juste leurs émotions et à renforcer les liens sociaux existants.

Mais comme nous allons le voir plus tard, il semble que ce « service » fasse partie d'une stratégie plus globale d'incitation au partage des émotions et à l'interaction. Ainsi on observe de plus en plus de dispositifs et de mise en scène de prises de parole de Facebook : d'un simple « Bonjour Julia, il fait beau aujourd'hui à Levallois-Perret » affiché en haut du « mur », « Comment allez-vous aujourd'hui : partagez votre humeur avec vos amis », à « C'est l'anniversaire d'Astrid, souhaitez-lui une belle journée »¹¹⁷, l'enjeu est de faire discuter les internautes sur la plateforme grâce à des écrans s(t)imulant le dialogue.

Enfin, il semble que cet architexte d'incitation à interagir de manière plus qualitative sur les contenus partagés de Facebook ait été décliné également à l'intérieur même de Messenger, l'application de messagerie instantanée du réseau social : on peut maintenant commenter les messages de son interlocuteur avec les mêmes boutons d'émotions¹¹⁸. On retrouve le même dispositif sur les conversations iMessage (une application de messagerie native sur iPhone qui permet certaines fonctionnalités si lors de l'échange les deux messages viennent de produits Apple) : on peut interagir avec les messages et les commenter grâce à des pictogrammes¹¹⁹. Ce dispositif commun à Facebook et Apple donne l'impression d'une métaconversation car on peut commenter les messages des autres, comme les siens. Il semble encore une fois renforcer le

¹¹⁶ Voir annexe 23, p.137

¹¹⁷ Voir annexe 24, p.138

¹¹⁸ Voir annexe 25a, p.139

¹¹⁹ Voir annexe 25b, p.139

fantasme d'interactivité dont nous parlions déjà plus haut, si cher aux défenseurs de l'idée d'un web 2.0.

Ces signes signifiants des indices d'émotions à travers des icônes, remplaçant des mots parfois, ou sous forme de « petits formes » simulant une interaction avec un contenu, sont donc de plus en plus présents dans nos outils techniques. Il semble même que leurs architectes sollicitent particulièrement leur usage comme nous venons de le voir à travers le clavier « intelligent » de certains smartphones et les différents dispositifs mis en place sur les réseaux sociaux. Mais cela pourrait paraître évident : comme nous l'avons vu plus haut, l'intégration de ces formes dans les appareils électroniques est d'abord apparue comme une offre commerciale. Or dans la plupart des stratégies commerciales, l'objectif est d'inciter à l'usage de son produit.

Les emoji seraient-ils donc des produits commerciaux ?

C. L'INDUSTRIALISATION DES EMOTIONS : LES INTERETS ECONOMIQUES DES EMOJI

Pour continuer de découvrir d'autres tensions qui animent notre objet d'étude, il faut tenter de comprendre les enjeux économiques sous-jacents, souvent liés à des questions de pouvoir également. Dans une société où le numérique engendre une accumulation importante de données diverses sur les utilisateurs, les entreprises essaient de plus en plus de tirer profits de ces informations, notamment grâce à des algorithmes qui les structurent. Le succès d'entreprises comme Criteo se base sur l'exploitation de ce « torrent de données » qui « se déverse aujourd'hui sur Internet »¹²⁰ :

*Chaque jour 3,3 milliards de requêtes sont effectuées sur les 30 milliards de pages indexées sur Google ; plus de 250 millions de photos et 4,5 milliards de likes sont distribués sur Facebook, 144 milliards de mails sont échangés par 3 milliards d'internautes*¹²¹

¹²⁰ CARDON Dominique, *A quoi rêvent les algorithmes : Nos vies à l'heure des Big Data*, Le Seuil, 2015, introduction

¹²¹ *ibid*

Le retargeting consiste à cibler un utilisateur du web en fonction de toutes les actions citées plus haut, pour afficher sur son écran des publicités ou des offres « adaptées » à ce qu'il semble chercher¹²². Car toutes ces actions fournissent des informations précieuses sur le profil des usagers (âge, sexe, intérêts professionnels et personnels) que l'on peut croiser entre elles et dont l'on peut déduire des intentions : prochains achats, prochains voyages, prochains projets familiaux etc...

Pour mieux comprendre comment concrètement les emoji en viennent à représenter un levier d'analyse comportementale pour les acteurs du web, il convient d'abord de présenter la situation dans un contexte plus général en évoquant les questions du retargeting émotionnel, pratique qui s'inscrirait pour certains dans un nouveau type de capitalisme.

1. ÉCONOMIE DE L'INFORMATION ET CIBLAGE EMOTIONNEL

L'enjeu pour les entreprises et les marques est de toujours mieux comprendre ses consommateurs, actuels ou futurs, en analysant et croisant les traces que ces derniers laissent, notamment sur internet, comme expliqué précédemment. L'idée principale étant d'envoyer le bon message publicitaire à la bonne personne, au bon moment, pour augmenter l'impact de ce contact. Cependant, les données rassemblées restent des informations neutres, froides, qui n'indiquent pas dans quel état d'esprit l'utilisateur était à ce moment-là. Or un des leviers essentiels du marketing est bien de persuader, plus que de convaincre, comme en attestent toutes les stratégies de communication basées exclusivement sur l'image de marque. On peut citer à titre d'exemple cet extrait issu d'une étude menée par une agence de publicité¹²³ :

Le consommateur réalise un achat en ligne pour satisfaire un besoin émotionnel, à un moment où il n'a pas vraiment de but précis ni de produit ou service en tête. De toute évidence, les marques risquent de passer à côté d'une opportunité en or : créer des campagnes online qui répondent aux besoins émotionnels et aux motivations de leurs clients en ligne. (...) Les marques doivent maintenant apprendre à transposer leur expertise offline en matière de besoins émotionnels

¹²² Définition du retargeting, Définition.marketing.com <http://www.definitions-marketing.com/definition/retargeting-2/>

¹²³ Etude de l'agence AOL « Le shopping dans tous ses états » [en ligne] <http://advertising.aol.com/fr/blog/le-shopping-dans-tous-ses-etats>

dans le monde numérique et dans la promotion online de leurs produits et services.

Pouvoir identifier les émotions est donc présenté comme un objectif primordial, un impératif même pour les marques, aussi bien avant l'envoi d'un message publicitaire qu'après, afin d'analyser l'impact émotionnel qu'il a provoqué. Ce sont les « émotions » qui sont les mieux à même d'apporter les éléments contextuels nécessaires à la compréhension fine de nos requêtes et de nos (inter)actions.

Selon le sociologue Julien Bernard dans l'article « Les voies d'approche des émotions »¹²⁴, ces dernières pourraient être envisagées selon cinq grandes catégories : 1, comme « des phénomènes psycho-physiologiques » ; 2, des « produits du social » ; 3, le résultat d'une inadéquation entre les dispositions d'un sujet et le contexte dans lequel il évolue ; 4, des « signes performateurs (indiquant dans quel espace affectif navigue le sujet tout en contribuant à le modifier de par sa communication) » ; 5, des « objets de catégorisations profanes et savants, enjeux de définition du réel, du légitime et donc éventuellement de pouvoir. ».

C'est le quatrième point qui attire particulièrement l'attention de Julien Pierre et Camille Alloing¹²⁵ :

Les processus actuels de captation et de commensuration des données personnelles (sur le web, les mobiles, les objets connectés, etc.) intègrent-ils les émotions, alors perçues comme des « signes performateurs » ? Les likes, étoiles, émojis, images et autres opinions issus de la (re)documentarisation de nos agir numériques (Alloing et Pierre, 2013) sont-ils des « objets de catégorisation » algorithmiques et organisationnels visant à générer de nouvelles externalités dans cette économie du numérique ?

Les recherches et les théories sur les émotions dans un contexte d'analyse de l'audience ne sont pas nouvelles. Les journalistes parlent par exemple de la loi de la proximité, ou de « la loi du mort-kilomètre » : notre intérêt pour autrui est généralement

¹²⁴ BERNARD, Julien « Les voies d'approche des émotions », Terrains/Théories [en ligne] <https://teth.revues.org/196> mis en ligne le 07/01/2015, consulté le 14/05/2017

¹²⁵ PIERRE Julien et ALLOING Camille, « Questionner le digital labor par le prisme des émotions : le capitalisme affectif comme métadispositif ? » La communication numérique au cœur des sociétés : dispositifs, logiques de développement et pratiques, Echirolles, 2015, [en ligne] <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01171594> mis en ligne le 5/07/2015, consulté 14/04/2017

inversement proportionnel à la distance qui nous sépare de lui. On parle également de la théorie du kilomètre compassionnel, encore nommé kilomètre sentimental.

Pourtant avec les NTIC permettant la « re-documentarisation de nos agir numériques » on assiste à un niveau d'analyse et de quantification fine des émotions sans précédent, ainsi qu'à une industrialisation de ces pratiques. En effet, les acteurs du numérique, annonceurs, régies ou agences¹²⁶, ne se cachent pas d'avoir recours à de telles techniques, comme le montre la conclusion de l'étude citée précédemment ainsi que les dizaines d'articles que l'on peut trouver sur Internet qui expliquent comment mieux prendre en compte les émotions dans le ciblage publicitaire.

Un autre exemple majeur de cette quantification est peut-être celui du brevet déposé par Apple en janvier 2014 censé permettre de diffuser des publicités contextuelles en fonction de l'humeur de l'utilisateur. Selon un article de AppleInsider.com¹²⁷, les critères pour la définir peuvent reposer sur la collecte de diverses informations, comme la pression sanguine, le rythme respiratoire, la température du corps, mais aussi des schémas de comportement selon les contenus et applications utilisées. Ces éléments peuvent servir à définir des profils (« plutôt heureux », « plutôt triste », etc) à partir desquels des publicités choisies peuvent être proposées, en plus d'autres types de données personnelles plus classiques (âge, sexe, localisation...). Une base de données contenant l'ensemble des informations sur le profil d'un utilisateur est automatiquement mise à jour.

Au regard de cette réalité économique, les diverses mises à jour dont nous avons parlé plus haut prennent une autre dimension.

Sur Facebook, alors que le discours commercial accompagnant les « boutons émotions » met en avant une prise en compte des envies des utilisateurs, de plus de créativité pour communiquer avec leurs « amis » et plus de justesse pour donner leurs avis sur les contenus qui leur sont soumis, cette mise à jour apparaît également comme un outil supplémentaire de ciblage publicitaire. En effet, Facebook est un service gratuit

¹²⁶ Comme exemple l'agence Unrully, qui intègre « l'intelligence émotionnelle dans la publicité en ligne » <https://unrully.co/fr/>

¹²⁷ « Apple mood-based ad delivery system » Appleinsider.com [en ligne] <http://appleinsider.com/articles/14/01/23/apple-investigating-mood-based-ad-delivery-system> publié le 23/01/2014, consulté le 16/06/2017

pour les utilisateurs lambda et son business model repose sur des financements indirects : la vente d'espaces publicitaires en échange d'une certaine audience. De la même façon que Facebook propose désormais de partager des statuts, en sélectionnant dans une liste prédéfinie assez longue¹²⁸, ce que l'utilisateur est en train de manger, de faire, de regarder, d'écouter ou de ressentir, il est très probable que les boutons « émotions » soient une façon de structurer les données générées par les utilisateurs pour mieux les exploiter¹²⁹. Ainsi les annonceurs peuvent choisir de manière extrêmement ciblée l'audience qu'ils souhaitent toucher.

Le fonctionnement d'Apple par rapport à ces mises à jours était le même, jusqu'à l'année dernière : avant d'annoncer sa fermeture en janvier 2016¹³⁰, la plateforme iAd permettait de vendre des espaces publicitaires pour mobile, via les applications. La piste semble donc plus opaque pour comprendre l'intérêt économique de la marque à promouvoir autant l'usage des emoji sur ses produits. Cependant, lors du Mobile World Congress de 2016, le directeur général de Exchange Wire, magazine spécialisé dans la publicité programmatique, a annoncé qu'il serait bientôt possible de collecter les emoji envoyés dans des messageries dont l'API est ouverte (donc déjà toutes les applications de IOS et Android) pour identifier les humeurs en temps réel, malgré une probable marge d'erreur, puis monétiser ces informations organisées par segments de cibles¹³¹. Selon Ciaran O'Kane, c'est dans ce dernier point que réside l'innovation technique et la valeur ajoutée de ce système : les Data Management Plateformes pourraient combiner les informations sur les emoji et les informations anonymes pour créer des catégories d'usagers, et donc mieux les cibler en fonction de leur état émotionnel.

¹²⁸ Voir annexe 26, p.140

¹²⁹ « Facebook tries letting you share emoticones of exactly what you're felling, reading or eating » Tech Crunch [en ligne] <https://techcrunch.com/2013/01/30/facebook-visual-sharing/>, publié le 30/01/2013, consulté le 26/04/2017

¹³⁰ "iAd : Apple annonce la fermeture de sa régie publicitaire" iGeneration.fr [en ligne] <https://www.igen.fr/ios/2016/01/iad-apple-annonce-la-fermeture-de-sa-regie-publicitaire-94484> publié le 14/01/2016, consulté le 16/06/2017

¹³¹ "Why mobile is primed for ad tech innovation – and that emoji ad network » ExchangeWire.com [en ligne] <https://www.exchangewire.com/blog/2016/02/22/why-mobile-is-primed-for-ad-tech-innovation-and-that-emoji-ad-network/> publié le 22/02/2016, consulté le 22/05/2017. Voir annexe 27, p.141

Sur Twitter, l'usage des emoji fait officiellement partie des critères de retargeting en temps réel vendus aux entreprises depuis juin 2016 ¹³² : une pizzeria par exemple pourrait décider d'acheter un espace publicitaire et cibler les twittos venant de poster un emoji de pizza.

Ainsi les dispositifs pour capter les émotions deviennent un enjeu de plus en plus important pour les entreprises du digital. Nous citons l'exemple du brevet acquis par Apple en 2014, mais d'autres exemples plus récents affirment l'hypothèse d'un capitalisme affectif.

Dans un article datant de juin 2017, le magazine Forbes explique « Comment Facebook Veut Exploiter Nos Émotions, Expressions Faciales Et Humeurs » ¹³³ à travers l'exemple de trois brevets récemment accordés à la firme.

Le premier brevet, "Amplifier les SMS au moyen d'information d'ordre émotionnel" serait censé aider à restituer le contexte dans lequel est écrit le message, ce qui rappelle les motivations exprimées à l'utilisation des emoji. Ce brevet implique un système prédictif pour ajouter des informations émotionnelles aux SMS en fonction des claviers et autres appareils : la vitesse de tape, le mouvement, la location et d'autres facteurs afin de prédire l'émotion et modifier le texte en conséquence, et peut-être ajouter un emoji. Combiné au brevet d'Apple sur l'analyse de la pression sanguine, du rythme respiratoire, et de la température du corps, ces technologies pourraient avoir une capacité de prédiction fascinante et qui pose question.

Le deuxième brevet « Techniques pour la détection d'émotions et la transmission » est un organigramme permettant de capturer l'image des utilisateurs par la caméra, traquant les émotions des utilisateurs pendant qu'ils regardent différents types de contenus. Facebook pourrait donc identifier notre état émotionnel lorsque l'on regarde des vidéos, de la publicité et proposer par la suite du contenu en fonction de nos humeurs.

¹³² "The Emoji in Your Next Tweet Could Trigger an ad » Fortune.com [en ligne] <http://fortune.com/2016/06/15/twitter-emoji-ads/> publié le 15/6/2016 consulté le 16/06/2017

¹³³ " Comment Facebook veut exploiter nos émotions, nos expressions faciales et nos humeurs » Forbes.fr [en ligne] <https://www.forbes.fr/technologie/comment-facebook-veut-exploiter-nos-emotions-expressions-faciales-et-humeurs/> publié le 10 /06/2017, consulté le 20/06/2017

2. ÉCONOMIE DE L'ATTENTION ET CAPTATION DES EMOTIONS : UNE TENDANCE COMMUNICATIONNELLE PLUS GLOBALE

Cette réflexion sur l'importance de structurer la donnée est à mettre en parallèle avec un autre phénomène économique observé : la captation des émotions dans une économie de l'attention.

Les principes de « la société de l'information » sont liés à ceux de l'économie de l'attention « dans la mesure où ces deux propositions discursives font de l'abondance d'informations diffusées sur les réseaux numériques la caractéristique principale de la société moderne ». ¹³⁴ Or ici encore, nous revenons à l'importance de représenter des émotions.

Capter l'attention a toujours fait partie des stratégies publicitaires comme en témoignent les affiches dès la seconde moitié du 19^{ème} siècle qui visaient une efficacité communicationnelle soit par l'esthétique (on pense aux créations de J. Chéret et T. Lautrec par exemple, soit par la surprise ou l'amusement (en prenant comme exemple celles de L. Cappiello). Déjà leurs démarches ne consistaient pas à convaincre des prospects des qualités d'un produit à travers un argumentaire, mais plutôt à retenir leur regard : « leur stratégie créative était donc proche des productions publicitaires contemporaines, car ils travaillaient déjà sur l'attention par le biais des émotions » ¹³⁵.

Dans ce chapitre, Lise Renaud défend l'idée que cette recherche à toucher et à stimuler les émotions se soit intensifiée avec l'apparition des NTIC. A travers un corpus de publicités diffusées depuis 1990 et liées aux NTIC, elle analyse une triple évolution des logiques figuratives,

toutes trois concourants à la montée en puissance de la densité émotionnelle de ces publicités : un accroissement des représentations des affects, un renforcement de l'incorporation des dispositifs techniques et tendance à la sur-esthétisation au niveau de la forme discursive.

Comme nous l'avons dit plus haut, de par leur aspect communicationnel, les NTIC

¹³⁴ RENAUD Lise « Imaginaire publicitaire des techniques info-communicationnelles : vers la technicisation des émotions » dans MARTIN-JUCHAT Fabienne et STALL Adrian (dir.) *Industrialisation des émotions et radicalisation de la modernité*, p.72-73

¹³⁵ RENAUD Lise, *ibid* p.75

bénéficient dans l'imaginaire collectif d'un potentiel émotif fort, expliquant l'observation de Lise Renaud.

L'usage des emoji et l'incitation des firmes à les utiliser semblent tout-à-fait s'inscrire dans ce constat de monstration des émotions. On se rappelle également les exemples des marques utilisant les emoji directement dans leurs discours publicitaires. On pense même à ces têtes d'emoji surdimensionnées posées sur des corps d'humains : « ces caricatures émotionnelles facilitent l'interprétation, la projection et par là même garantissent l'identification et la contagion »¹³⁶. Ce constat d'intensification des mensurations de sentiments et de corps émus nous rappelle également les critiques faites à l'égard d'un usage frénétique des emoji et d'une hystérie affective.

3. DU CAPITALISME AFFECTIF AU DIGITAL LABOR

Ces ambiguïtés entre éléments à la fois originellement émotionnels et devenus hautement monétisables pourraient se lire dans le cadre théorique du « capitalisme émotionnel » défini par Eva Illouz comme :

*Une culture dans laquelle les discours émotionnels et économiques s'influencent mutuellement : [...] les affects deviennent une composante essentielle du comportement économique et la vie émotionnelle [...] obéit à la logique des relations et des échanges économiques.*¹³⁷

Certains chercheurs vont plus loin et se questionnent sur la possibilité d'une forme de « digital labor », traduit en français par « travail numérique », et désignant les « travailleurs du clic » selon Julien Pierre et Camille Alloing¹³⁸. Pour Antonio Casilli, il faut s'écarter de la notion classique de travail, qui ne traduit pas tout-à-fait la notion de « labor », et en ce sens penser différemment le moment de production d'une richesse :

¹³⁶ RENAUD Lise, *ibid* p.76-77

¹³⁷ ILLOUZ Eva, *Les Sentiments du capitalisme*, Seuil, 2006

¹³⁸ PIERRE Julien et ALLOING Camille, « Questionner le digital labor par le prisme des émotions : le capitalisme affectif comme métadispositif ? » *La communication numérique au cœur des sociétés : dispositifs, logiques de développement et pratiques*, Echirolles, 2015, [en ligne] <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01171594> mis en ligne le 5/07/2015, consulté 14/04/2017

C'est en nous penchant sur les lieux de nos sociabilités ordinaires, sur nos interactions quotidiennes médiatisées par les nouvelles technologies de l'information et de la communication, que nous commençons à détecter des formes d'activités assimilables au travail parce que productrices de valeur, faisant l'objet d'un quelconque encadrement contractuel et soumis à des métriques de performances. Nous appelons digital labor la réduction de nos « liaisons numériques » à un moment du rapport de production, la subsumption du social sous le marchand dans le contexte de nos usages technologiques.¹³⁹

Chaque action que nous réaliserions sur internet serait donc productrice d'une valeur économique, grâce à l'industrialisation de nos pratiques, de la normalisation des comportements et la grammatisation des affects. Or les internautes sont dépossédés de cette valeur économique qu'on les incite à créer, grâce aux nombreux dispositifs dont nous avons décrit le fonctionnement. Julien Pierre et Camille Alloing proposent alors la notion de « digital affective labor ».

On pourrait opposer que la valeur économique que nous créons nous permet au minimum d'accéder à des services gratuits. Il y a donc bien une forme d'échange : les internautes donnent des informations en échange d'un service gratuit, personnalisé jusque dans les recommandations publicitaires qu'ils reçoivent¹⁴⁰.

Ces questions sur l'exploitation des données et métadonnées des utilisateurs posent de nombreuses questions éthiques, notamment sur le respect de la vie privée. Des expressions comme « rationalisation de l'intime » de Eva Illouz¹⁴¹ expriment cette tension entre production économique et intrusion dans la vie privée des usagers.

Le succès de la série dystopique Black Mirror témoigne de l'intérêt porté à ces questions et à la façon dont le numérique pourrait évoluer. Le nombre en hausse d'utilisation de logiciels comme Adblock montre également une certaine forme de défiance face à cette captation qui semble continue et non justifiée. Et à la fois le nombre d'utilisateurs de Facebook ou d'autres plateformes dominantes du web social ne diminue pas.

¹³⁹ CASILLI Antonio et CARDON Dominique, *Qu'est-ce que le digital labor ?*, Etudes et Controverses, 2015

¹⁴⁰ Voir schéma annexe 28, p.142

¹⁴¹ ILLOUZ Eva, *Les Sentiments du capitalisme*, Seuil, 2006

En 2014, lorsque Facebook révéla les résultats de son expérience scientifique¹⁴² menée sans avertir les internautes, pour comprendre dans quelle mesure les émotions circulaient et opéraient une sorte de contagion à travers le web social, de nombreux articles et internautes ont exprimé leur choc face au sentiment d’avoir été des cobayes à leur insu. Facebook a d’ailleurs finalement communiqué des excuses face à une « mauvaise communication » de son expérience¹⁴³.

Pourtant Antonio Casilli réagit avec cynisme en pointant du doigt une responsabilité des internautes dans ces « dérives » :

You should be outraged because during the last 10 years you’ve been more interested in crap stories about Web celebrities, adorable dogs, and violent teenagers that we’ve been feeding you in our technology columns, and you never took the time to realize that the very mission of a medium like Facebook is to manipulate people’s feelings, opinions, and moods.

Entre méfiance et légitimation d’un service, les internautes semblent exprimer des sentiments contradictoires, voire schizophrènes comme l’illustre avec une humour cette caricature :

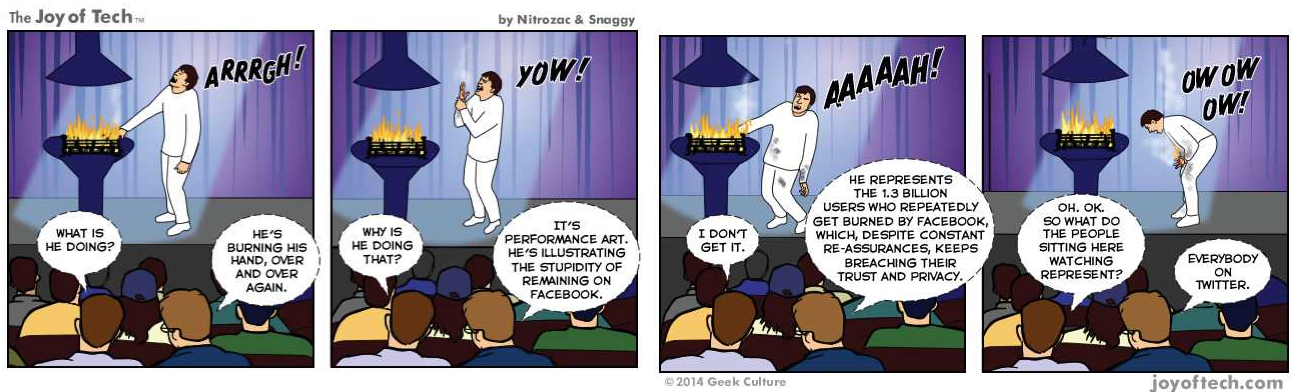


Figure 18

Source : <http://www.geekculture.com/joyoftech/joyimages/2017b.jpg>

¹⁴² “Experimental evidence of massive scale emotional contagion through social networks” menée par l’équipe Data Science de Facebook et une équipe universitaire de Cornell University [en ligne] <http://www.pnas.org/content/111/24/8788.full> publiée en 2014

¹⁴³ « Manipulation mentale : Facebook désolée pour sa communication. Pas pour l’étude » Numerama.fr [en ligne] <http://www.numerama.com/magazine/29895-facebook-excuses-etude.html> publié le 03/07/2014, consulté le 20/06/2017

Les emoji sont donc un dispositif, une configuration organisée par une multitude d'acteurs cherchant à produire des modèles pour exploiter au mieux les possibilités offertes par la capacité des internautes à discuter, à réagir sur internet, mais aussi dans les conversations médiatisées. Pour Yves Jeanneret et Emmanuël Souchier, ces technicisations de l'éditorialisation du texte par des logiciels relèvent d'enjeux politiques. Dans les médias informatisés, la forme du texte reflète de plus en plus les capacités techniques et informatiques, aux dépens de « la pertinence de telle ou telle configuration d'usage (acquise dans l'histoire) ». Selon eux, on assiste du coup à un déplacement des lieux de pouvoir et des prises sur la culture :

Les acteurs traditionnels de la culture tendent à être dépossédés de l'ordre du texte, au bénéfice de ce qui, pour des raisons de compétence technique ou de puissance économique, sont en position de créer pour les autres les conditions de leur expression.¹⁴⁴

¹⁴⁴ JEANNERET Yves et SOUCHIER Emmanuël « L'énonciation dans les écrits d'écran », Communication et langages, L'empreinte de la technique dans le livre, p.3-15, n°145, 3^{ème} trimestre, 2005

III. MISE EN LUMIÈRE DES ENJEUX DE POUVOIR DANS UNE PRATIQUE LANGAGIERE INFORMATIQUE

Des émoticônes aux emoji, des glissements de sens se sont opérés, en nous poussant à nous interroger sur les dimensions de pouvoir qui pouvaient les encadrer. D'une part en tant que forme d'écriture émotionnelle dont l'analyse pourrait être clé dans un contexte de ciblage des émotions, mais également en tant que forme d'écriture, et donc objet culturel. Les emoji se retrouvent pris en tension entre les acteurs instituant leurs cadres techniques et leurs utilisateurs. Ces formes deviennent des enjeux de pouvoir en tant qu'elles représentent une image du monde.

A. UN PRATIQUE ENCADREE PAR LES INDUSTRIES CULTURELLES DU TEXTE

Comme nous l'avons exposé plus haut, l'évolution des emoji est donc soumise à l'approbation d'un Consortium : des choix sont opérés sur lesquels il est nécessaire de s'interroger pour comprendre la portée symbolique de ce clavier ainsi que les enjeux sous-jacents d'un point de vue culturel. Il sera même intéressant de dresser un parallèle entre la production de discours publicitaires et les évolutions constatées dans les mises à jour du clavier.

1. LA QUESTION DE LA REPRESENTATION ET DE LA SELECTION

Pour bien comprendre ce dont nous parlons dans cette partie, nous allons tout d'abord exposer un rapide panorama des dernières nouveautés dans le clavier. Il existe deux types d'évolution : l'apparition de formes, de nouveaux emoji dans le clavier, validés par le Consortium Unicode, et la mise à jour des designs des emoji existants par les industries. On observe deux tendances : l'exhaustivité et le réalisme des représentations.

En novembre 2016 le Consortium a validé la création et l'intégration de nouveaux emoji, comme il le fait chaque année. Les 69 nouvelles formes¹⁴⁵ vont donc pouvoir être *designées* par les divers fabricants pour être ensuite utilisées par les usagers. On

¹⁴⁵ Voir annexe 29, 143

trouve donc dès maintenant sur Twitter, Facebook et Google (Apple, Facebook Messenger, Samsung, Gmail, n'ayant pas encore sorti leurs propres mises à jour) huit nouvelles « émotions », une femme allaitant, un homme avec une barbe, une femme avec un hijab, un enfant, un adulte et une personne âgée non genrés ; mais également des représentations plus fantastiques, en possibilités masculines et féminines : un(e) mage, un(e) zombie, un(e) génie, un(e) vampire, un(e) elfe, une fée et un homme fée, une sirène et une homme sirène. Dans la catégorie des animaux, on découvre un hérisson, deux dinosaures de races différentes (Tyrannosaurus et Diplodocus), un criquet, une girafe et un zèbre. La catégorie alimentation, à laquelle se sont déjà rajoutés récemment un hot dog, des burrito, un burger et du bacon, se voit également fortement enrichie : un sandwich, une vapeur asiatique, un croissant, un bretzel, un morceau de viande cru, des baguettes asiatiques et une boîte à emporter « typique » des restaurants asiatiques.

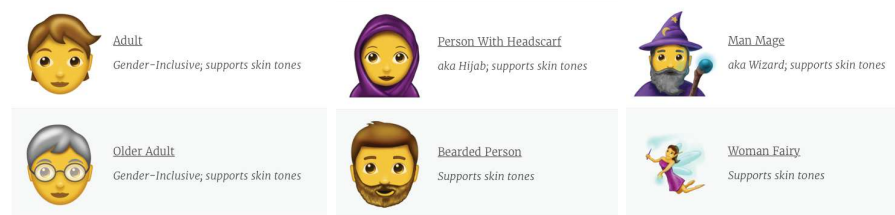


Figure 19 : screenshot <http://blog.emojipedia.org/final-2017-emoji-list/> 17/06/2017

Comme il est mentionné sur ces images, les différents symboles de personnes sont compatibles avec « jaune », la couleur historique des smileys, mais également en cinq déclinaisons de couleurs de peau fondées sur la classification de Fitzpatrick, utilisée en dermatologie : « light skin tone, medium-might skin tone, medium skin tone, medium-dark skin tone, dark skin tone »¹⁴⁶.

Cette fonctionnalité n'a pas toujours été disponible. Elle est arrivée dans les claviers en 2015. Des employés de chez Apple et Google avaient publié à l'époque un rapport¹⁴⁷ à l'intention du Consortium Unicode pour promouvoir une possibilité technique de choisir la couleur de peau des emoji visages. « Les gens veulent avoir des émoticônes qui reflètent davantage la diversité humaine, tout particulièrement la couleur

¹⁴⁶ Charte de l'ensemble des emoji <http://unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html>

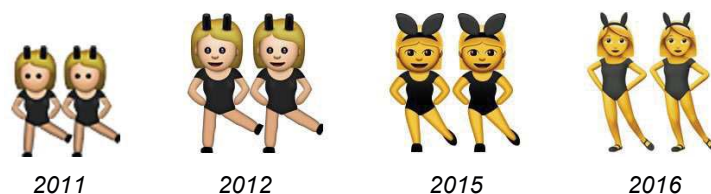
¹⁴⁷ Unicode Technical Standard #51 [en ligne] rédigé par Mark Davis (Google) et Peter Edberg (Apple) en décembre 2014 puis validé et publié sur Unicode.com en 2015, <http://www.unicode.org/reports/tr51/#Diversity>

de la peau », avaient-ils affirmé sur la page de leur projet¹⁴⁸, qui a donc été publié et validé depuis.

Ces questions de couleur de peau sont prises extrêmement au sérieux, puisque comme le raconte Yiying Lu, faisant partie des membres payants du Consortium, il y a eu un débat pour savoir si oui ou non les emoji fantastiques (sirènes, mages, génies...) devaient proposer les différentes couleurs de peau. Après recherches, il a été acté que les génies sont seulement connus en bleu, ils sont « raceless »¹⁴⁹ : ils sont donc les seuls à n'exister qu'en une seule couleur. En revanche, les sirènes, mages, vampires et zombies, bénéficient eux des cinq couleurs de peau. Pour les prochaines mises à jour, on parle déjà de l'ajout de nouvelles possibilités pour représenter les cheveux¹⁵⁰ : roux, afro, blancs ou encore chauve.

De même, les mises à jour de design des emoji existants, notamment sur iOS, s'orientent très souvent vers plus de réalisme¹⁵¹ : les visages et les corps sont mieux dessinés et les textures des matières sont plus travaillées. Un exemple de cette évolution a été repris avec humour sur les réseaux sociaux¹⁵² : celui des deux petites danseuses qui ont si vite grandi et sont maintenant devenues des jeunes femmes :

Figure 20



¹⁴⁸ « De nouvelles couleurs de peau pour les emojis de vos smartphones » LeFigaro.fr [en ligne] <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2014/11/06/32001-20141106ARTFIG00007-de-nouvelles-couleurs-de-peau-pour-les-emojis-de-vos-smartphones.php> publié le 6/11/2014 consulté le 17/06/2017

¹⁴⁹ «The Westernization of Emoji » TheAtlantic.com [en ligne] <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/05/the-westernization-of-emoji/527616/> publié le 22/05/2017, consulté le 24/05/2017

¹⁵⁰ «Science, planet, curly hair on Unicode Agenda» Emojipedia.org [en ligne] <http://blog.emojipedia.org/science-planets-curly-hair-on-unicode-agenda/> publié le 5/05/2017 consulté le 10/05/2017

¹⁵¹ Voir annexe 30, p.144

¹⁵² Tweet de @johnn0ob [en ligne] <https://twitter.com/johnn0ob/status/775850649997090816> publié le 13/09/2016 (voir annexe 31, p.145)

Si ces industries tendent à représenter plus de diversité et de réalisme dans le clavier, on constate également certains choix de ne pas représenter certains objets, comme le fusil de tir. En effet, alors qu'il était proposé à l'origine dans un set représentant d'autres sports en l'honneur des Jeux Olympiques, le fusil était censé illustrer le biathlon (une combinaison de ski et de tir). Le symbole était en bonne voie pour être intégré mais, selon le webzine BuzzFeed¹⁵³, Apple s'y serait opposé et aurait finalement réussi à annuler l'encodage sous forme de pictogramme. Mais aucun des membres n'a voulu s'exprimer officiellement sur ce rejet.

On pourrait soulever la contradiction de refuser un fusil dans le clavier alors qu'on peut déjà y trouver un couteau, une bombe et un pistolet. Cependant, on note qu'Apple a également récemment changé le design du pistolet de son clavier pour un pistolet à eau en plastique vert fluo :

Figure 21



Source : <http://blog.emojipedia.org/apple-and-the-gun-emoji/>

Ces dispositifs socio-numériques imposeraient-ils une forme de censure ? Serions-nous en face d'un objet promouvant le « politiquement correct » et une image fantasmée de la réalité ? A tel point que le clavier représente parfois des « choses » qui n'existent pas : on imagine que, dans un souci de représentation de l'égalité des sexes, l'emoji représentant un garde de Buckingham Palace existe également en version féminine. Pourtant ceci est impossible pour la simple raison que les femmes ne peuvent pas intégrer les unités de combat des British Armed Forces, unités qui gèrent la sécurité du palais¹⁵⁴.

Même si selon la chercheuse Kate Miltner, le Consortium et ses partenaires auraient à la base simplement voulu traiter la question d'un point de vue purement

¹⁵³ « Thanks to Apple's influence, You're not getting a rifle emoji » BuzzFeed.com [en ligne] https://www.buzzfeed.com/charliwarzel/thanks-to-apples-influence-youre-not-getting-a-rifle-emoji?utm_term=.mpgpnA7YZ#.qbE1Kjgzo publié le 17/06/2016, consulté le 1/06/2017

¹⁵⁴ FAQ « Why there is no women guarding the Buckingham Palace » <http://changing-guard.com/faq-resources/changing-guard-no-women.html>

technique pour éviter « the messy politics of representation »¹⁵⁵, une technologie neutre n'existe pas. L'encodage et le design des emoji sont le résultat de choix pris par des hommes et des femmes ayant des valeurs et travaillant pour des entreprises, qui ont elles aussi des valeurs, dont l'objectif est de cibler une certaine partie de la population, ayant également un système de valeurs.

Cette réflexion nous amène à faire l'hypothèse suivante : les emoji sont un discours publicitaire sur l'engagement des marques.

2. PRODUCTION MEDIATIQUE DE LA DIVERSITE ET DE L'EGALITE : EMOJI ET DISCOURS COMMERCIAUX

Au fur et à mesure des mises à jour, les emoji deviendraient « forward thinking »¹⁵⁶ c'est-à-dire avant-gardistes, ils aideraient à promouvoir plus de tolérance¹⁵⁷ notamment à l'égard de la communauté musulmane grâce à l'emoji représentant une femme voilée, et les familles avec des parents du même sexe. Ils seraient plus « féministes »¹⁵⁸ depuis que les femmes sont aussi représentées en train d'exercer les mêmes métiers que les hommes. Ces thématiques que nous venons de citer ont été des sujets particulièrement importants et discutés ces dernières années.

Que les fabricants s'emparent et traitent du sujet n'est pas étonnant, et cela rappelle les stratégies de communication du domaine publicitaire. En mettant en scène ce qui est considéré comme « bien », « avant-gardiste » les marques associent leur image à ces valeurs et prennent position sur des sujets de société. C'est également une façon de toucher une cible identifiée par son système de valeurs. Valérie Sacriste rappelle à

¹⁵⁵ « Emoji diversity : how « silly little face » can make a big difference » TheGuardian.com [en ligne] <https://www.theguardian.com/technology/2016/nov/07/emoji-diversity-texting-emojicon-san-francisco> publié le 7/11/2016, consulté le 10/12/2016

¹⁵⁶ Rapport 2015 sur l'utilisation des emoji par l'agence Emogi [en ligne] https://www.emogi.com/documents/Emoji_Report_2015.pdf publié en 2015, consulté le 10/12/2016

¹⁵⁷ « System update : are emojis making the world more tolerant ? » AlArabiya.net [en ligne] <http://english.alarabiya.net/en/life-style/entertainment/2016/12/14/System-update-Are-emojis-making-the-world-more-tolerant-.html> publié le 14/12/2016, consulté le 5/05/2017

¹⁵⁸ « Google propose (enfin) des emojis féministes » Flair.be [en ligne] <http://www.flair.be/fr/home-sorties/381388/google-propose-enfin-des-emojis-feministes> publié le consulté le

propos de la publicité qu'elle n'est pas une seule et simple information économique, mais aussi

un miroir social, exerçant une fonction normative en tant qu'elle est un lieu d'exposition du monde, des cultures, des modes de vie, des statuts, des pôles, des stéréotypes, des façons de penser et de se comporter.

Sans être officiellement un discours qui vendrait quelque chose en particulier, on sent bien que les choix opérés dans ce que représente ou pas les emoji, touchent à l'image du miroir social. Valérie Sacriste poursuit, toujours en parlant de la publicité :

Ainsi, elle reflète la réalité sociale, une réalité qui n'est pas un diagnostic objectif, mais une typification de ce que les individus pensent et comment ils se les représentent au monde.

Cette phrase pourrait parler du clavier emoji et expliquer les écarts entre la réalité et ce que représente certaines icônes, comme « la » garde de Buckingham Palace, ou encore l'importance accordée aux différentes couleurs de peau pour les sirènes, vampires, ou Père et Mère Noël. Sans forcément le vouloir, ces formes développent une forte dimension idéologique et mettent en exergue des logiques sociales, des fantasmes.

Cependant elles sont parfois assumées comme symboles de promotion de valeurs. Quand Google a créé des emoji combinant les codes informatiques des emoji métiers avec les emoji féminins¹⁵⁹, les quatre salariés à l'initiative de ce projet ont publiquement affirmé que leur objectif était de réduire les inégalités entre les sexes :

*Nous pensons que nous pouvons avoir un impact très positif en ajoutant 13 nouveaux emoji qui dépeignent des femmes à travers un spectre représentatif de professions [...]. Nous pensons que cela va valoriser et motiver les jeunes femmes (les plus grandes utilisatrices d'emoji), et mieux refléter les rôles essentiels joués par les femmes dans le monde.*¹⁶⁰

¹⁵⁹ Voir annexe 32, p.146

¹⁶⁰ « Expanding emoji professions : reducing gender inequality » : proposition écrite par Rachel Been, Nicole Bleuel, Agustin Fonts, Mark Davis et publiée sur Unicode.org
<http://unicode.org/L2/L2016/16160-emoji-professions.pdf>

3. EMOJI ET SOFT POWER : UNE VISION OCCIDENTALISEE DU MONDE ?

Si ni la compréhension ni l'usage de ces formes ne sont littéralement universels comme nous l'avons démontré plus haut, les emoji circulent massivement et quotidiennement dans la sphère numérique en véhiculant des émotions et des représentations du monde. Dans ces 2623 icônes possibles de visages, de personnes, de couleurs de peau, d'activités, d'objets, de drapeaux, s'incarnent des symboles. Pour certains, le fait que ces symboles soient gérés directement par des grandes firmes occidentales posent problème, car qu'elles le veuillent ou non, c'est bien par le prisme d'une culture occidentale que les mises à jour se font.

Pour discuter cette hypothèse nous nous pencherons sur deux nouveaux emoji présents dans la mise à jour de 2017 : la boîte de nourriture asiatique à emporter et le « fortune cookie », deux emoji proposés par Yiyi Lu, une artiste basée à San Francisco née à Shanghai. Elle est également à l'origine des emoji de baguettes et du vapeur.

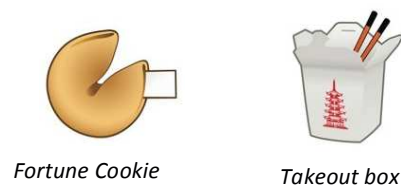


Figure 22

Dans un article, Lu raconte que même en ayant vécu à Shanghai jusqu'à son adolescence, elle n'a découvert le Fortune Cookie qu'en Australie, dans un restaurant asiatique. De la même façon, la boîte à emporter blanche avec un monument d'inspiration asiatique n'existe que dans les pays anglo-saxons. Ces deux objets n'incarnent donc pas, comme on pourrait le croire, la culture chinoise, mais une représentation occidentale, voire anglo-saxonne, de la culture chinoise. Ils sont d'ailleurs souvent mis en scène dans les films et séries anglo-saxonnes¹⁶¹. Ces objets représentent l'expérience américaine de la culture chinoise. C'est un peu comme si un emoji avec un béret, une marinière et une baguette sous le bras existait pour représenter la culture française.

Christina Xu, une ethnographe née en Chine et vivant aux Etats-Unis, remarque que si les emoji ont été inventés au Japon, ils ont connu leur essor international grâce à

¹⁶¹ Voir annexe 33, p.147

Apple, une entreprise américaine¹⁶². Même chose pour les *fortune cookies* : c'est également un japonais qui les aurait inventés, mais ces gâteaux d'où l'on tire des proverbes imprimés sur des bouts de papier, ont été popularisés aux Etats-Unis. Même les entreprises qui composent le Unicode Consortium sont pour la plupart américaines. L'ethnologue conclut : « So even when it is about other cultures, it's still about America ». Pour elle, ces emoji sont à ranger dans la même catégorie que ceux représentant les nourritures typiquement américaines comme le hot dog, le burrito et le taco récemment ajoutés. En effet, ces deux derniers sont particulièrement à la mode en Californie : ils ne représentent pas une ouverture culturelle vers le monde culinaire extérieur en tant que tel, pour montrer plus de diversité, mais répondent à une demande de pictogrammes illustrant le quotidien de certains américains. C'est d'ailleurs exactement ce que réclame la marque Taco Bell dans la pétition : « America wants a taco emoji. America needs a taco emoji »¹⁶³. Ce taco a été créé pour les américains, par les américains, mais les smartphones du monde entier peuvent maintenant en profiter.

Comme si on créait un emoji « Full Moon Party », ces énormes fêtes qui rassemblent des milliers de touristes occidentaux sur les plages du sud de la Thaïlande : on ne chercherait pas à représenter la culture thaïlandaise, mais une certaine expérience occidentale de ce pays. On comprend le sentiment qu'exprime Christina Xu à l'égard de ce type de représentation. D'un côté, il peut y avoir de la fierté et de l'autre, un sentiment d'incompréhension : pourquoi choisir de représenter une culture par le prisme d'une autre ?

Un fait également intéressant nous fait remonter en 2011, au moment où Apple a intégré les emoji dans son clavier, à l'origine uniquement pour les iPhones japonais puis à l'ensemble de ses smartphones. Or, alors qu'ils connaissaient un grand succès au Japon, les emoji ont depuis perdu leur effet de mode. Pour Shigetaka Kurita, le créateur des tous premiers emoji, cela s'explique par le fait que les *designs* des symboles soient

¹⁶² «The Westernization of Emoji » TheAtlantic.com [en ligne]

<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/05/the-westernization-of-emoji/527616/> publié le 22/05/2017, consulté le 24/05/2017

¹⁶³ Pétition « The Taco Emoji needs to happen » lancée par la marque Taco Bell sur Change.org [en ligne] <https://www.change.org/p/unicode-consortium-the-taco-emoji-needs-to-happen-aeb4ebc7-a323-441d-90b9-20b90c83a8c6> publié en 11/2015, consulté le 18/06/2017

devenus trop différents des goûts locaux, ils ne sont pas « kawaii », « mignon » en français.

*L'image que j'avais à l'esprit était quelque chose de proche du texte. Moins de e (image) et plus de moji (lettres). Pour que chacun puisse les utiliser comme des icônes, sans que le goût n'entre en jeu. Pour moi, il s'agissait de pictogrammes ou d'icônes. Pas des décorations, mais des outils de communication, les mêmes pour tous les utilisateurs quels qu'ils soient.*¹⁶⁴

Autrement dit, quand un acteur industrielo-culturel a voulu universaliser des signes selon sa vision culturelle de l'universel, sans même forcément s'en rendre compte, cette possibilité d'universalité a été annulée aux yeux de la culture à l'origine des objets. Cette articulation démontre encore une fois que les emoji actuellement disponibles dans nos smartphones ne sont donc pas universels, mais représentent une certaine vision de l'universalité, tant par le *design* du signifiant, que par le signifié.

En effet, au delà de la forme purement graphique, ce que représente les emoji peut poser problème dans d'autres pays. Car nous l'avons vu, les emoji se voient attribuer des valeurs avant-gardistes, promouvant une certaine idée de la diversité et de l'égalité.

En Russie par exemple, les autorités russes ont menacé en 2015 d'interdire les emoji représentant des couples du même sexe¹⁶⁵. En effet, il existe dans ce pays une loi interdisant la promotion des relations non-hétérosexuelles.

Même au sein des Etats-Unis le clavier peut faire débat : en s'opposant à l'insertion de l'emoji du fusil et en remplaçant l'arme par un pistolet à eau, Apple prend de facto position sur cette épineuse question dans le pays. La firme n'a pas justifié officiellement le changement opéré, pourtant le message paraît clair : il ne faut pas représenter des armes mortelles dans le quotidien des gens, « c'est mal ». Ce geste est d'ailleurs symbolique pour les lobbys contre les armes aux Etats-Unis et la directrice exécutive de l'association New York Against Gun Violence Leah Barrett se félicite cet acte : « Apple

¹⁶⁴ « Au Japon à cause de Apple les emojis n'ont plus rien de cool » Slate.fr [en ligne] <http://www.slate.fr/story/111975/pourquoi-japon-lasse-emojis> publié 2/01/2016, le consulté le 25/05/2017

¹⁶⁵ "Russia could ban same sex emoji under gay propaganda laws" TheGuardian.com [en ligne] <https://www.theguardian.com/world/2015/aug/01/russia-could-ban-same-sex-emojis-for-promoting> publié le 1/08/2015, consulté le 17/06/2017

has stood up to the bullying tactics of the NRA and gun industry by showing that there are many more life-affirming ways to express oneself than with a gun »¹⁶⁶.

Cette association est d'ailleurs à l'origine de la campagne #DisarmTheiPhone¹⁶⁷ lancée en 2015, un an avant cette mise à jour. Un dispositif sur le site web permettait de tweeter automatiquement le message suivant à Tim Cook, le directeur général d'Apple : « .@Tim_Cook Please remove the ☞ and help us take a stand for stricter gun accessibility in America. #DisarmTheiPhone bit.ly/1lkmE8H » Le site redirige également vers la lettre ouverte envoyée à Apple¹⁶⁸ :

We ask that you stand with the American people and remove the gun emoji from all your products as a symbolic gesture to limit gun accessibility. We understand taking the emoji out will not end gun violence, but this act will show Congress that gun-owning and non-owning Americans have come together to demand required background checks for ALL gun sales.

Cette campagne liée à des enjeux politiques des Etats-Unis a donc été un succès impactant le *design* du pistolet des iPhones du monde entier.

Apple « censure » en quelque sorte un objet, en revanche on trouve des emoji représentant des couples homosexuels et depuis peu, des familles avec des parents de sexes différents et un drapeau LGBT. Or ce n'est pas un secret qu'Apple est engagé publiquement sur cette problématique et défend le mariage pour tous aux Etats-Unis¹⁶⁹, tout comme Google¹⁷⁰ ou encore Facebook¹⁷¹.

¹⁶⁶ « Apple replaces the pistol emoji with a water gun » CNN.Com [en ligne] http://money.cnn.com/2016/08/01/technology/apple-pistol-emoji/index.html?iid=SF_LN&sr=twCNN080116apple-pistol-emoji1012PMStoryLink&linkId=27172711 publié le 2/08/2016, consulté le 18/06/2017

¹⁶⁷ <http://www.disarmtheiphone.com>, voir annexe 34, p.148

¹⁶⁸ An Open Letter to Apple Inc. » <http://www.disarmtheiphone.com/open-letter-to-apple/>

¹⁶⁹ « Apple s'engage contre une loi discriminant les homosexuels » MacG.com [en ligne] <https://www.macg.co/aapl/2014/02/apple-sengage-contre-une-loi-discriminant-les-homosexuels-80121> publié le 25/02/2014, consulté le 18/06/2017

¹⁷⁰ Vidéo « Googlers Supporting Marriage Equality - Working at Google » sur la chaîne officielle Life at Google <https://www.youtube.com/watch?v=yfLa1-2zBuI> publiée le 23/10/2012 consultée le 8/06/2017

¹⁷¹ Statut de Marc Zuckerberg #PrideConnectsUs sur Facebook (voir annexe 35, p.149) <https://www.facebook.com/zuck/posts/10102200855484761> publié le 25/06/2015, consulté le 18/06/2017

*Ne laissez jamais la majorité restreindre les droits de la minorité. Ne laissez jamais les gens qui ont peur des personnes différentes limiter les droits de l'Homme ou nier la dignité humaine.*¹⁷²

Extrait d'un discours public de Tim Cook

Ces exemples montrent qu'il y a bien des choix réfléchis, et même des engagements politiques, à propos de ce que peuvent illustrer les emoji ou non, de ce qu'ils doivent représenter ou pas, définissant donc d'une certaine façon ce qui peut être considéré comme « normal » et ce qui ne peut pas l'être, ce qui est « bien » et ce qui est « mal ». Ces exemples affirment donc notre hypothèse et illustrent la pensée de Emmanuel Souchier affirmant que les lieux d'écriture sont des lieux de pouvoir.

Ces choix résultent d'entreprises, majoritairement américaines, mais sont également fortement influencés par des associations, des lobbys, et les utilisateurs eux-mêmes.

B. « EMOJI BY THE PEOPLE FOR THE PEOPLE »

Quand Yiyang Lu s'est lancée dans la conception d'un nouvel emoji à soumettre au Unicode Consortium, l'artiste a également lancé un site pour promouvoir « The Dumpling Emoji Project ». Derrière cet emoji vapeur se trouve un projet plus global qui est de défendre les « emoji by the people, for the people ». En effet, les pétitions réalisées pour défendre l'apparition de nouveaux emoji et la mobilisation de certains utilisateurs témoignent d'une aspiration générale à plus de reconnaissance sociale et culturelle. Les détournements du sens des emoji par les utilisateurs témoignent également de cette volonté de réappropriation « by the people » de cette pratique.

1. DES ENJEUX DE RECONNAISSANCE SOCIALE ET CULTURELLE

Comme nous le savons, le clavier permet aujourd'hui de choisir entre différentes couleurs de peau, cinq exactement, fondées sur la classification de Fitzpatrick. Pour défendre leur projet, Mark Davis et Peter Edberg avaient affirmé que les gens voulaient avoir des émoticônes reflétant davantage la diversité humaine, tout particulièrement la

¹⁷² Vidéo « Tim Cook receiving the IQLA Lifetime Achievement Award » sur la chaîne officielle Auburn University <https://www.youtube.com/watch?v=dNEafGCf-kw> 14/12/2013

couleur de la peau. Cette initiative serait arrivée quelques mois après le lancement de la pétition intitulée « Diversify my Emoji. Ask Apple to diversify their next set of emoji »¹⁷³. Aujourd'hui, la description de la page web explique qu'il n'était pas normal que toutes les phases de lune soient représentées alors que les utilisateurs n'avaient uniquement le choix qu'entre des emoji de personnes blanches. Selon un journaliste du Figaro, un internaute aurait commenté la pétition avec ce message :

*Je suis un Afro-Américain, je mérite d'être représenté de la façon de mon choix : avec ma couleur de peau*¹⁷⁴

La notion de « mérite » est très forte, comme si la personne, avant de pouvoir se représenter par sa couleur de peau ne se sentait pas reconnu, voir exclue d'une certaine réalité. Nous revenons donc à des questions de normalisation de la représentation : le clavier représentant des objets, humeurs et gestes du quotidien, cela dirait en creux que ce qui n'est pas représenté ne fait pas partie du quotidien.

Ces formes sont donc des enjeux politiques pour les entreprises qui affirment leur positionnement sur certains sujets, mais également pour les utilisateurs, comme pour Rayouf Alhumedhi. Cette adolescente de 15 ans, d'origine saoudienne et vivant en Allemagne, a lancé un appel pour la création d'un emoji portant un hidjab. Elle-même en porte un depuis l'âge de 13 ans. Elle affirme :

*We need to be represented with the amount of diversity, the amount of difference in this world. [...] I would like to be represented and acknowledged*¹⁷⁵

Son initiative a attiré l'attention de personnalités dans le monde des médias : Jennifer 8. Lee, une ancienne reporter du New York Times, et Alexis Ohanian, le fondateur de Reddit, lui ont apporté leur soutien. Ce dernier a commenté :

¹⁷³ Voir annexe 36, p.150

¹⁷⁴ "De nouvelles couleurs de peau pour les emojis de vos smartphones" LeFigaro.fr [en ligne] <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2014/11/06/32001-20141106ARTFIG00007-de-nouvelles-couleurs-de-peau-pour-les-emojis-de-vos-smartphones.php> publié le 6/11/2015, consulté le 17/06/2017

¹⁷⁵ "Muslim Teenager proposes emoji of woman wearing a head scarf » NYTimes.com [en ligne] https://www.nytimes.com/2016/09/15/world/europe/muslim-teenager-proposes-emoji-of-woman-wearing-a-head-scarf.html?_r=1 publié le 14/09/2016 consulté le 25/11/2016

*Emoji may not seem like a big deal, but it's one more way for a lot of people to feel acknowledged and represented — and that is a good thing*¹⁷⁶

Être et se sentir représenté, montrer que l'on existe, voici les motivations exprimées par les usagers qui se mobilisent.

Nous posons l'hypothèse plus haut que, comme les émotions, les emoji sont des signes performateurs dans la mesure où ils indiquent dans quel espace affectif navigue le sujet tout en contribuant à le modifier de par sa communication. Nous défendons maintenant l'hypothèse qu'ils agissent également sur la perception du monde. Du virtuel au réel, et du réel au virtuel, des enjeux de société se cristallisent autour de ces petites formes qui semblent être engagées, à travers l'action de divers acteurs pour combattre le racisme, le sexisme, l'homophobie, l'intolérance, et même questionner les théories du genre. Au fil des mises à jour, ils tendent à représenter et à normaliser l'ensemble des réalités et perception de l'égalité.

Comme nous l'avions vu plus haut, les associations s'emparent également de ce sujet pour briser les tabous. On pense à l'exemple du clavier avec des emoji enfants subissant des maltraitances domestiques, mais aussi à l'initiative récente de Plan International, une association défendant le droit des enfants et des femmes. La campagne #PeriodEmoji¹⁷⁷ a été lancée au Royaume-Uni début juin 2017 pour élire l'emoji représentant la période de menstruations des femmes.

Ces enjeux rappellent ceux liés à une société démocratique reposant sur le fait que chacun puisse faire entendre sa voix et être représenté. D'ailleurs, la mise en place de pétitions souligne cet engagement qui devient citoyen pour certains. Lors de « The Dumpling Emoji Project » Yiyang Lu a également voulu sensibiliser les usagers à plus se mobiliser dans le processus de création des emoji pour y amener plus de démocratie et de représentations culturelles diverses, d'où le slogan « emoji by the people, for the people », et ne pas laisser ainsi onze multinationales américaines décider seules de l'évolution de ces objets.

¹⁷⁶ *ibid*

¹⁷⁷ Voir annexe 37, p.151

2. DES USAGERS AFFIRMANT LEUR POUVOIR DE REECRITURE

Le clavier ne représente pas tout et on constate une autre façon pour les usagers d'arriver à exprimer leurs pensées, notamment pour parler de sexualité. Les usagers s'approprient ces objets de communication et en reconstruisent le sens. En effet, les emoji fruits et légumes sont assez connus pour leur utilisation au second degré. La pêche par exemple réfère aux fesses, l'aubergine, la banane ou encore le hot dog au sexe masculin, et le taco au sexe féminin. Ces codes se sont répandus et appris au fur et à mesure, à tel point que, selon une étude menée par le blog d'Emojipedia.org¹⁷⁸ sur un échantillon de 571 tweets utilisant la pêche, cette dernière représente des fesses dans plus de 60%, contre 7% pour parler du fruit.

Ce braconnage, selon l'expression de Michel de Certeau, n'a pas été du goût de certains acteurs industriels. Pendant un temps, Instagram a bloqué la recherche par l'emoji aubergine sur sa plateforme, justifiant qu'il était systématiquement lié à un caractère sexuel ne respectant pas les conditions générales du réseau social de photos¹⁷⁹. De nombreux utilisateurs se sont alors mobilisés sur les réseaux sociaux contre cette forme de censure, grâce à l'humoristique #FreeTheEggplant (Libérez l'aubergine).

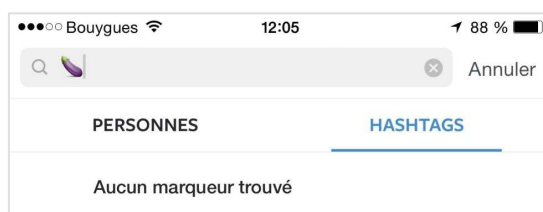


Figure 23

Source : <http://www.meltystyle.fr/un-emoji-trop-sexuel-censure-par-instagram->

Aujourd'hui la recherche est possible mais il est probable que les modérateurs soient plus nombreux car les images qui ressortent présentent peu de caractère sexuel.

Un autre évènement marquant dans l'actualité des emoji, datant de novembre 2016, est celui de *redesign* du fameux emoji pêche dans le clavier de Apple (figure 24).

¹⁷⁸ « How we really use the peach » Emojipedia.org [en ligne] <http://blog.emojipedia.org/how-we-really-use-the-peach/> publié le 16/01/2016, consulté le 18/06/2017. Voir annexe 38, p.152

¹⁷⁹ « Instagram censure l'émoticône aubergine » Atlantico.fr [en ligne] <http://www.atlantico.fr/atlantico-light/instagram-censure-emoticone-aubergine-2118197.html> publié le 28/04/2015, consulté le 12/10/2016

A gauche la version iOS 10, au milieu la version beta 1 de iOS 10.2, puis à droite, la version finale.



Figure 24

Source : <https://techcrunch.com/2016/11/15/apple-brings-back-the-peach-butt-emoji/>

Quand les internautes ont découvert la beta 1, de nombreuses réactions sont apparues sur les réseaux sociaux pour la critiquer : mais comment les internautes allaient-ils donc pouvoir faire pour envoyer un signe de fesses ? Plus sérieusement, les commentaires traduisent un agacement face à ce qui a été interprété comme une tentative d'empêcher les usagers d'user de leur créativité pour communiquer comme ils le souhaitent. Finalement, la firme est revenue sur un design arrondi, mais sans tout-à-fait revenir à la version précédente.

D'une manière plus générale, on observe que les articles questionnent les mises à jour de design des emoji Apple de manière générale. Comme nous l'avons dit plus haut, la tendance est à plus de réalisme, plus de détails, de texture, ce qui explique pourquoi la pêche a quand même changé pour iOS.2. Or selon certains, cela pose un problème : en devenant trop réalistes, les emoji perdent leur dimension symbolique et réfèrent à des objets de plus en plus précis, restreignant ainsi les usages créatifs que l'on peut en faire. L'aspect « e » (image en japonais) prend de plus en plus le dessus sur le « moji » (lettre). En zoomant sur certains emoji actuels, difficile à croire que ce sont des pictogrammes. Certains pourraient être des personnages de dessins animés 3D¹⁸⁰.

Charlie Warzel donne l'exemple de l'emoji « Woman Dancing » (figure 25) qui a désormais un nez, une bouche, deux jambes visibles et « beaucoup trop de peau pour un emoji »¹⁸¹. On l'utilise souvent pour illustrer une certaine joie de vivre, un succès (un peu comme si l'on disait « Olé ! ») ou quelque chose à caractère féminin, sensuel, ou

¹⁸⁰ Voir annexe 39, p.153

¹⁸¹ "Emojis are being hyper-realistic and it's a bad thing" BuzzFeed.com [en ligne] https://www.buzzfeed.com/charliwarzel/emojis-are-becoming-hyper-realistic-and-that-is-a-bad-thing?utm_term=.trdrAY8j5#.qcZ62o0eN publié le 3/11/2016, consulté le 8/06/2017

même la légèreté. Or, la dernière version est beaucoup plus explicite, et étrangement, « colle » moins bien à ces sens que lui accordaient les usagers. L'autre exemple est celui du chien/loup/canidé : alors qu'on pouvait avoir un doute sur ce qu'il représentait, maintenant c'est sûr, c'est un loup.

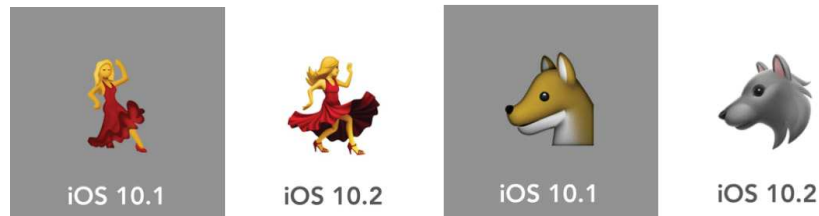


Figure 25

Une question commune que se posent les journalistes des articles cités est : « pourquoi faire toutes ces mises à jour de design ? ». Pourquoi vouloir rajouter de la texture et une ombre sur un pictogramme d'avocat ? Pourquoi vouloir rajouter une feuille de salade et une tomate dans un burger ? Car selon Emojipedia.org, sur la version 10.2, le *design* de 987 emoji a été changé¹⁸², sur 1139. Le journaliste Devin Coldeway rappelle que le design qui ne répond à aucune fonctionnalité, n'est pas vraiment du design¹⁸³. Le design ne pense pas le superflu mais l'harmonie et le sens. Apple ne s'exprime pas sur ses nouveaux designs.

Plus l'objet est défini, encadré, plus le « braconnage » est limité. Or « il n'existe de culture qu'altérée » selon Yves Jeanneret¹⁸⁴. Ce qui continue de confirmer la forte dimension polychrétique de ces objets, sujets à l'appropriation, à la circulation créative, et la multiplicité des usages. Même si ces revendications sur les emoji paraissent pour certains futiles, elles montrent bien le mouvement de dialectique « réception/création » entre les différents acteurs qui forment la culture, et l'importance pour les individus de s'y sentir intégrés. Elles illustrent également les enjeux de pouvoir dont nous tentons de démontrer la présence.

¹⁸² Vidéo "Before/after emoji changes in iOS.2 December 2016" sur la chaîne Emojipedia <http://emojipedia.org/apple/ios-10.2/changed/> publiée le 21/12/2017, consultée le 15/05/2017

¹⁸³ "Apple, give me back my emoji" Techcrunch.com [en ligne] <https://techcrunch.com/2016/11/01/apple-give-me-back-my-emoji/> publié le 1/11/2016, consulté le 18/06/2017

¹⁸⁴ JEANNERET Yves *Penser la trivialité I. La vie triviale des êtres culturels*, Hermès-Lavoisier, 2008, p.87

Michel de Certeau parle également du « faire avec » avec lequel les usagers se réapproprient les objets. C'est une forme de sentiment de pouvoir qui se crée, une maîtrise sur l'objet. D'où encore une fois le sentiment de déception, voire la frustration, face à quelque chose que l'industrie donne puis reprend, puis redonne, mais transforme. C'est un jeu de pouvoirs entre les modes d'emploi et les pratiques braconnées.

Bien sûr cette dynamique est probablement sans fin comme le montre le projet « The Nipple Act »¹⁸⁵ de l'artiste Camila Gonzales Corea. Pour dénoncer une vision du corps de la femme purement sexuelle dans la société moderne et lutter contre les censures à l'égard du corps féminin qu'elle considère abusives sur les plateformes dominantes, elle poste sur un compte Instagram les photos de torsos de femmes nues qu'elle recrée avec... des emoji! Les usagers trouveront toujours comment faire déborder le sens, malgré des tentatives d'encadrement, et c'est ce qui crée la culture.

C. LE CLAVIER EMOJI, DEMAIN ÇA RESSEMBLE A QUOI?

Nous avons analysé l'évolution des emoji, circulant dans la société et pris dans diverses tensions. Si aujourd'hui ils sont un phénomène observable, dans la société occidentale du moins, on peut se questionner sur leur avenir, au regard de ce que nous savons désormais.


1. ENTRE CRITERES D'ELIGIBILITE ET EMOJI EXISTANTS : DES CONTRADICTIONS APPARENTES

Sur son site, le Unicode Consortium propose une liste indiquant les facteurs d'éligibilité¹⁸⁶. Parmi les facteurs d'exclusion, on note le fait qu'un emoji soit déjà représentable en associant des emoji existants. Voici l'exemple associé :

¹⁸⁵ Voir annexe 40, p.154

¹⁸⁶ Liste des facteurs consultable sur

http://www.unicode.org/emoji/selection.html#selection_factors

A building associated with a particular religion might be represented by a  PLACE OF WORSHIP emoji followed by a one of the many religious symbols in Unicode.












Pourtant, première contradiction, il existe bien un emoji église, un emoji synagogue, un emoji mosquée et un emoji temple. Ceci peut s'expliquer par le facteur d'inclusion « completeness » d'une catégorie, c'est-à-dire intégralité d'une catégorie : l'église est validée par le Consortium depuis 2009, dans la version Unicode 5.2. Il semble donc logique, au regard de ces critères, que les autres lieux de culte aient dû être proposés, puis validés en 2015, la version Unicode 8.0. Mais dans cette même mise à jour, on trouve un autre lieu de culte, cette fois-ci beaucoup plus précis : la Kaaba, ce carré au centre de la Masjid al-Harâm, une mosquée de la Mecque (voir annexe précédent). Ce lieu de culte est un lieu majeur pour les Musulmans.

Or ceci n'est-il pas une deuxième contradiction, cette fois-ci avec le critère de « non-spécificité excessive » ? Et ne devrait-on pas maintenant, par souci d' « intégralité », également représenter Saint Jacques de Compostelle ? et le Taj Mahal ?

De même, il existe un emoji « Statue de la Liberté », « Tour de Tokyo » : ne devrait-on pas maintenant, par souci d' « intégralité », également représenter la tour Eiffel ? La tour de Shanghai ? Big Ben à Londres ?

Toujours dans la liste des facteurs d'exclusion ou inclusion, nous trouvons un facteur qui pourrait répondre à nos questions, le critère de « faulty comparison » qu'on pourrait traduire par une comparaison « défailante », donc n'ayant pas de valeur. Si la raison unique d'ajout d'un nouvel emoji est le fait qu'il soit selon vous plus important à représenter qu'un emoji déjà présent, il y a peu de chance que votre projet aboutisse : « Many emoji were added only for compatibility, and would not have been added otherwise. Their existence does not justify proposals for emoji like them. For example:

Figure 26

- The emoji  does not justify adding an emoji for 'OLD', or an emoji for 'NEU' (German)
- The emoji { } do not justify additional front vs full-body views of the same animal
- The emoji { } or { } do not justify adding different varieties of the same kind of animal
- Four different mailboxes {   } do not justify adding adding your favorite "more important than a mailbox" emoji.

Pourtant c'est bien l'une des justifications principales que l'on trouve dans les revendications pour créer des nouveaux emoji. Du type :

*Taco, poisson tropical, ananas, pistolet à eau : il y a un emoji pour tout ou presque. Mais parmi les 1 851 dessins disponibles sur nos smartphones, tablettes et ordinateur, pas un seul ne permet de parler clairement des menstruations des femmes.*¹⁸⁷

D'où la nécessité de « combler ce manque, pour « rompre un tabou ». Ou « Il y a des centaines d'emoji inutiles : une cuillère, quatre boîtes aux lettres, une équerre, six livres, mais aucun représentant ma couleur de peau ? Donc je suis moins important à leurs yeux ? ». Ce type de remarques exprimant un ressenti plus qu'un simple constat, touche aux enjeux de représentation dont nous avons parlé plus haut.

Ces contradictions pourraient traduire un certain manque de clarté dans la vision de ce que les emoji étaient et doivent être. Il semble que le cadre de ce « projet » soit de moins en moins défini, et l'on pourrait se demander si les membres du Consortium ne se retrouvent pas dans une démarche sans fin, appelant à toujours plus de choix et de justification, et donc un objet purement politique et économique ?

Car même si la notion de « *more important than* » n'est soi-disant pas suffisante pour ajouter un nouvel emoji du fait de sa subjectivité, elle l'est dans les faits : nous avons vu tout à l'heure que la firme Apple s'était opposée à l'apparition d'un fusil et a changé le design du pistolet. Ici, le refus de la normalisation des armes est « *more important* » que l'envie de certains usagers d'avoir ces objets dans leur clavier.

2. *DEMAIN, LES EMOJI COMME DICTIONNAIRE UNIVERSEL D'IMAGES ?*

Dans la conclusion du rapport réalisé par quatre membres de Google pour encoder les professions emoji avec une représentation féminine, les employés expliquent que cette proposition se concentrant sur la promotion de l'égalité entre les sexes, ils n'ont

¹⁸⁷ «Une association propose un "emoji règles" pour mettre fin au tabou sur les menstruations » Mashable.fr [en ligne] <http://mashable.france24.com/medias-sociaux/20170529-emoji-regles-menstruations-tabou-consortium-unicode> publié le 29/05/2017 consulté le 16/06/2017

pour l'instant pas choisi d'y inclure les emoji non-genrés¹⁸⁸, tout en ouvrant la voie pour les prochaines discussions :

[...] as this is not the focus of this effort, we suggest decoupling the gender-neutral representation of emoji from this proposal. We would encourage other members of Unicode to join us in creating a system of emoji design that can accommodate a broader gender spectrum.

Microsoft a déjà pris de l'avance sur ses concurrents puisque depuis août 2016, le fabricant a combiné le code d'emoji existants pour en créer de nouveaux : des familles avec les différentes couleurs de peau représentées. Grâce aux séquences ZWJ, une famille peut donc désormais avoir un papa « light skin » avec une maman « dark skin » et un enfant « dark medium skin ». En revanche, si on envoie cet emoji d'un appareil Windows vers un appareil utilisant un autre système d'exploitation, l'affichage sera différent :



Figure 27

Source : <http://blog.emojipedia.org/diverse-emoji-families-come-to-windows/>

Ainsi, l'emoji famille devient complètement personnalisable, dans la seule limite des couleurs de peau disponibles, pour l'instant du féminin et du masculin uniquement, et de la représentation de deux parents et deux enfants maximum. Techniquement, ces séquences ZWJ n'ont pas de limite.

Donc demain, aurons-nous à faire à un clavier vraiment « universel » représentant et « *embrassant la totalité des êtres et des choses* » selon la définition du Larousse que nous mentionnions dans la deuxième partie ?

Les associations de tous bords arriveront-elles à créer des emoji pour « combler les manques » ? Peut-on imaginer le clavier emoji actuel avec des enfants et femmes battus (mais alors également des hommes battus car cela existe aussi), des accidentés

¹⁸⁸Conclusion « A note on gender spectrum and neutrality » dans « Expanding emoji professions : reducing gender inequality » publiée sur Unicode.org <http://unicode.org/L2/L2016/16160-emoji-professions.pdf>

de la route, des handicapés (un sourd, un muet, un autiste, un trisomique...), un bazooka, un vagin, une poitrine de femme... Nous n'y croyons pas vraiment.

Les emoji vont-ils vraiment « représenter tout le monde » comme l'affirment les employés de Google ?¹⁸⁹

On pourrait penser que des contraintes techniques viendront limiter ces mises à jour apportant plus de choix : comment gérer 4000 emoji sur un clavier de téléphone? Mais les performances et capacités de stockage des téléphones étant toujours plus puissantes, ceci ne semble pas être une hypothèse fiable. Au contraire, c'est parce que la qualité des écrans affiche une définition de l'image plus précise que, pour certains, les *designs* des emoji Apple notamment seraient si souvent mis à jour. Nous savons également que les possibilités des séquences SWJ sont illimitées. Et nous ne doutons pas que techniquement, les ingénieurs, graphistes, designers trouveront comment rendre acceptable la navigation dans toujours plus d'emoji.

On repense ici à la notion de langage universel : ne pourrait-on pas faire l'hypothèse après ce que nous venons de décrire, que les industries numériques du texte, même si elles s'en défendent, chercheraient à réellement imposer leur vision du monde à travers un langage promouvant des valeurs « universelles » ? Dans l'interview de Umberto Eco sur l'Esperanto¹⁹⁰ que nous avons déjà citée, le linguiste parle des intérêts qu'a un Etat à promouvoir sa langue. Ses réflexions nous mettent sur la piste d'une autre hypothèse à formuler : les acteurs numériques auraient-ils la prétention de se considérer comme une Nation, devant promouvoir leur propre forme de langage ? Faisons-nous face à un phénomène d'impérialisme linguistique ? Nous n'avons pas la réponse à cette hypothèse, elle-même prétentieuse par son manque de construction théorique, mais elle reste une intuition qui nous semble valable, car nous touchons bien ici à un phénomène qui semble sans limite, tant dans l'exhaustivité à laquelle tendent les emoji, que dans la présence mondiale des firmes promouvant leur usage.

Pour Jennifer 8. Lee, une ancienne reporter du New York Times ayant soutenu l'emoji hijab, « ils essayent trop de devenir quelque chose qu'ils ne seront jamais » sans

¹⁸⁹ *ibid*

¹⁹⁰ « L'Esperanto et le plurilinguisme de l'avenir » entretien du 20/01/1993 retranscrit de Umberto Eco avec Istan Ertl [en ligne] <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED401714.pdf> p.9

que l'article n'en précise plus. Pourrions-nous ajouter : « c'est-à-dire un langage universel bien pensant » ?

Les emoji sont donc au cœur d'enjeux politiques, en tension entre les utilisateurs et les fabricants. En tant que formes symboliques utilisées au quotidien par un nombre très important d'utilisateurs, elles témoignent des enjeux de représentation du réel et de la culture, chacun y projetant sa propre vision. Même si les utilisateurs font preuve de créativité pour s'approprier les objets, les rapports semblent déséquilibrés face à des puissances économiques du numérique et des firmes nord-américaines dont les produits et services sont utilisés dans le monde.

CONCLUSION

Nous serions tentés de rappeler qu'aujourd'hui au Japon, les emoji sont passés de mode, soulignant ainsi le caractère éphémère de certains usages. En effet, il est fort probable que les technologies apportent de nouveaux outils pour continuer de « mieux communiquer », être toujours plus en communion avec ses proches, peu importe la distance. Sur Unicode.org, dans la Foire à Questions concernant les emoji, il est même conseillé au long terme d'utiliser plutôt les « stickers » qui permettent beaucoup plus d'expressions¹⁹¹. Des émoticônes aux emoji en passant par les stickers, c'est une certitude que les formes d'expression émotionnelles vont continuer de circuler et de se transformer.

Pourtant les emoji restent un réel phénomène aujourd'hui, et c'est en ça qu'ils sont intéressants. Quand bien même ils ne seraient qu'une mode, cette dernière témoigne toujours des valeurs et aspirations de la société dans laquelle nous vivons.

Lorsque nous avons commencé notre travail, nous avions moins pour objectif de donner des réponses que de susciter des questionnements sur un objet qui nous intriguait. Au fur et à mesure des recherches, il est apparu que les emoji touchaient à de nombreuses questions essentielles dans diverses disciplines des sciences humaines.

Nous avons commencé par essayer de comprendre dans quelle mesure ces formes étaient l'expression d'une volonté de mieux communiquer, de dépasser les limites matérielles pour rapprocher les communications médiatisées par ordinateur des conversations en face-à-face. Cela nous dit en creux que les utilisateurs tentent encore, presque trente ans après l'arrivée d'internet et des CEMO, de combler les promesses d'une communication augmentée. Du clavier à la parole et au corps, les emoji sont un objet précieux d'analyse dans le cadre de recherches linguistiques, mais touchent également à des questions de mise en scène de cette parole numérique. Ainsi, nous nous sommes penchés aussi sur le rapport entre l'homme et la technique, sur les divers fantasmes qu'il véhicule et les réalités qui en sont parfois bien éloignées. Les parallèles ont pu être nombreux entre les discours autour des NTIC et ceux accompagnant ce

¹⁹¹ "The Unicode Consortium encourages the use of embedded graphics (a.k.a "stickers") as a long-term solution, since they allow much more freedom of expression"
http://www.unicode.org/faq/emoji_dingbats.html

mode de langage, à tel point que l'on peut considérer ces objets comme des NTIC, nous rappelant ainsi qu'ils font partie de dispositifs mis en place par des acteurs.

Les questions économiques abordées nous ont montré en quoi les emoji étaient reliés à des stratégies globales mises en place par des acteurs incontournables du numérique et remises en question par de nombreux chercheurs. Nous avons pu dresser des liens entre les stratégies de ciblage publicitaire, de capitalisme affectif ou encore le digital labor. A chaque fois, il a été passionnant de découvrir des textes qui auraient pu directement décrire le dispositif des emoji. Nous avons donc découvert la forte capacité de ces derniers à être monétisés, expliquant ainsi, en partie, qu'ils soient autant mis en avant par les diverses plateformes.

Ces recherches nous ont enfin poussés à nous interroger sur les formes de pouvoir et d'autorité s'exerçant à travers ce lieu d'écriture contrôlée. Les architextes mis en place encadrent les pratiques, instaurant ainsi une posture d'autorité face à ce qui peut être ajouté ou non dans ce clavier, et donc ce qui peut être « dit » ou pas. Encore une fois, même s'il existe peu de lectures scientifiques sur les emoji en particulier, il a été passionnant de voir les nombreux parallèles possibles avec des thèses questionnant ces rapports de force entre les industries culturelles du texte et les pratiques.

Pour conclure, cette recherche nous permet d'affirmer que les emoji sont bien des objets polychrésiques, extrêmement riches de sens et sujets à des analyses poussées. De nombreuses fois, ils ont semblé être des exemples tout-à-fait adaptés pour illustrer des théories universitaires plus générales.

BIBLIOGRAPHIE

1. SOURCES DOCUMENTAIRES

Bibliothèques

Bibliothèque du CELSA – 77, rue de Villiers, 92200 Neuilly-sur-Seine

Bibliothèque Publique d'information (Bpi) -- 9 Rue Beaubourg, 75004 Paris

Bases de données en ligne

Amazon.fr, Seattle, disponible sur <http://www.amazon.fr/>

Cairn.info. Chercher, repérer, avancer, Paris, disponible sur <http://www.cairn.info/>

Google Books, Mountain View, disponible sur <http://books.google.fr/>

Persée : Portail de revues en sciences humaines et sociales, Lyon, disponible sur <http://www.persee.fr/web/guest/home>

Mémoires

LEFEBVRE Valentin, Discours, objets et pratiques, analyse de l'articulation entre magie et technologie : le cas du smartphone, sous la direction de Joëlle Le Marec, CELSA, 2016

BEJOT Virginie, Qu'est-ce que l'emoji veut « dire » ? Des imaginaires à la boîte noire : analyse d'un objet trivial sous tensions, sous la direction de Marion Rollandin, CELSA, 2016

Cours, CELSA, Master Média et Numérique, 2016-2017

CANDEL Etienne, cours « Idéologies et mobilisations sociales de l' "interactivité" »

CHASSERAY-PERALDI Pauline, cours « Sémiologie des médias informatisés »

DENIS Jérôme, cours « Sociologie, usages et technologies »

SOUCHIER Emmanuël, cours « Transformation et pouvoir de l'écriture »

Ressources en ligne

Emojipedia.org

Blog.emojipedia.org

Unicode.org

Request For Comments “Netiquette Guidelines” 1855 [en ligne] <https://tools.ietf.org/html/rfc1855> publié en 1995 par INTEL

« L’Esperanto et le plurilinguisme de l’avenir » entretien du 20/01/1993 retranscrit de Umberto Ecco avec Istan Ertl [en ligne] <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED401714.pdf> p.9

« Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S. » [http://www.ajpmonline.org/article/S0749-3797\(17\)30016-8/references](http://www.ajpmonline.org/article/S0749-3797(17)30016-8/references) publié en mars 2017

« Expanding emoji professions : reducing gender inequality » : proposition écrite par Rachel Been, Nicole Bleuel, Agustin Fonts, Mark Davis et publiée sur Unicode.org <http://unicode.org/L2/L2016/16160-emoji-professions.pdf>

« A note on gender spectrum and neutrality » dans « Expanding emoji professions : reducing gender inequality » publiée sur Unicode.org <http://unicode.org/L2/L2016/16160-emoji-professions.pdf>

2. BIBLIOGRAPHIE

BEAUNE, Jean-Claude, *Les spectres mécaniques, essai sur les relations entre la mort et les techniques, un canard meurt sans détails, le troisième monde*, collection Milieux Champ Vallon, 1993, p.270.

CASILLI Antonio, *Les Liaisons Numériques : vers une nouvelle sociabilité*, Seuil, 2010

CASILLI Antonio et CARDON Dominique, *Qu’est-ce que le digital labor ?*, Etudes et Controverses, 2015

CARDON Dominique, *A quoi rêvent les algorithmes : Nos vies à l’heure des Big Data*, Le Seuil, 2015

DAVALON Jean (dir.) *L’économie des écritures sur le web*, Volume 1 “traces d’usage dans un corpus de sites de tourisme” 2012 [en ligne] <http://www.gripic.fr/productions-scientifiques/petites-formes-grands-desseins>

ILLOUZ Eva, *Les Sentiments du capitalisme*, Seuil, 2006

JEANNERET Yves *Penser la trivialité I. La vie triviale des êtres culturels*, Hermès-Lavoisier, 2008

J.D Lasica Darknet, *La Guerre d'Hollywood contre la génération numérique*, 2005

LUCAS, Gavin, *The Story Of Emojis*, Prestel, 2016

MARTIN-JUCHAT Fabienne et STALL Adrian, *Industrialisation des émotions et radicalisation de la modernité*, L'Harmattan, 2016

GODART Elsa, *Je selfie donc je suis, les métamorphoses du moi virtuel*, Albin Michel, 2016

GOLDMAN Erving, *La Mise en scène de la vie quotidienne I, La présentation de soi*, Le Sens Commun, 1973

REBILLARD Franck, chapitre IV « Mettre à distance l'idéologie techniciste » *Le Web 2.0 en perspective, Une analyse socio-économique de l'internet*, L'Harmattan, 2007

ROBBINS Kevin « Cyberspace and the world we live in » dans *Fractal Dreams : New Media in Social Context*, DOVEY John 1996, p.1-30

SUSCA Vincenzo, *Joie tragique : les formes élémentaires de la vie électronique*, CNRS Éditions, 2011

Articles scientifiques

BERNARD, Julien « Les voies d'approche des émotions », *Terrains/Théories* [en ligne] <https://teth.revues.org/196> mis en ligne le 07/01/2015, consulté le 14/05/2017

GAUDUCHEAU Nadia "La communication des émotions dans les échanges médiatisés par ordinateur: bilan et perspective ", *Bulletin de psychologie* 2008/4 (Numéro 496), p.389-404 [en ligne] <https://www.cairn.info/revue-bulletin-de-psychologie-2008-4-page-389.htm> consulté le 10/02/2017

HALTE, Pierre « Enjeux pragmatiques et sémiotiques de l'étude des émoticônes », *Réseaux* 2016/3 (n°197-198)

Yves Jeanneret, « L'affaire Sokal : comprendre la trivialité », *Communication et langages*, numéro 118, p 13-26, 1998

JEANNERET Yves et SOUCHIER Emmanuël « L'énonciation dans les écrits d'écran », *Communication et langages*, L'empreinte de la technique dans le livre, p.3-15, n°145, 3ème trimestre, 2005

LICKLIDER J.C.R. et TAYLOR R. « The Computer as a communication device », *Science and Technology*, 1968

LIPOVETSKY Gilles et CHARLES Sébastien, *Les Temps Hypermodernes*, Le Livre de Poche, 2004

PIERRE Julien et ALLOING Camille, « Questionner le digital labor par le prisme des émotions : le capitalisme affectif comme métadispositif ? » *La communication numérique au cœur des sociétés : dispositifs, logiques de développement et pratiques*, Echirolles, 2015, [en ligne] <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01171594> mis en ligne le 5/07/2015, consulté 14/04/2017

SPROUL Lee, KIESLER Sara « Reducing social context cues : electronic mail in organizational communication » *Management Science*, 32, 11, 1986, p.1492-1512 [en ligne] https://www.cs.cmu.edu/~kiesler/publications/PDFs/SPROULL_KIESLER_1986_Reduci.pdf consulté le 10/05/2017

RHEINGOLD Howard, “Virtual communities”, *Whole Earth Review*, 1999

WALTHER Joseph, « Computer-mediated communication : Impersonal, interpersonal and hyperpersonal interaction » *Communication research*, 23, 1 1996 [en ligne] <https://blogs.common.georgetown.edu/cctp-505-fall2009/files/computer-mediated-communication23.pdf>

WALTHER Joseph, « Selective self-presentation in computer mediated communication: Hyperpersonal of technology, language, and cognition » *Computers in human behaviors*, 23, 5, 2007

WRONA Adeline, “Dans la mêlée: ce que la société fait aux idées », *Acta Fabula*, [en ligne] <http://www.fabula.org/acta/document4950.php> 2009

Articles grand public

Elsa Godart « Je selfie donc je suis », ou le stade du selfie », *Huffingtonpost.fr* [en ligne] http://www.huffingtonpost.fr/elsa-godart/selfie-reseaux-sociaux-je-selfie-donc-je-suis_b_10318100.html publié le 06/06/2016, consulté le 10/06/2016

“The inventor of emojis on his famous creation – and his all-time favourite”, *The Guardian* [en ligne] <https://www.theguardian.com/technology/2016/oct/27/emoji-inventor-shigetaka-kurita-moma-new-york-text> publié le 27/10/2016, consulté le 30/04/2017

“Les emojis deviennent-ils le langage le plus parlé du monde?” *LeMonde.fr* [en ligne] <http://lesclesdedemain.lemonde.fr/contenu-partenaire-media/les-emojis-deviennent-ils->

[le-langage-le-plus-parle-du-monde-_a-93-5491.html](#) publié le 19/01/2016, consulté le 9/06/2016

“Les emojis ne sont pas une langue universelle” [en ligne] <http://www.20minutes.fr/insolite/1828711-20160418-emojis-langue-universelle> publié le 18/04/2016, consulté le 13/04/2017

« Emoji la nouvelle façon de parler » LesEchos.fr [en ligne] https://www.lesechos.fr/15/01/2016/LesEchosWeekEnd/00014-030-ECWE_emoji-la-nouvelle-facon-de-parler.htm#kVUVE3wFQwTbZiU8.99 publié le 15/01/2016 consulté le 17/06/2017

« Les emojis constituent-ils un langage à part entière ? » LeMonde.fr http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/03/15/les-emoji-constituent-ils-un-langage-a-part-entiere_4883318_4408996.html publié le 15/03/2016 consulté le 9/06/2017

“Parlez-vous emoji?” Babbel.com [en ligne] <https://fr.babbel.com/fr/magazine/parlez-vous-emoji> non daté, consulté le 10/06/2017

“L’importance des emoji <3 dans les conversations numériques” 20minutes.fr [en ligne] <http://www.20minutes.fr/culture/1753059-20160101-importance-emojis-ur-3-conversations-digitales> publié le 01/01/2016, consulté le 10/06/2017

“Emoji are becoming hyper realistic and it’s a bad thing » BuzzFeed.com [en ligne] https://www.buzzfeed.com/charliwarzel/emojis-are-becoming-hyper-realistic-and-that-is-a-bad-thing?utm_term=.vyZP9M8or#.aoIPpWVzX publié le 3/11/2016, consulté le 8/06/2017

« Il faut qu’on parle ce terrible emoji qui rit, le plus tragique d’entre tous » Slate.fr [en ligne] <http://www.slate.fr/story/131240/terrible-emoji-pleure-rire-humour> publié le 13/12/2016 consulté le 15/12/2016

« Au Japon à cause de Apple les emojis n’ont plus rien de cool » Slate.fr [en ligne] <http://www.slate.fr/story/111975/pourquoi-japon-lasse-emojis> publié 2/01/2016, le consulté le 25/05/2017

“How Emoji Conquered The World” [en ligne] <http://www.theverge.com/2013/3/4/3966140/how-emoji-conquered-the-world> publié le 4/03/2013, consulté le 18/04/2017

“Dans le secret de la très discrete Académie des emojis” Elsa Trujillo, Le Figaro, [en ligne] <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2016/10/30/32001-20161030ARTFIG00192-dans-le-secret-de-la-tres-discrete-academie-des-emojis.php> publié le 31/10/2016, consulté le 20/05/2017

“Les Emojis, armes fatales de monétisation publicitaire de Facebook”, Le Monde Informatique [en ligne] <http://www.lemondeinformatique.fr/actualites/lire-les-emoji-armes-fatales-de-monetisation-publicitaire-de-facebook-62617.html> publié le 09/11/2015

“The Emoji in Your Next Tweet Could Trigger an ad » Fortune.com [en ligne] <http://fortune.com/2016/06/15/twitter-emoji-ads/> publié le 15/6/2016 consulté le 16/06/2017

« Facebook tries letting you share emoticones of exactly what you're felling, reading or eating » Tech Crunch [en ligne] <https://techcrunch.com/2013/01/30/facebook-visual-sharing/>, publié le 30/01/2013, consulté le 26/04/2017

“ Comment Facebook veut exploiter nos émotions, nos expressions faciales et nos humeurs » Forbes.fr [en ligne] <https://www.forbes.fr/technologie/comment-facebook-veut-exploiter-nos-emotions-expressions-faciales-et-humeurs/> publié le 10 /06/2017, consulté le 20/06/2017

« Manipulation mentale : Facebook désolée pour sa communication. Pas pour l'étude » Numerama.fr [en ligne] <http://www.numerama.com/magazine/29895-facebook-excuses-etude.html> publié le 03/07/2014, consulté le 20/06/2017

“The Westernization of Emoji » TheAtlantic.com [en ligne] <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/05/the-westernization-of-emoji/527616/> publié le 22/05/2017, consulté le 24/05/2017

“The Original Emoji Set Has Been Added to The Museum of Modern Art's Collection” Moma's Medium page [en ligne] <https://stories.moma.org/the-original-emoji-set-has-been-added-to-the-museum-of-modern-arts-collection-c6060e141f61> publié le 26/10/2016, consulté le 01/11/2016

Sources audiovisuelles

Interview “Emoji: The Future of Language? » BBC Radio [en ligne] <http://www.vyvevans.net/the-emoji-code> diffusé le 27/02/2017, consulté le 10/06/2017

Emission radiophonique « Emoji, un langage universel ? » France Culture [en ligne] <https://www.franceculture.fr/emissions/pixel/emoji-un-langage-universel> diffusé le 26/12/2014, consulté le 10/06/2017

ANNEXES

1. SOMMAIRE

Corpus:

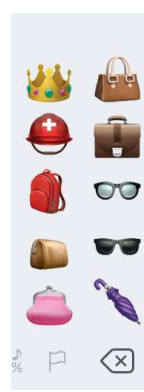
Catégorie « EMÔTICÔNES ET PERSONNAGES »	p.101
Catégorie « ANIMAUX ET NATURE »	p.102
Catégorie « NOURRITURE ET BOISSONS »	p.103
Catégorie « ACTIVITES »	p.103
Catégorie « VOYAGES ET LIEUX ».....	p.103
Catégorie « OBJETS »	p.104
Catégorie « SYMBOLES »	p.105
Catégorie « DRAPEAUX »	p.106
Complément de corpus.....	p.107-114
Annexe 1: Le « Smiley ».....	p.115
Annexe 2 : Application Abused Emoji.....	p.116
Annexe 3 : Sticker Bitmoji ®.....	p.117
Annexe 4 : Blackberry « Keep Moving ».....	p.118
Annexe 5 : MacDonald's « Venez comme vous êtes ».....	p.119
Annexe 6 : LOTOJIS ®.....	p.120
Annexe 7 : Touch Bar Mac Book Pro.....	p.121
Annexe 8 : « Le Monde des Emojis »	p.122
Annexe 9 : Durex et l'emoji Aubergine.....	p.123
Annexe 10 : Emoji Dick, Fred Benenson.....	p.124
Annexe 11 : Une histoire sans mot, Xu Bing.....	p.125
Annexe 12 : portraits en emoji, Yung Jake.....	p.126
Annexe 13 : « Eustace Emoji », Fred Benenson.....	p.127
Annexe 14 : 1 ^{er} set d'emoji, Shigetaka Kurita.....	p.128

Annexe 15 : clavier « kaomoji ».....	p.129
Annexe 16 : vidéos fréquentes sur Facebook.....	p.130
Annexe 17 : « Génération Chochotte », Stratégies.....	p.131
Annexe 18 : cœur Biper.....	p.132
Annexe 19 : emoji « Relieved Face ».....	p.133
Annexe 20 : emoji « Kaaba ».....	p.134
Annexe 21 : recherche emoji « tree ».....	p.135
Annexe 22 : traduction des mots en emoji, Apple.....	p.136
Annexe 23 : « Plus de moyen de vous exprimer », Facebook.....	p.137
Annexe 24 : incitation au partage, Facebook.....	p.138
Annexe 25 : métaconversations numériques.....	p.139
Annexe 26 : structuration des données, Facebook.....	p.140
Annexe 27 : monétisation des emoji, Ciaran O’Kane.....	p.141
Annexe 28 : « Digital affective Labor », Alloing et Pierre.....	p.142
Annexe 29 : derniers emoji ajoutés.....	p.143
Annexe 30 : <i>design</i> emoji avant/après, Apple.....	p.144
Annexe 31 : « emoji are growing up so fast », John Noob.....	p.145
Annexe 32 : professions emoji féminins, Google.....	p.146
Annexe 33 : emballage nourriture asiatique.....	p.147
Annexe 34 : « #DisarmTheiPhone », NYAGV.....	p.148
Annexe 35 : #PrideConnectsUs, Mark Zuckerberg	p.149
Annexe 36 : « Diversify My Emoji », DoSomething	p.150
Annexe 37 : « #PeriodEmoji », Plan International.....	p.151
Annexe 38 : usage de l’emoji Pêche.....	p.152
Annexe 39 : des emoji aux images.....	p.153
Annexe 40 : The Nipple Act, Camila Gonzalvez Corea	p.154

2. ANNEXES

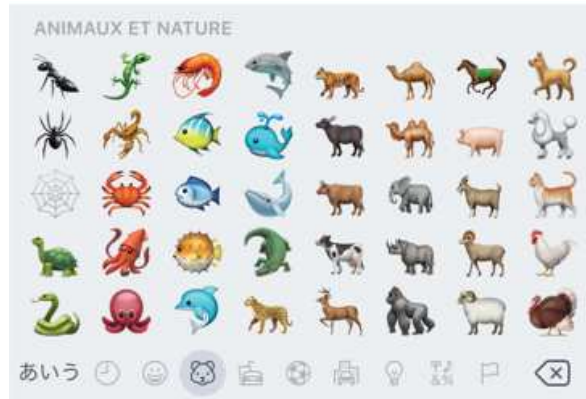
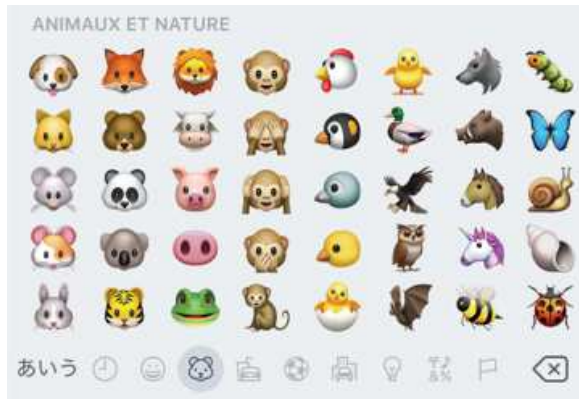
Corpus

Liste de 1139 emoji du clavier emoji sur iOS10.2 / juin 2017
Catégorie « ÉMÔTICÔNES ET PERSONNAGES »



Corpus

Catégorie « ANIMAUX ET NATURE »

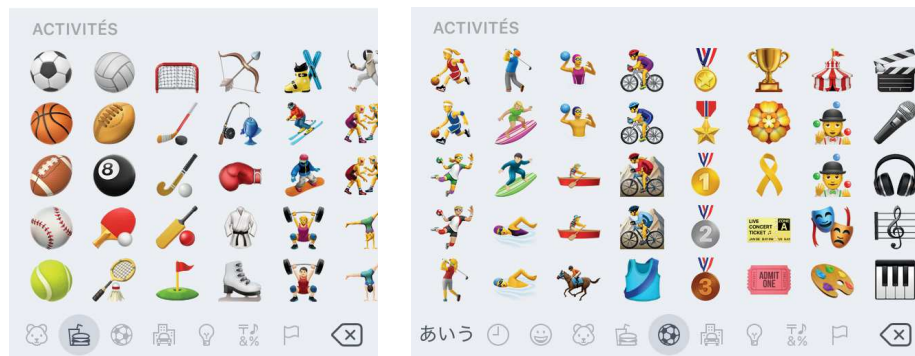


Corpus

Catégorie « NOURRITURE ET BOISSONS »



Catégorie « ACTIVITES »

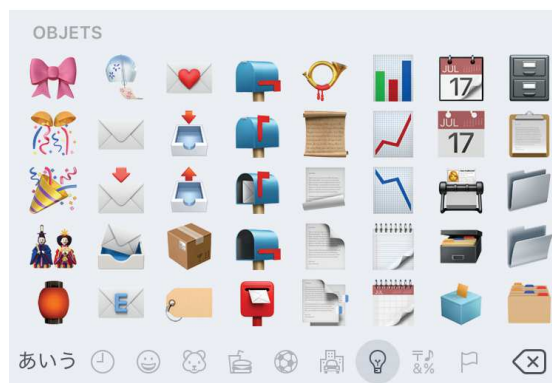
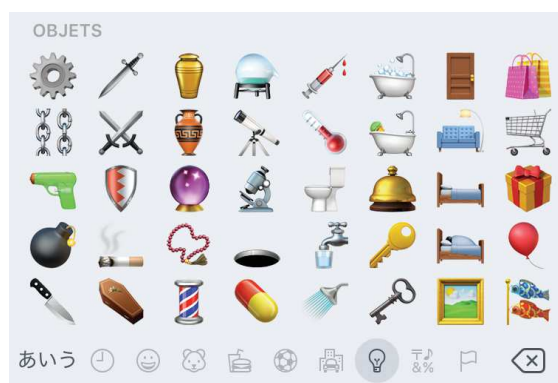
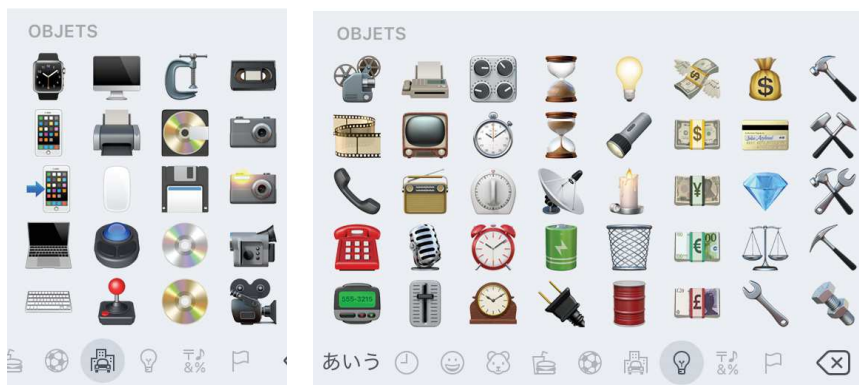


Catégorie « VOYAGES ET LIEUX »



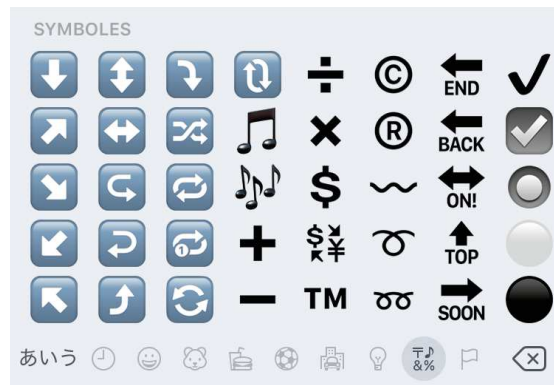
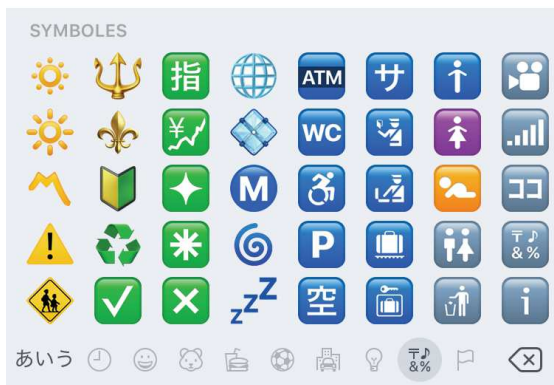
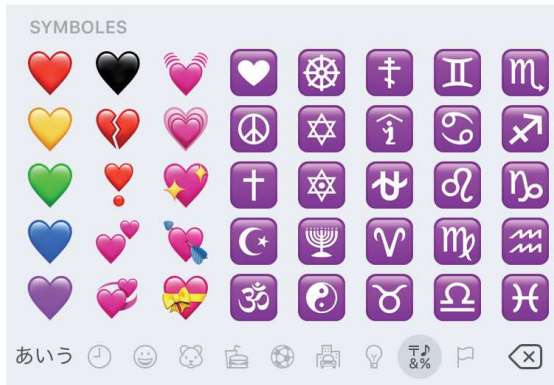
Corpus

Catégorie « OBJETS »



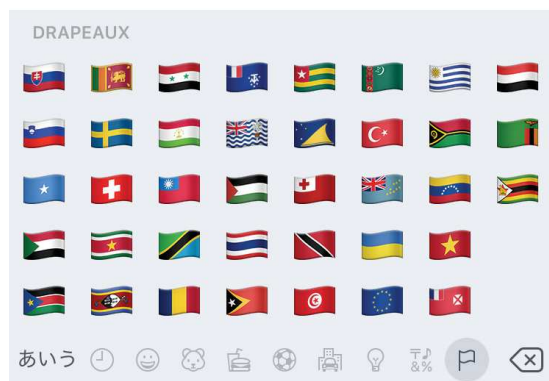
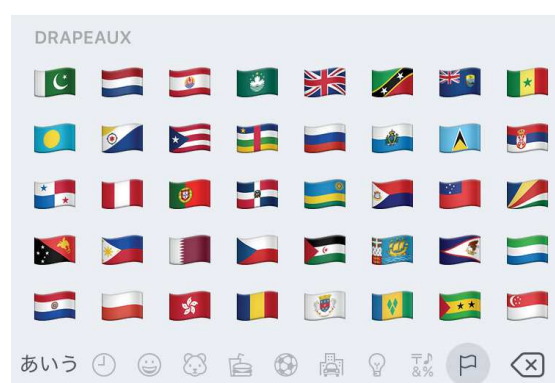
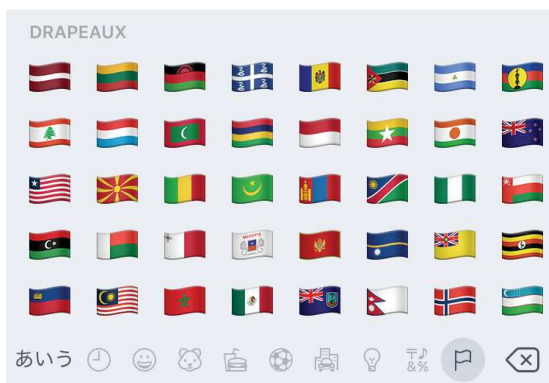
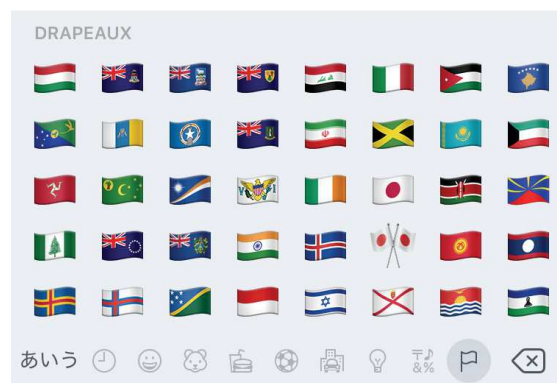
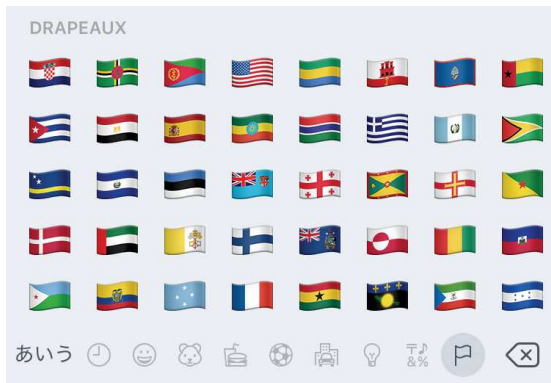
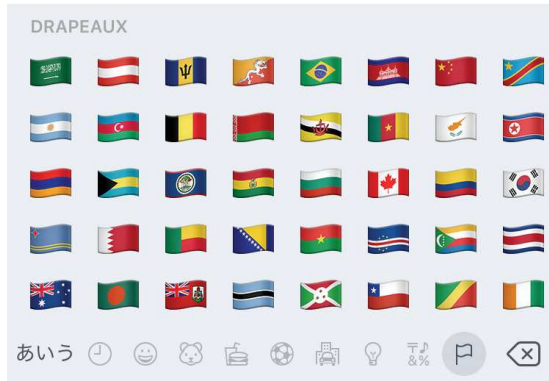
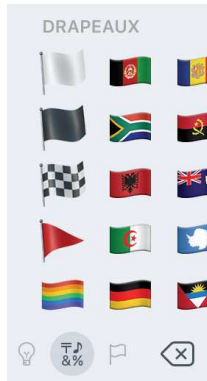
Corpus

Catégorie « SYMBOLES »



Corpus

Catégorie « DRAPEAUX »



Complément de corpus

Liste des 2623 emoji / Unicode Consortium Extraits 1/8



Full Emoji List, v5.0

[Index & Help](#) | [Images & Icons](#) | [Data](#) | [Feedback](#)

This chart provides a list of the Unicode emoji characters and sequences, with images from different vendors, CLDR name, date, source, and keywords. The ordering of the emoji and the anno

For more information, see [Index & Help](#).

Smileys & People															
face-positive															
No	Code	Browser	Appl	Goog	Twtr	One	FB	FBM	Sams	Wind	GMail	IB	DCM	KDDI	CLDR Short Name
1	U+1F600														grinning face
2	U+1F601														beaming face with smiling eyes
3	U+1F602														face with tears of joy
4	U+1F603														rolling on the floor laughing
5	U+1F604														grinning face with big eyes
6	U+1F605														grinning face with smiling eyes
7	U+1F606														grinning face with sweat
8	U+1F607														grinning squinting face
9	U+1F608														winking face
10	U+1F609														smiling face with smiling eyes
11	U+1F60A														face savoring food
12	U+1F60B														smiling face with sunglasses
13	U+1F60C														smiling face with heart-eyes
14	U+1F60D														face blowing a kiss
15	U+1F60E														kissing face
16	U+1F60F														kissing face with smiling eyes
17	U+1F610														kissing face with closed eyes
18	U+1F611														smiling face
19	U+1F612														slightly smiling face
20	U+1F613														hugging face
21	U+1F614														stuck face
face-neutral															
No	Code	Browser	Appl	Goog	Twtr	One	FB	FBM	Sams	Wind	GMail	IB	DCM	KDDI	CLDR Short Name
22	U+1F615														thinking face
23	U+1F616														face with raised eyebrow
24	U+1F617														neutral face
25	U+1F618														expressionless face
26	U+1F619														face without mouth
27	U+1F61A														face with rolling eyes
28	U+1F61B														smirking face

Complément de corpus

Liste des 2623 emoji / Unicode Consortium Extraits 2/8

29	U+1F629													persevering face		
30	U+1F62A												sad but relieved face			
31	U+1F62B												face with open mouth			
32	U+1F62C												zippermouth face			
33	U+1F62D												flushed face			
34	U+1F62E												sleepy face			
35	U+1F62F												tired face			
36	U+1F630												sleeping face			
37	U+1F631												relieved face			
38	U+1F632												face with tongue			
39	U+1F633												winking face with tongue			
40	U+1F634												squinting face with tongue			
41	U+1F635												drooling face			
	No	Code	Browser	Appl	Goog	Twit	One	FB	FBM	3ams	Wind	GMail	3B	DCM	KDDI	CLDR Short Name
42	U+1F636												unamused face			
43	U+1F637												downcast face with sweat			
44	U+1F638												pensive face			
45	U+1F639												confused face			
46	U+1F63A												upside-down face			
47	U+1F63B												money-mouth face			
48	U+1F63C												astonished face			
face-negative																
	No	Code	Browser	Appl	Goog	Twit	One	FB	FBM	3ams	Wind	GMail	3B	DCM	KDDI	CLDR Short Name
49	U+1F63D												frowning face			
50	U+1F63E												slightly frowning face			
51	U+1F63F												confounded face			
52	U+1F640												disappointed face			
53	U+1F641												worried face			
54	U+1F642												face with steam from nose			
55	U+1F643												crying face			
56	U+1F644												loudly crying face			
57	U+1F645												frowning face with open mouth			
58	U+1F646												anguished face			
59	U+1F647												fearful face			
60	U+1F648												weary face			
61	U+1F649												exploding head			

Source : captures d'écran <http://unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html>

Complément de corpus

Liste des 2623 emojis / Unicode Consortium
Extraits 3/8

No	Code	Browser	App	Goog	Twit	One	FB	FBM	Sam	Wind	GMail	BE	DCM	KDDI	CLDR Short Name
208	U+1F468 U+1F3F7 U+2000 U+2090 U+1F467														man judge: medium-dark skin tone
209	U+1F468 U+1F3F7 U+2000 U+2090 U+1F467														man judge: dark skin tone
210	U+1F469 U+1F3F8 U+2000 U+2090 U+1F468														woman judge
211	U+1F469 U+1F3F8 U+2000 U+2090 U+1F468														woman judge: light skin tone
212	U+1F469 U+1F3F8 U+2000 U+2090 U+1F468														woman judge: medium-light skin tone
213	U+1F469 U+1F3F8 U+2000 U+2090 U+1F468														woman judge: medium skin tone
214	U+1F469 U+1F3F8 U+2000 U+2090 U+1F468														woman judge: medium-dark skin tone
215	U+1F469 U+1F3F8 U+2000 U+2090 U+1F468														woman judge: dark skin tone
216	U+1F46E U+2000 U+1F330														man farmer
217	U+1F46E U+1F3F7 U+2000 U+1F330														man farmer: light skin tone
218	U+1F46E U+1F3F7 U+2000 U+1F330														man farmer: medium-light skin tone
219	U+1F46E U+1F3F7 U+2000 U+1F330														man farmer: medium skin tone
220	U+1F46E U+1F3F7 U+2000 U+1F330														man farmer: medium-dark skin tone
221	U+1F46E U+1F3F7 U+2000 U+1F330														man farmer: dark skin tone
222	U+1F46E U+2000 U+1F330														woman farmer
223	U+1F46E U+1F3F8 U+2000 U+1F330														woman farmer: light skin tone
224	U+1F46E U+1F3F8 U+2000 U+1F330														woman farmer: medium-light skin tone
225	U+1F46E U+1F3F8 U+2000 U+1F330														woman farmer: medium skin tone
226	U+1F46E U+1F3F8 U+2000 U+1F330														woman farmer: medium-dark skin tone
227	U+1F46E U+1F3F8 U+2000 U+1F330														woman farmer: dark skin tone
228	U+1F46F U+2000 U+1F374														man cook
229	U+1F46F U+1F3F7 U+2000 U+1F374														man cook: light skin tone
230	U+1F46F U+1F3F7 U+2000 U+1F374														man cook: medium-light skin tone
231	U+1F46F U+1F3F7 U+2000 U+1F374														man cook: medium skin tone
232	U+1F46F U+1F3F7 U+2000 U+1F374														man cook: medium-dark skin tone
233	U+1F46F U+1F3F7 U+2000 U+1F374														man cook: dark skin tone
234	U+1F46F U+2000 U+1F374														woman cook

Complément de corpus









Liste des 2623 emoji / Unicode Consortium Extraits 4/8

No	Code	Browser	App	Goog	Twit	One	FB	FBM	Sams	Wind	GMail	SB	DCM	KDDI	CLDR Short Name
448	U+1F473 U+1F3F7														person wearing turban: medium-dark skin tone
449	U+1F473 U+1F3F7														person wearing turban: dark skin tone
450	U+1F473 U+1F3F7 U+2003 U+2642 U+FE0F														man wearing turban
451	U+1F473 U+1F3F7 U+2003 U+2642 U+FE0F														man wearing turban: light skin tone
452	U+1F473 U+1F3F7 U+2003 U+2642 U+FE0F														man wearing turban: medium-light skin tone
453	U+1F473 U+1F3F7 U+2003 U+2642 U+FE0F														man wearing turban: medium skin tone
454	U+1F473 U+1F3F7 U+2003 U+2642 U+FE0F														man wearing turban: medium-dark skin tone
455	U+1F473 U+1F3F7 U+2003 U+2642 U+FE0F														man wearing turban: dark skin tone
456	U+1F472 U+1F3F6 U+2003 U+2640 U+FE0F														woman wearing turban
457	U+1F472 U+1F3F6 U+2003 U+2640 U+FE0F														woman wearing turban: light skin tone
458	U+1F472 U+1F3F6 U+2003 U+2640 U+FE0F														woman wearing turban: medium-light skin tone
459	U+1F472 U+1F3F6 U+2003 U+2640 U+FE0F														woman wearing turban: medium skin tone
460	U+1F472 U+1F3F6 U+2003 U+2640 U+FE0F														woman wearing turban: medium-dark skin tone
461	U+1F472 U+1F3F6 U+2003 U+2640 U+FE0F														woman wearing turban: dark skin tone
462	U+1F472 U+1F3F6 U+2003 U+2640 U+FE0F														man with Chinese cap
463	U+1F472 U+1F3F6														man with Chinese cap: light skin tone
464	U+1F472 U+1F3F6														man with Chinese cap: medium-light skin tone
465	U+1F472 U+1F3F6														man with Chinese cap: medium skin tone
466	U+1F472 U+1F3F6														man with Chinese cap: medium-dark skin tone
467	U+1F472 U+1F3F6														man with Chinese cap: dark skin tone
No	Code	Browser	App	Goog	Twit	One	FB	FBM	Sams	Wind	GMail	SB	DCM	KDDI	CLDR Short Name
468	U+1F9D5														woman with headscarf
469	U+1F9D5 U+1F3F8														woman with headscarf: light skin tone
470	U+1F9D5 U+1F3F8														woman with headscarf: medium-light skin tone
471	U+1F9D5 U+1F3F8														woman with headscarf: medium skin tone
472	U+1F9D5 U+1F3F8														woman with headscarf: medium-dark skin tone
473	U+1F9D5 U+1F3F8														woman with headscarf: dark skin tone
474	U+1F9D4														bearded person
475	U+1F9D4 U+1F3F8														bearded person: light skin tone
476	U+1F9D4 U+1F3F8														bearded person: medium-light skin tone
477	U+1F9D4 U+1F3F8														bearded person: medium skin tone
478	U+1F9D4 U+1F3F8														bearded person: medium-dark skin tone
479	U+1F9D4 U+1F3F8														bearded person: dark skin tone

Source : captures d'écran <http://unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html>

Complément de corpus

Liste des 2623 emoji / Unicode Consortium
Extraits 5/8

N°	Code	Browser	Appl	Googd	Twtr.	One	FB	FBM	Sams.	Wind.	GMail	SB	DCM	KDDI	CLDR Short Name
870	U+1F483														woman dancing
871	U+1F483 U+1F3FB	 <input type="checkbox"/>													woman dancing: light skin tone
872	U+1F483 U+1F3FC	 <input type="checkbox"/>													woman dancing: medium-light skin tone
873	U+1F483 U+1F3FD	 <input type="checkbox"/>													woman dancing: medium skin tone
874	U+1F483 U+1F3FE	 <input type="checkbox"/>													woman dancing: medium-dark skin tone
875	U+1F483 U+1F3FF	 <input type="checkbox"/>													woman dancing: dark skin tone
876	U+1F57A	<input type="checkbox"/>													man dancing
877	U+1F57A U+1F3FB	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>													man dancing: light skin tone


















































































































Complément de corpus

Liste des 2623 emoji / Unicode Consortium
Extraits 6/8

family															
No	Code	Browser	Appl	Googl	Twitr.	One	FB	FBM	Sams.	Wind.	GMail	SB	DCM	KDDI	CLDR Short Name
1195	U+1F46B														man and woman holding hands
1196	U+1F46C														two men holding hands
1197	U+1F46D														two women holding hands
1198	U+1F48E														kiss
1199	U+1F469 U+200D U+2764 U+FE0F														kiss: woman, man
1200	U+1F468 U+200D U+2764 U+FE0F														kiss: man, man
1201	U+1F469 U+200D U+2764 U+FE0F														kiss: woman, woman
1202	U+1F491														couple with heart

Complément de corpus

Liste des 2623 emoji / Unicode Consortium
Extraits 7/8

Animals & Nature															
animal-mammal															
N°	Code	Browser	Appl	Googd	Twitr	One	FB	FBM	Sams.	Wind.	GMail	SB	DCM	KDDI	CLDR Short Name
1508	U+1F435												—		monkey face
1509	U+1F412												—	—	monkey
1510	U+1F98D							—			—	—	—	—	gorilla
1511	U+1F436														dog face
1512	U+1F415										—	—	—	—	dog
1513	U+1F429											—	—		poodle
1514	U+1F43A												—	—	wolf face
1515	U+1F98A							—			—	—	—	—	fox face
1516	U+1F431														cat face
1517	U+1F40E										—	—	—	—	cat
1518	U+1F981							—			—	—	—	—	lion face

Complément de corpus

Liste des 2623 emoji / Unicode Consortium
Extraits 8/8

Totals for the above emoji. For more information, see [Totals](#).

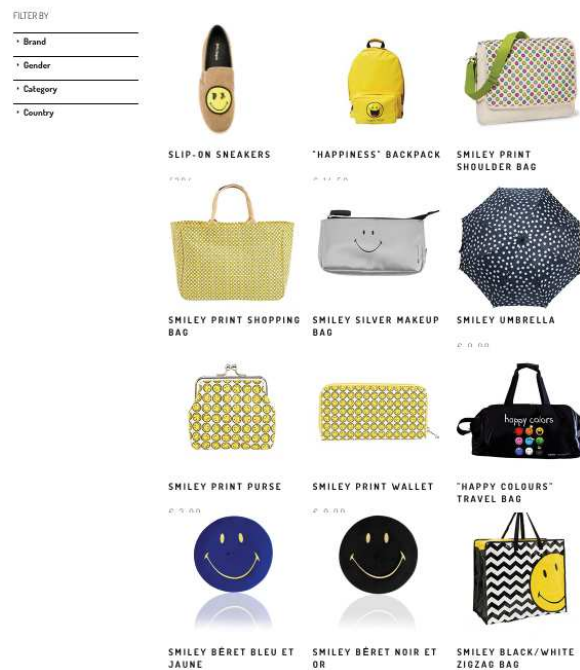
	Smileys & People	Animals & Nature	Food & Drink	Travel & Places	Activities	Objects	Symbols	Flags	Other	Total
character	297	113	102	207	60	162	193	5		1139
keycap seq							12			12
flag seq								258		258
tag seq								3		3
mod seq	510									510
zwj seq + gender	43									43
zwj seq + modifier	160									160
zwj seq + gender, modifier	195									195
zwj seq other	61							1		62
Subtotal	1266	113	102	207	60	162	205	267	0	2382
typical dup	241									241
Total	1507	113	102	207	60	162	205	267	0	2623

Annexe 1 : Le « Smiley »

Le « Smiley », marque déposée en 1970 / Smiley World LTD



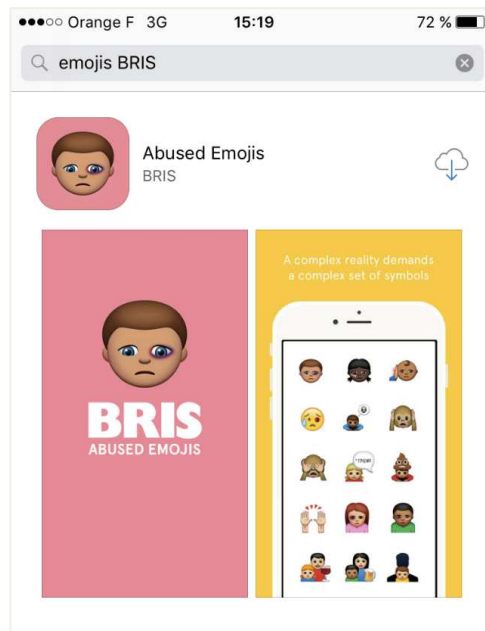
Exemples de produits dérivés Smiley / capture d'écran



Source : <http://www.smiley.com>

Annexe 2 : application Abused Emoji

Application « Abused Emojis » / BRIS
Mai 2015



Source : capture d'écran depuis mon iPhone, mai 2017

Annexe 3 : Sticker Bitmoji ®




Source : recherche Google images "bitmoji" juin 2017

Annexe 4 : BlackBerry « Keep Moving »

Publicités print
Blackberry Z10
2013

**RETROUVEZ LA MAGIE
DES MOMENTS PERDUS.**

BlackBerry® Z10 avec le mode Time Shift.



Le nouveau BlackBerry Z10 vous permet de faire défiler l'image sur l'écran pour obtenir la photo parfaite.
blackberry.fr

BlackBerry
Keep Moving™

*Toujours en mouvement.
DAS 0.07 W/kg
Le DAS (densité d'absorption spécifique) des téléphones mobiles, qui fixe le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux ondes électromagnétiques, pour une utilisation à l'oreille. La réglementation française impose que le DAS ne dépasse pas 2 W/kg.
Pour en savoir plus sur le nouveau BlackBerry Z10, rendez-vous sur le site blackberry.fr ou contactez votre revendeur agréé. Tous les droits réservés. BlackBerry, le logo BlackBerry et Keep Moving sont la propriété de Research In Motion Limited et sont utilisés sous licence aux États-Unis et dans d'autres pays du monde. Tous les autres marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

**PARTAGEZ COMME SI
VOUS Y ÉTIEZ!**

BlackBerry® Z10 avec BBM Vidéo Chat et partage d'écran.



Le nouveau BlackBerry Z10 vous permet d'échanger en face-à-face et de partager le contenu de votre écran avec vos proches.
blackberry.fr

BlackBerry
Keep Moving™

*Toujours en mouvement.
DAS 0.07 W/kg
Le DAS (densité d'absorption spécifique) des téléphones mobiles, qui fixe le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux ondes électromagnétiques, pour une utilisation à l'oreille. La réglementation française impose que le DAS ne dépasse pas 2 W/kg.
Pour en savoir plus sur le nouveau BlackBerry Z10, rendez-vous sur le site blackberry.fr ou contactez votre revendeur agréé. Tous les droits réservés. BlackBerry, le logo BlackBerry et Keep Moving sont la propriété de Research In Motion Limited et sont utilisés sous licence aux États-Unis et dans d'autres pays du monde. Tous les autres marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

Annexe 5 : MacDonal'd's « Venez comme vous êtes »

Publicité print / MacDonal'd's
Août 2015



Source : <http://www.danstapub.com/mcdonalds-joue-la-carte-des-emojis-pour-sa-nouvelle-campagne/>

Publicité TV/ MacDonal'd's
Août 2015



Source : capture d'écran de juin 2017 <https://www.youtube.com/watch?v=Df4xAnZBTey>

Annexe 6 : LOTOJIS ®

Grille en ligne « LOTOJIS » / Française des Jeux

The screenshot shows the FDJ website interface for the LOTOJIS game. At the top, there is the FDJ logo and navigation links for 'Créer mon compte' and 'Mon compte'. Below this is a menu with categories: TOUS LES JEUX, ILLIKO®, BINGO LIVE®, LOTO®, EURO MILLIONS - MY MILLION, KENO, RÉSULTATS, and PARIS SPORTIFS. A sub-menu indicates 'FDJ • Jeux • Jeux de tirage • LOTO®/SUPER LOTO®'. The main banner for 'LUNDI 12 JUIN' features the LOTO logo, the prize amount '8 Millions €', and '+ 10 GAGNANTS À 20 000 € TIRÉS AU SORT**'. Below the banner are four buttons: FLASH, FLASH MULTIPLE, DERNIER JEU, and FAVORIS. The main content area is titled 'GRILLE 1 Cochez 5 LOTOJIS et 1 LOTOJI Chance' and includes a 'Nouveau!' notification: 'Transforme tes numéros en LOTOJIS' with a sunglasses emoji. A grid of 50 emoji icons is displayed for selection, with a 'CHANCE' section on the right containing 10 icons: a four-leaf clover, a piggy bank, a palm tree, a poop emoji, a heart, a Euro banknote, a gift box, a thumbs up, a ladybug, and a rainbow. A paperclip icon is visible in the top right corner of the grid area.

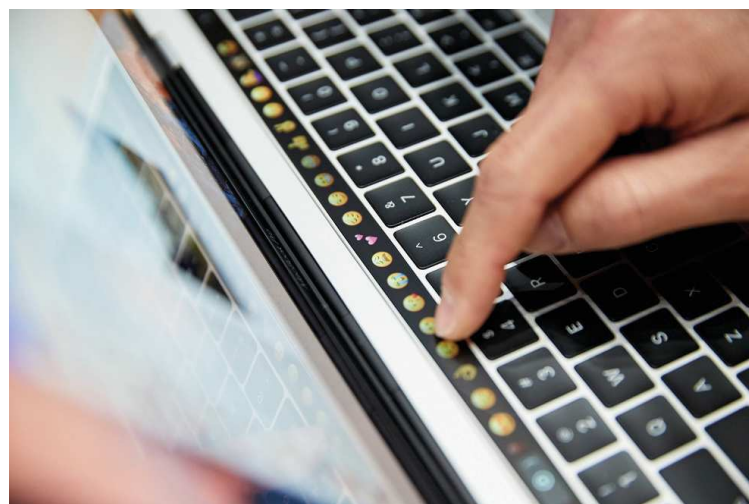
Source : capture d'écran de juin 2017 <https://www.fdj.fr/jeux/jeux-de-tirage/loto/>

Annexe 7 : Touch Bar Mac Book Pro

Fonction Touch Bar sur Mac Book Pro / Apple
Eté 2016



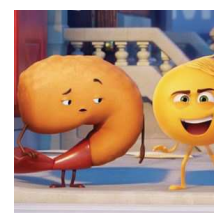
Source : <http://www.papergeek.fr/apple-touch-bar-un-petit-plus-pour-les-pros-un-gadget-pour-les-autres-10462>



Source : <https://www.digitaltrends.com/computing/apple-touch-bar-signal-changes-macbook-keyboard/>

Annexe 8 : « Le Monde des Emojis »

Dessin animé « Le Monde des Emojis » sortie le 18/11/2017
Affiche + Capture d'écran films



Source : recherche Google image "Le monde des emojis" juin 2017

Dessin animé « Le Monde des Emojis »
Synopsis

SYNOPSIS ET DÉTAILS

L'histoire du Monde secret des émojis prend place dans l'univers secret des smartphones. Dans l'application Messages, Textopolis est une ville animée où vivent les émoticônes, qui espèrent toutes être sélectionnées par le propriétaire du téléphone. Et si toutes ont une seule expression faciale, ce n'est pas le cas pour Gene, une émoticône exubérante. Décidée à devenir comme les autres, Gene cherche de l'aide auprès de Hi-5 et Jailbreak. Tous les trois vont vivre une folle aventure pour retrouver le Code qui rendra sa normalité à Gene. Mais un grand danger menace le téléphone et le sort de toutes les émoticônes va se retrouver entre leurs mains.

Titre original

The Emoji Movie

Distributeur

Sony Pictures Releasing France

Source : capture d'écran juin 2017

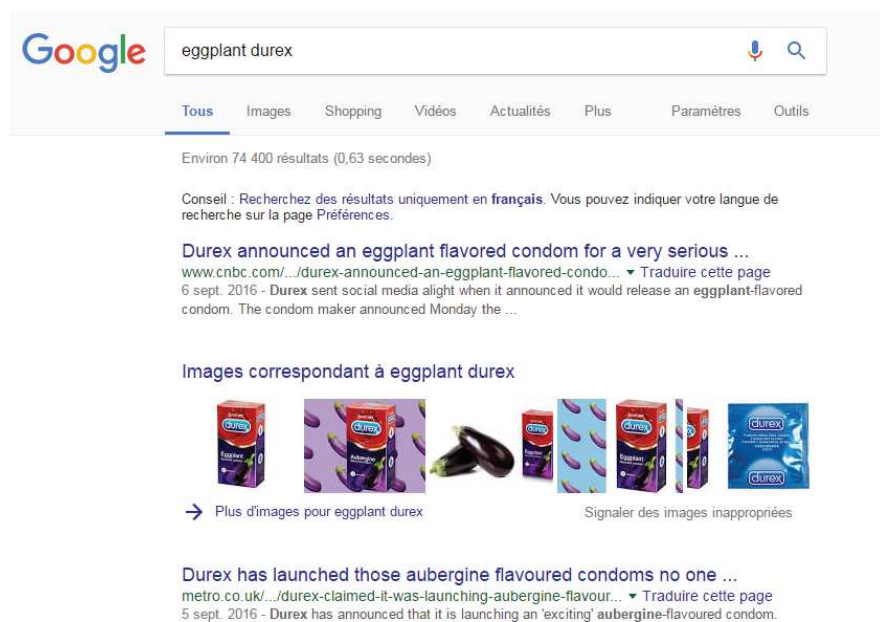
http://www.allocine.fr/film/fichefilm_gen_cfilm=239630.html

Annexe 9 : Durex et l'emoji Aubergine

Tweet / Durex
5/09/2016



Source : capture d'écran de juin 2017 Twitter



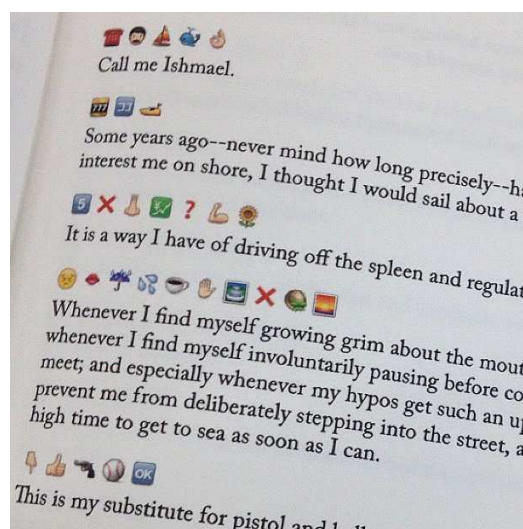
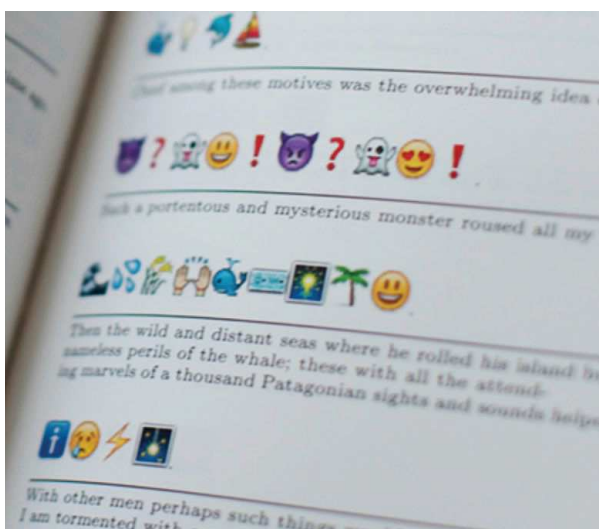
Source : capture d'écran juin 2017 recherche Google "eggplant Durex"

Annexe 10 : Emoji Dick, Fred Benenson

Emoji Dick, Fred Benenson, 2012



Source : <http://animalnewyork.com/2013/library-of-congress-acquires-emoji-dick-herman-melville/>



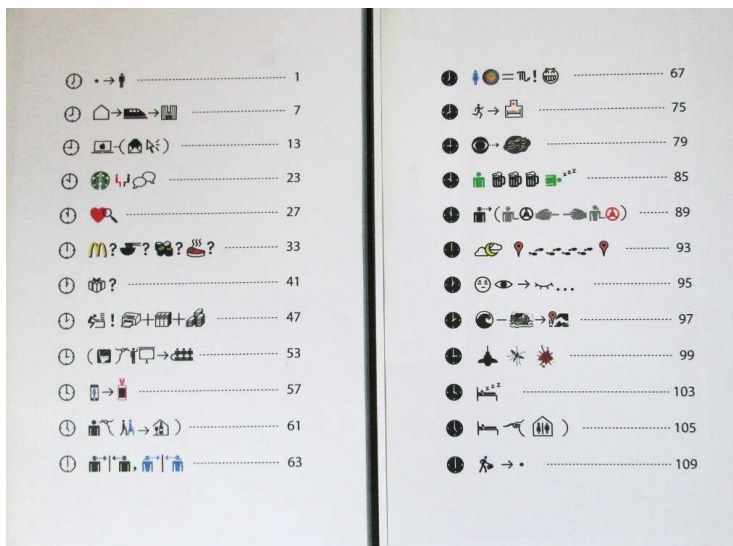
Source : <http://tracks.arte.tv/fr/moby-dick-pour-les-nuls>

Annexe 11 : Une histoire sans mot, Xu Bing

Une histoire sans mot, ou Le Livre de la Terre, Xu Bing, Grasset, 2013

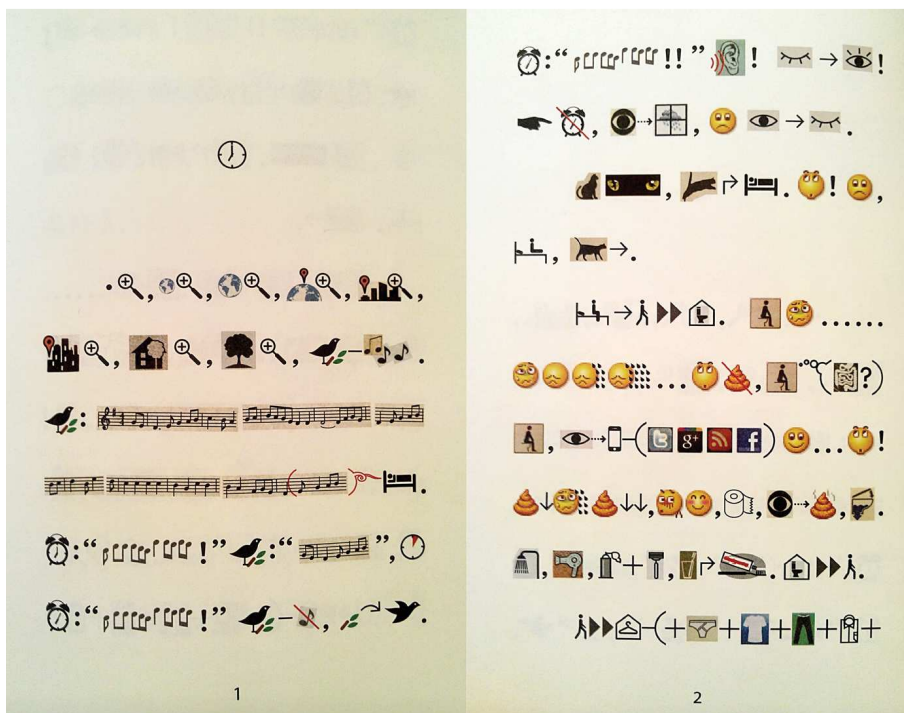


1^{ère} de couverture



Sommaire

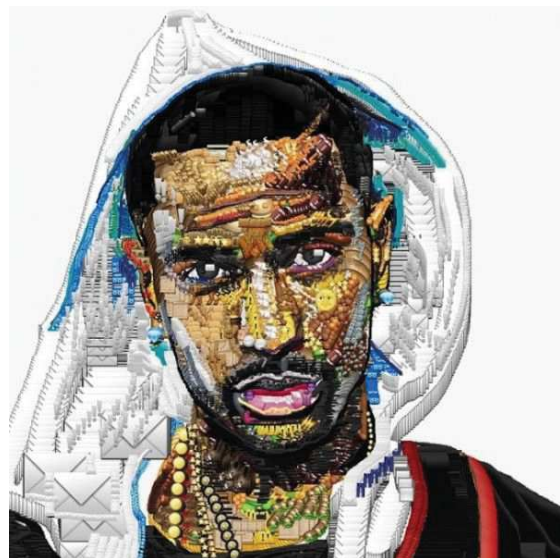
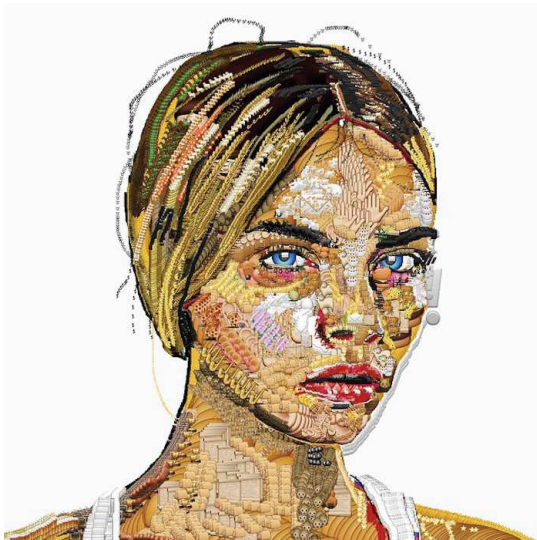
Deux premières pages du livre



Source : <https://zdart.wordpress.com/2014/03/12/xu-bing-une-histoire-sans-mots-ou-le-livre-de-la-terre-%E5%BE%90%E5%86%B0-%E5%9C%B0%E4%B9%A6-%E4%BB%8E%E7%82%B9%E5%88%B0%E7%82%B9/>

Annexe 12 : portraits en emoji, Yung Jake

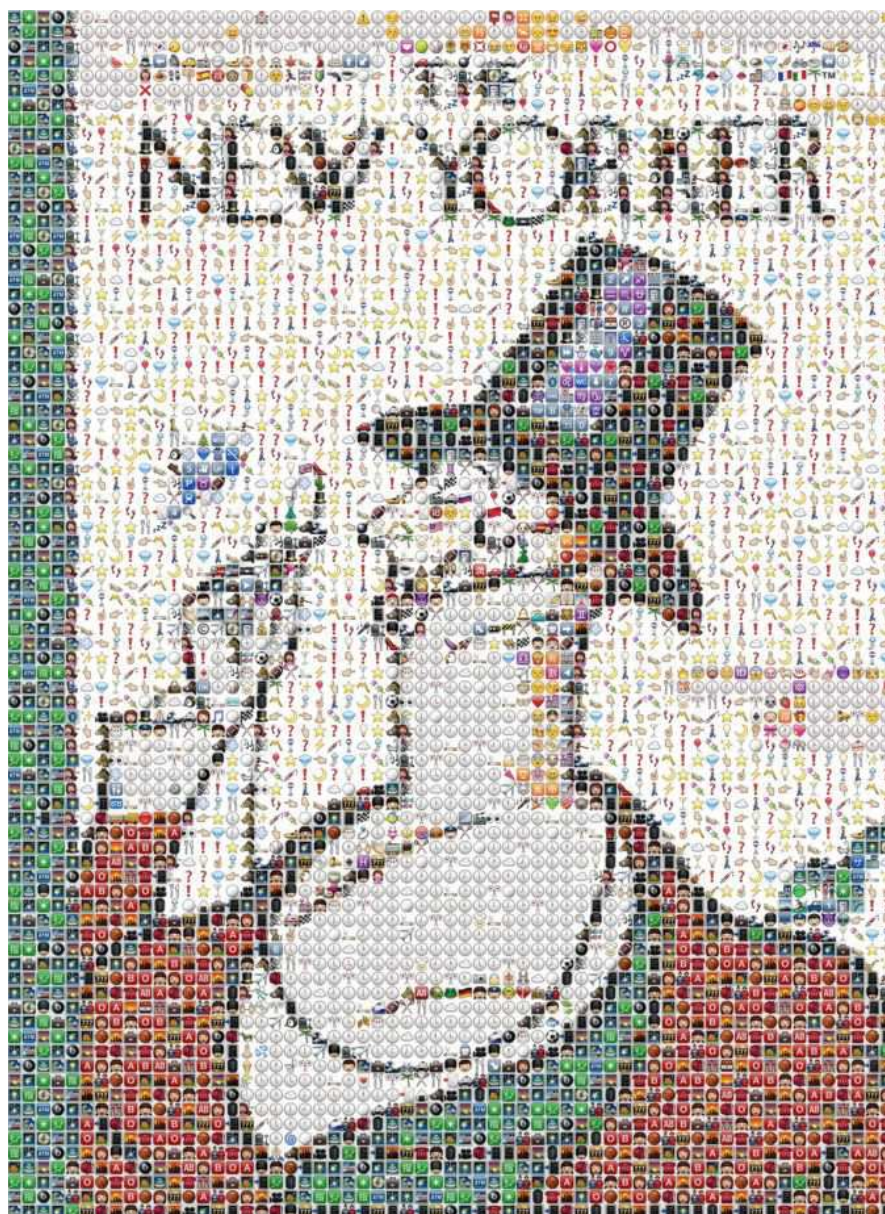
Portraits de célébrités en emoji, Yung Jake
2016



Source : <https://iletaitunepub.fr/2016/10/yung-jake-realise-portraits-uniquement-emojis/>

Annexe 13 : « Eustace Emoji », Fred Benenson

« Eustace Emoji » : première de couverture du New Yorker en mosaïque d'emoji, Fred Benenson
2010



Source : <https://www.flickr.com/photos/fcb/4257981974/>

Annexe 14 : 1^{er} set d'emoji, Shigetaka Kurita

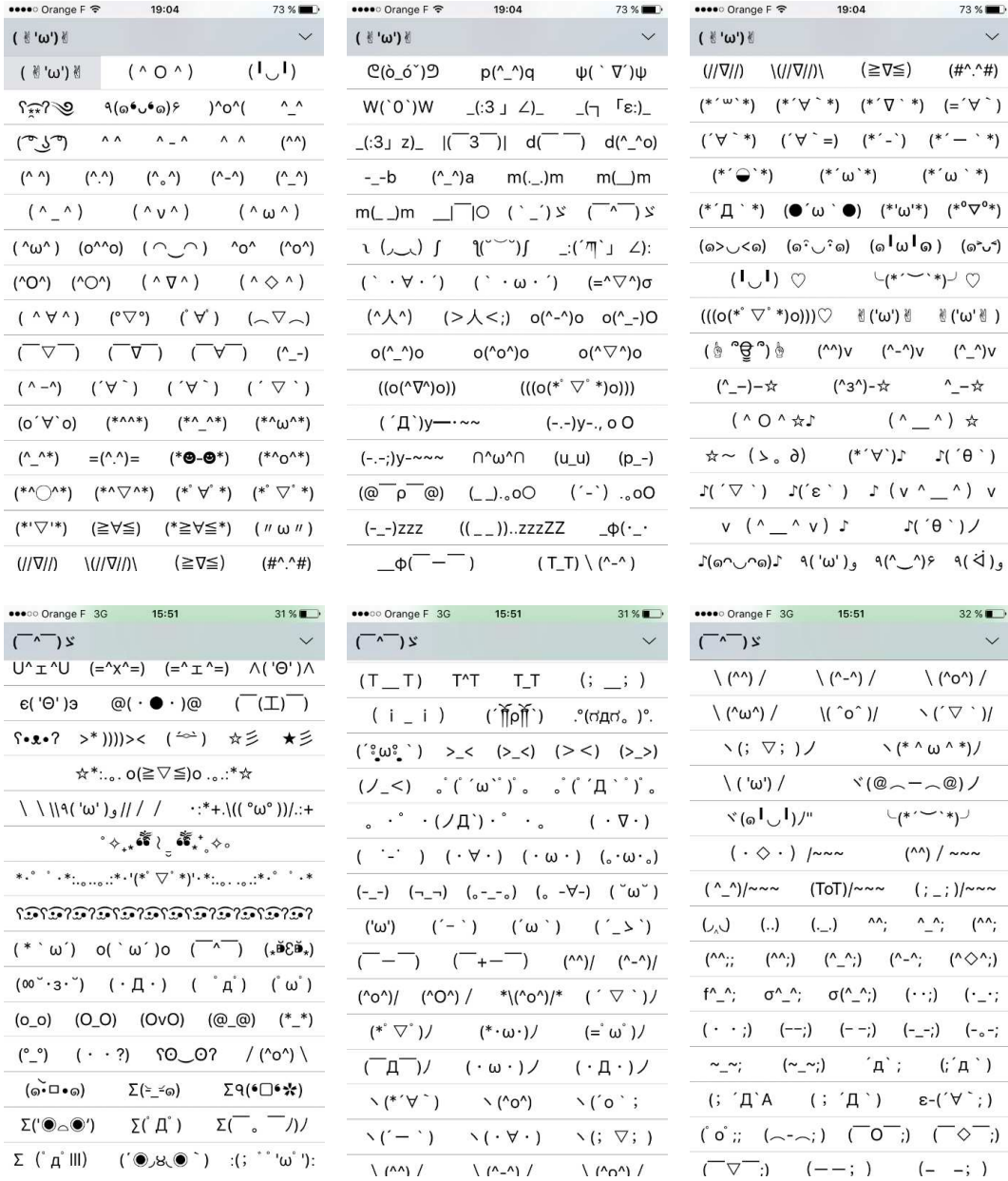
Première grille d'emoji, Shigetaka Kurita / NTT
DoCoMo
1996 – Japon



Source : <http://www.numerama.com/content/uploads/2016/10/emoji.jpeg>

Annexe 15 : clavier « kaomojis »

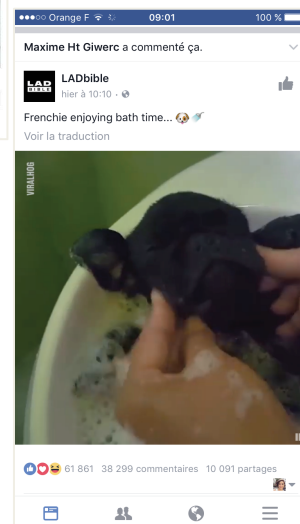
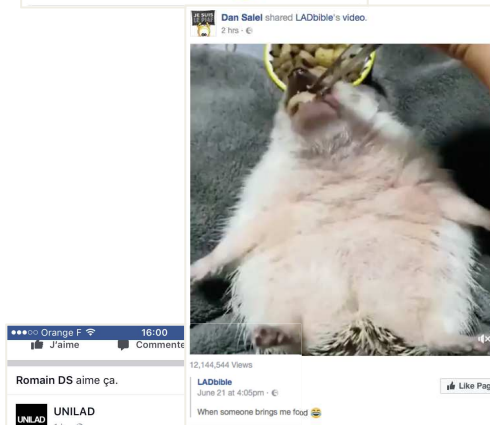
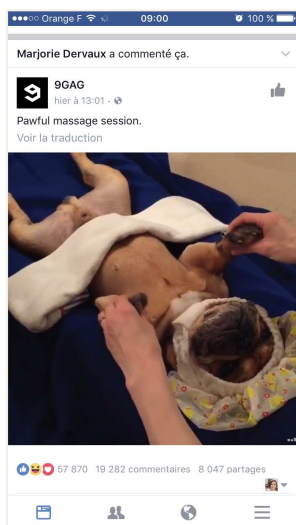
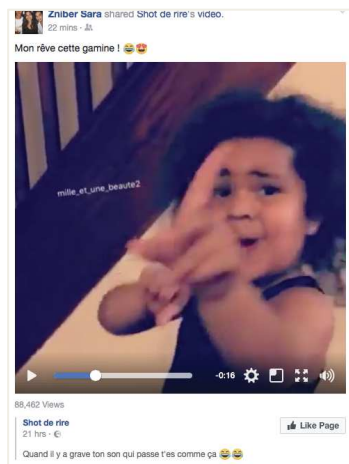
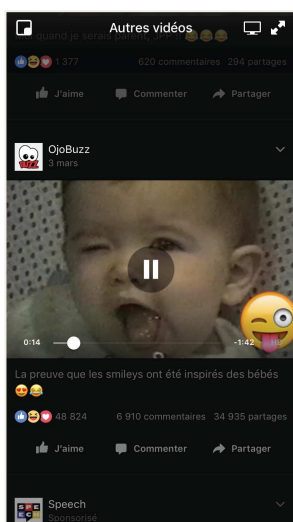
Clavier « Japonais – Kana » disponible dans l'iPhone Extraits



Source : captures d'écran de mon iPhone, juin 2017

Annexe 16 : vidéos fréquentes sur Facebook

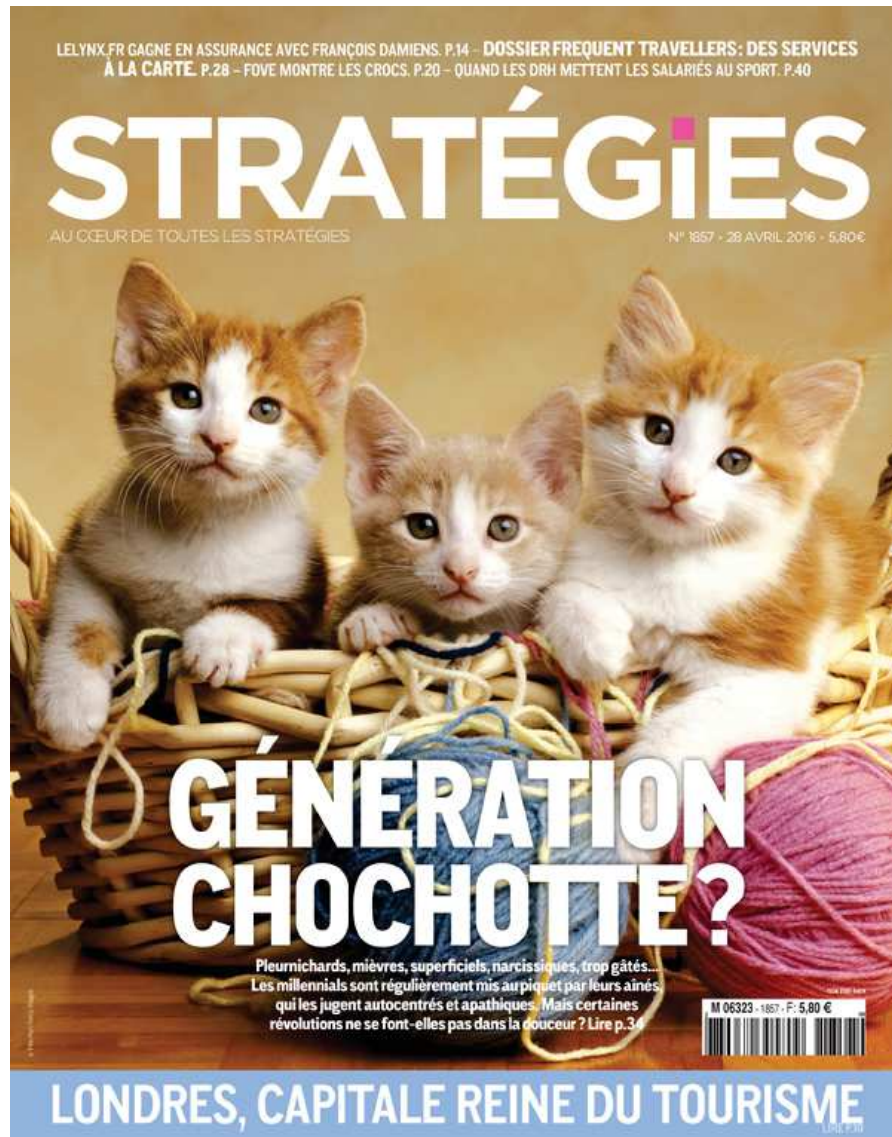
Exemples de vidéos typiques particulièrement présentes sur Facebook



Source : capture d'écran depuis mon compte Facebook, juin 2017

Annexe 17 : « Génération Chochotte », Stratégies

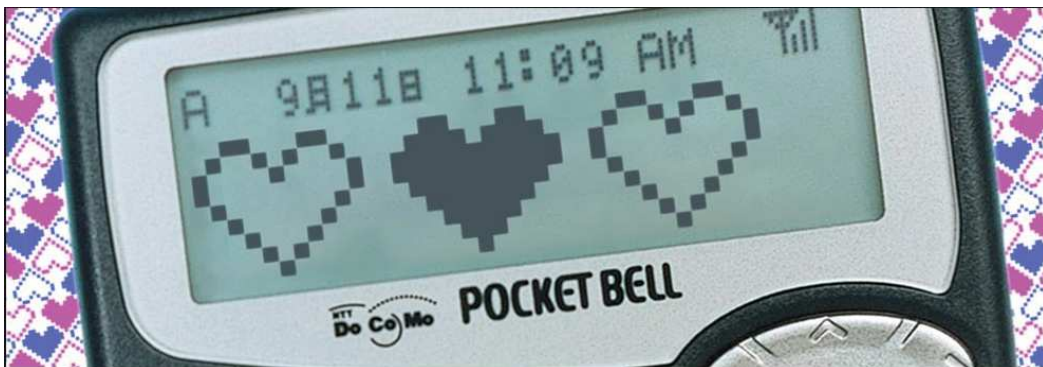
« Génération Chochotte » Première de couverture du magazine Stratégies paru le 26/04/2016



Source : <https://www.strategies.fr/etudes-tendances/tendances/1039480W/generation-chochette.html>

Annexe 18 : cœur Biper, NTT Domoco

Forme cœur dans un Pocket Bell / NTT Domoco
Années 1990 – Japon



Source : <http://www.numerama.com/content/uploads/2016/10/emoji.jpeg>

Annexe 19 : emoji « Relieved Face »

Page « Relieved Face » / Emojipedia.org

Relieved Face
 I'm nearly content. Happy, but not over the top. Feeling a sense of relief over a situation, or to convey a calm or content state of mind.

Relieved Face was approved as part of Unicode 8.0 in 2016 and added to Emoji 1.0 in 2015.

Copy and paste this emoji: 🙌

Also Known As:
 Content
 Pleasant

Apple 🙌

Google 🙌

Microsoft 🙌

Samsung 🙌

LG 🙌

HTC 🙌

Facebook 🙌

Categories:
 Smiley & People
 Animal & Nature
 Food & Drink
 Activity
 Travel & Places
 Objects
 Symbols
 Flags

Most Popular:
 Person Shrugging
 Face With Tears of Joy
 Red Heart
 Smiling Face With Heart Eyes
 Smiling Face With Smiling Eyes
 Grinning Face
 Fire
 Face Blowing a Kiss
 Face With Rolling Eyes

Latest News:
 What's New in Unicode 8.0
 New Emoji Also Shown...
 Top Emoji Requests 2017
 on US State Flag Emoji Pl...
 Custom Emoji Arrive...
 Twitter 2.0 Emoji Chan...
 Emoji Trends Are Here...
 HP's Global Google Plus...

Events:
 Ascension Day
 Ascension Day
 Ascension Day
 Black Friday
 Canada Day
 on Carnival
 Chinese New Year
 Christmas
 Christmas
 Cinco de Mayo
 Christmas Festival
 Easter
 Emoji Movie
 Fall / Autumn
 Father's Day
 Festival
 Graduation
 Guy Fawkes
 Halloween
 Hanukkah

Statistics:
 Evolution de l'intérêt pour cette recherche
 Google Trends
 Dans tous les pays. Cinq dernières années.

Related:
 Disappointed Face
 Disappointed but Relieved Face
 Dragon Face
 Person Getting Massage
 Grimacing Face
 Pensive Face
 Unamused Face
 Womped Face
 Random emoji

Source : capture d'écran <http://emojipedia.org/relieved-face/>

Annexe 20 : emoji « Kaaba »

Page « Kaaba » / Emojipedia.org

Kaaba
A cube-shaped building located at the centre of the Al-Masjid al-Haram Mosque in Mecca. Kaaba was approved as part of Unicode 8.0 in 2015 and added to Emoji 1.0 in 2015.

Copy and paste this emoji:

Also Known As
Mecca

Categories

- Smileys & People
- Animals & Nature
- Food & Drink
- Activity
- Travel & Places
- Objects
- Symbols
- Flags

Most Popular

- Person Shrugging
- Face With Tears of Joy
- Red Heart
- Smiling Face With Heart-Eyes
- Smiling Face With Smiling Eyes
- Thinking Face
- Fire
- Face Blowing a Kiss
- Face With Rolling Eyes

Latest News

- What's New in Unicode 10
- New Emojis Now Showing On Facebook
- Top Emoji Requests 2017
- U.S. State Flag Emojis Now Possible
- Custom Emojis Arrive on iOS
- Tweemoji 2.3 Emoji Changelog
- Emoji Trends Are Here
- RIP Blobs: Google Redesigns Emojis

Events

- Australia Day
- Bastille Day
- Birthday
- Black Friday
- Canada Day
- Carnival
- Chinese New Year
- Christmas
- Cinco de Mayo
- Dragon Boat Festival
- Easter
- Emoji Movie
- Fall / Autumn
- Father's Day
- Festivals
- Graduation
- Guy Fawkes
- Halloween
- Hanukkah
- Holi
- Independence Day
- Mother's Day

Twitter

EmojiOne

emojindex

Codepoints

- U+1F54B

Browse

- on Instagram
- on Twitter
- on Wikipedia
- on Yelp
- on YouTube
- on Google Trends

Statistics

Dans tous les pays. Cliquez dessous années.

Related

- Church
- Mosque
- Om
- Folded Hands
- Place of Worship
- Prayer Beads
- Shinto Shrine
- Star and Crescent
- Synagogue
- Wheel of Dharma
- Woman Wearing Turban
- Random emoji

Graduation

- Guy Fawkes
- Halloween
- Hanukkah
- Holi
- Independence Day
- Mother's Day
- New Year's Eve
- Olympics
- Queen's Birthday
- Ramadan
- Spring
- St Patrick's Day
- Summer
- Super Bowl
- Thanksgiving
- Valentine's Day
- Wedding / Marriage
- Winter
- Winter Olympics
- World Cup
- World Emoji Day

Source : capture d'écran <http://emojipedia.org/kaaba/>

Annexe 21 : recherche emoji « tree »

Page recherche « Tree » / Emojipedia.org

The screenshot shows the Emojipedia.org search results for the keyword "tree". At the top, there is a search bar with "tree" entered and a navigation menu with categories: Smiley & People, Animals & Nature, Food & Drink, Activity, Travel & Places, Objects, Symbols, and Flags. Below the search bar, there is a subscription link for the latest emoji news.

The main content area lists several emoji categories with their descriptions:

- Deciduous Tree**: A type of tree that has leaves turn orange or brown and fall off during the season of fall / autumn. ...
- Evergreen Tree**: A type tree found in nature that doesn't lose its leaves seasonally, but stays green all year around. ...
- Tanabata Tree**: A tree that people use to attach pieces of paper containing good wishes. Often done for spiritual or religious reasons, in many...
- Palm Tree**: A palm tree, commonly found in tropical and otherwise warm climates. Often represents a vacation or holiday destination. ...
- Christmas Tree**: A decorated Christmas Tree emoji: a pine tree displayed at Christmas time, usually adorned with lights, tinsel and other ornaments. Presents...
- Camping**: A campsite featuring a tent and a tree, and perhaps a campfire. Similar to the tent emoji. ...
- Koala**: A koala emoji, a native Australian marsupial that lives in the trees. Known for sleeping and eating the leaves of the eucalyptus tree. ...
- National Park**: A national park, generally displayed with mountains, a river or stream, and trees. ...
- Ship**: A large ship, used for transport of people or cargo across the ocean. May be a cruise ship, commonly found around tropical locations. ...
- House With Garden**: A suburban-looking house, with a tree, flower, or shrubs around it in the garden. ...
- Seedling**: A seedling, a sign of spring. A new plant of some kind sprouting from the earth, hoping to grow into a large tree, flower or plant if...

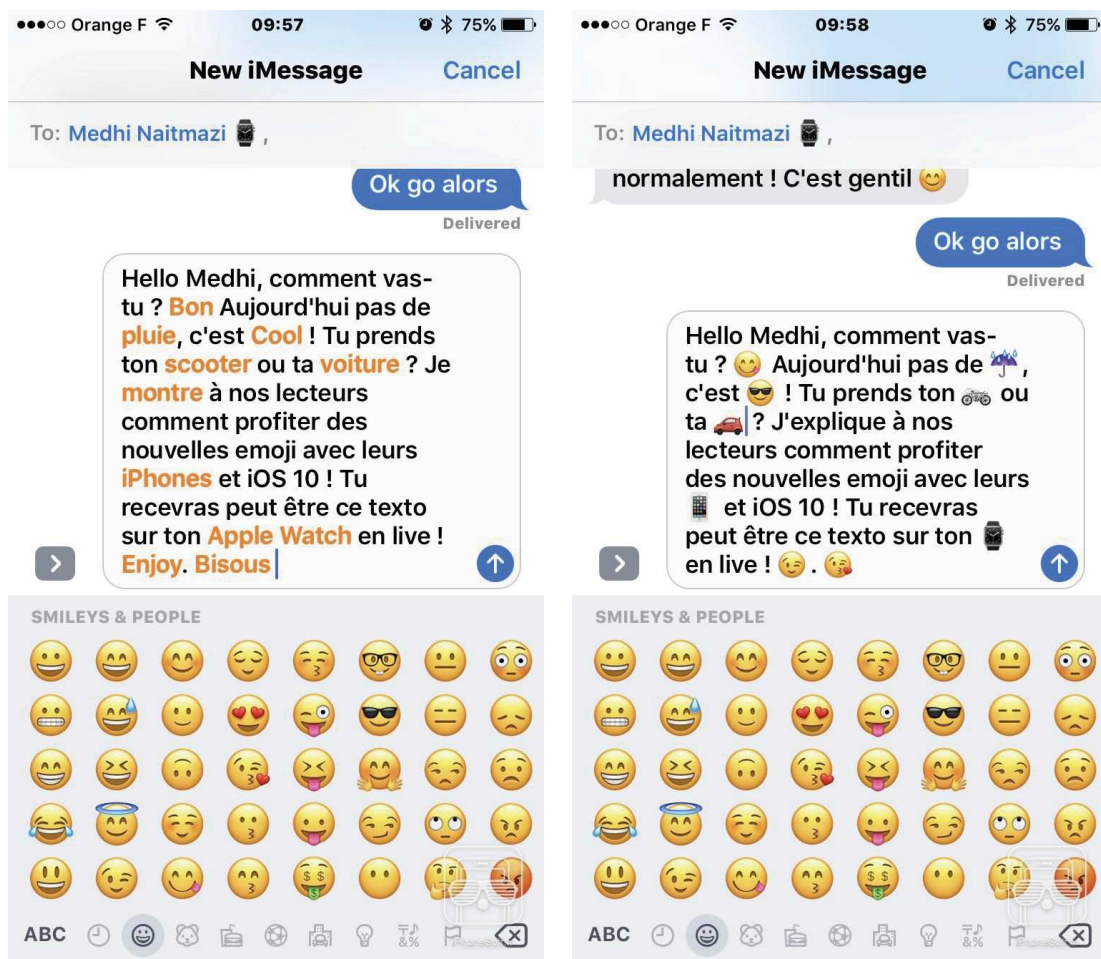
On the right side, there are three additional sections:

- Categories**: A list of all emoji categories with their respective icons.
- Most Popular**: A list of the most popular emojis, including Person Shrugging, Face With Tears of Joy, Red Heart, Smiling Face With Heart-Eyes, Smiling Face With Smiling Eyes, Thinking Face, Fire, Face With Rolling Eyes, and Face Blowing a Kiss.
- Latest News**: A list of the latest news articles related to emojis, such as "What's New in Unicode 10", "New Emojis Now Showing On Face...", "Top Emoji Requests 2017", "US State Flag Emojis Now Possi...", "Custom Emojis Arrive on iOS", "Twemoji 2.3 Emoji Changelog", "Emoji Trends Are Here", and "RIP Blobs: Google Redesigns Emojis".
- Events**: A list of various events and holidays, including Australia Day, Bastille Day, Birthday, Black Friday, Canada Day, Carnival, Chinese New Year, Christmas, Cinco de Mayo, and Dragon Boat Festival.

Source : capture d'écran <http://emojipedia.org/kaaba/>

Annexe 22 : traduction des mots en emoji, Apple

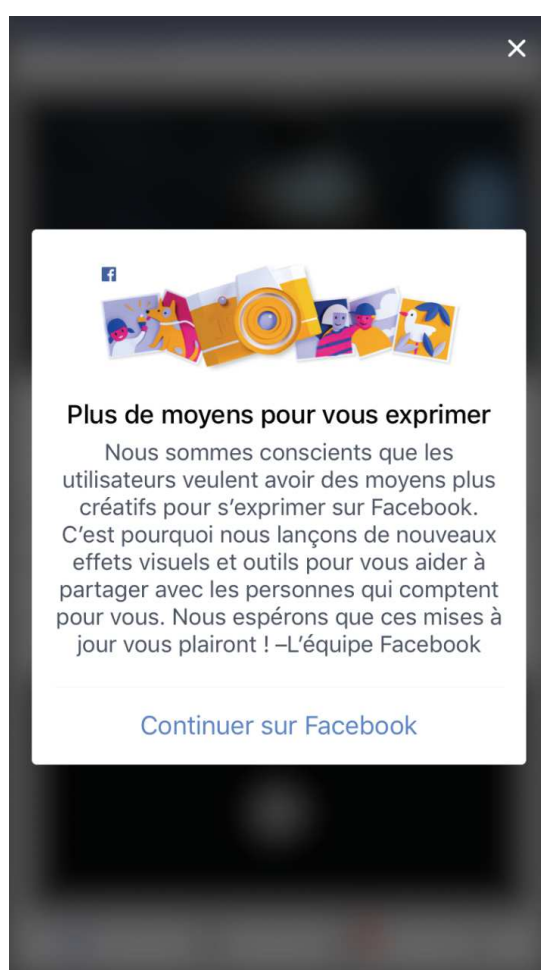
Dispositif de « traduction » automatique des mots en emoji / Apple



Source : <http://iphonesoft.fr/2016/09/29/comment-replacer-mots-emoji-devenir-cool-ios-10>

Annexe 23 : « Plus de moyen de vous exprimer », Facebook

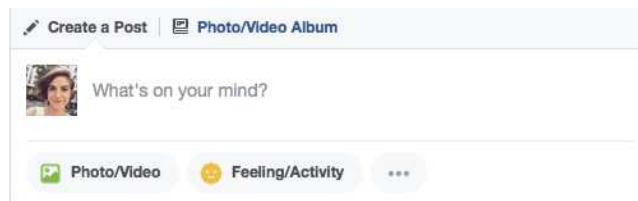
Push « Plus de moyen de vous exprimer » / Facebook
Avril 2017



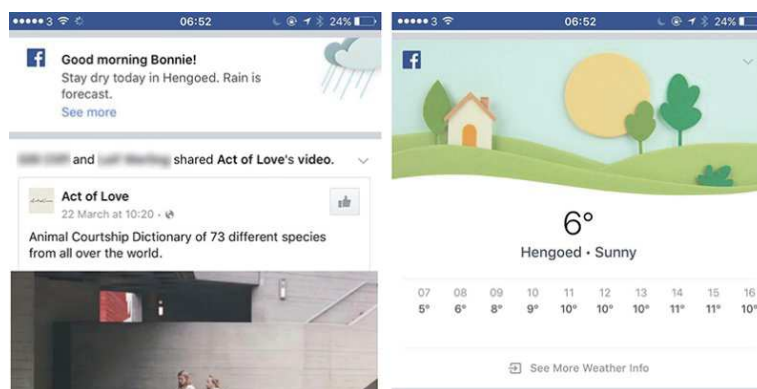
Source : capture d'écran depuis mon iPhone 04/04/2017

Annexe 24 : incitation au partage, Facebook

Dispositif d'incitation au partage / Facebook



Source : capture d'écran depuis mon iPhone juin 2017



Source : <https://www.forbes.com/sites/roberthof/2012/11/22/new-facebook-status-question-today-what-are-you-thankful-for/#b8236eb502cf>

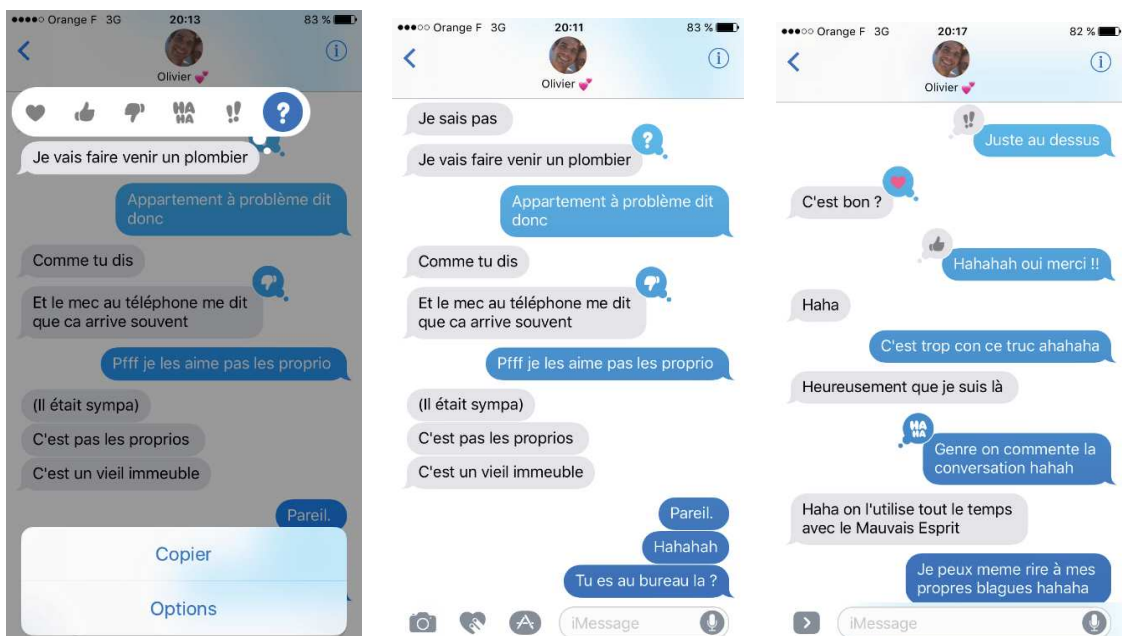
Annexe 25 : métaconversations numériques

a. Dispositif de commentaire des messages / Facebook Messenger

Source : capture d'écran depuis mon iPhone juin 2017



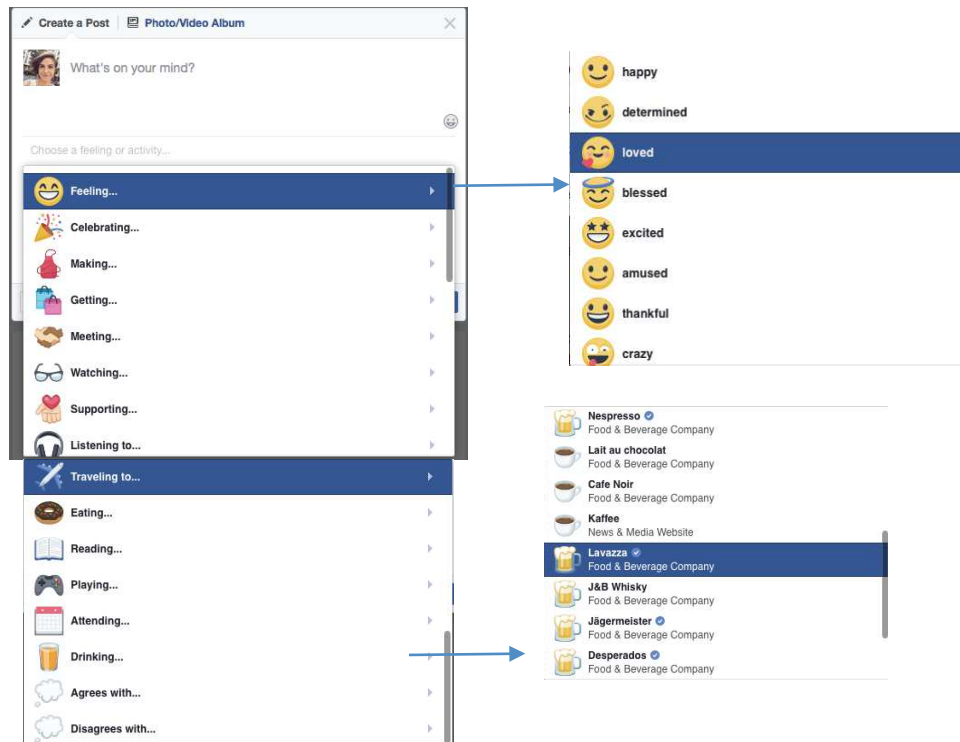
b. Dispositif de commentaire des messages / Messagerie iOS



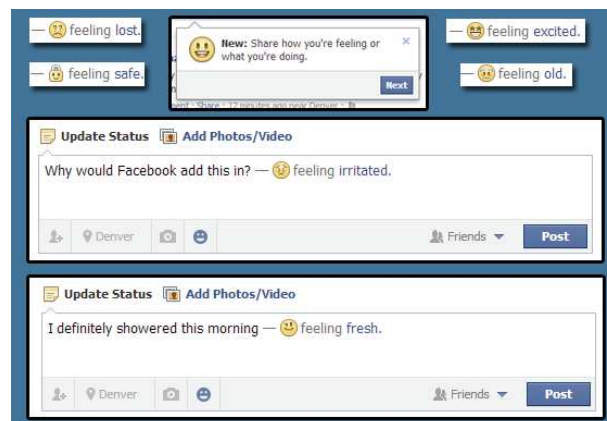
Source : capture d'écran depuis mon iPhone juin 2017

Annexe 26 : structuration des données, Facebook

Dispositif de structuration des donnée / Facebook Extraits



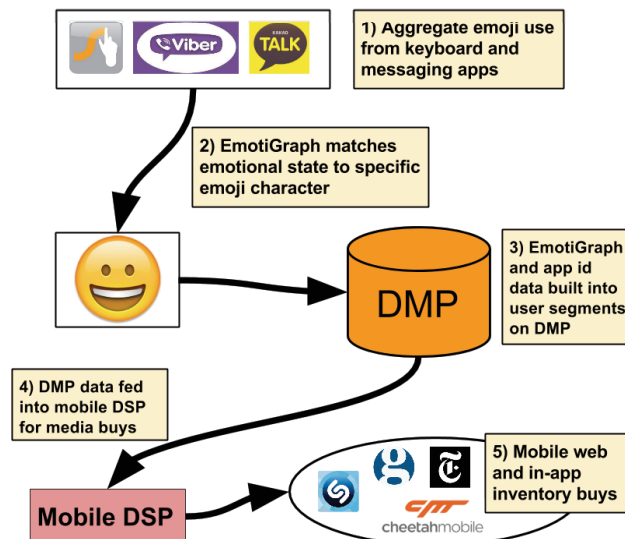
Source : capture d'écran depuis mon iPhone juin 2017



Source : <https://www.v9seo.com/blog/2013/04/09/facebook-really-encouraging-over-sharing/>

Annexe 27 : monétisation des emoji, Ciaran O’Kane

Schéma du projet de monétisation publicitaire des emoji par Ciaran O’Kane
/ Exchange Wire
Février 2016



Extrait article :

Those Emoji Monetisation Steps In Full

1. Aggregate emoji use from keyboard and messaging apps

Thanks to the open APIs of both Android and iOS, there are hundreds of keyboard apps in operation. Coupled with second-tier messaging apps there is an opportunity to aggregate global emoji use at scale.

2. EmotiGraph matches emotional state to specific emoji character

This step requires the help of linguistic specialists to help build the EmotiGraph – a probabilistic model that links emoji use to specific real-time emotional states. There will surely be a margin of error. But if someone has indicated via an emoji that they are hungover, it’s likely brands such as Berocca, KFC et al would buy media using that specific segment.

3. EmotiGraph and anonymised app id data built into user segments on DMP for media buys

The real value prop here will be the segments built by the DMP, combining EmotiGraph data and anonymised app ids. These segments will be used for programmatic media buys.

4. DMP data fed into mobile DSP for media buys

There is no need to build bidder tech or execution infrastructure given so much of this has already been built. The real value is the segments built for programmatic buys.

5. Inventory bought across mobile web and app inventory in real time

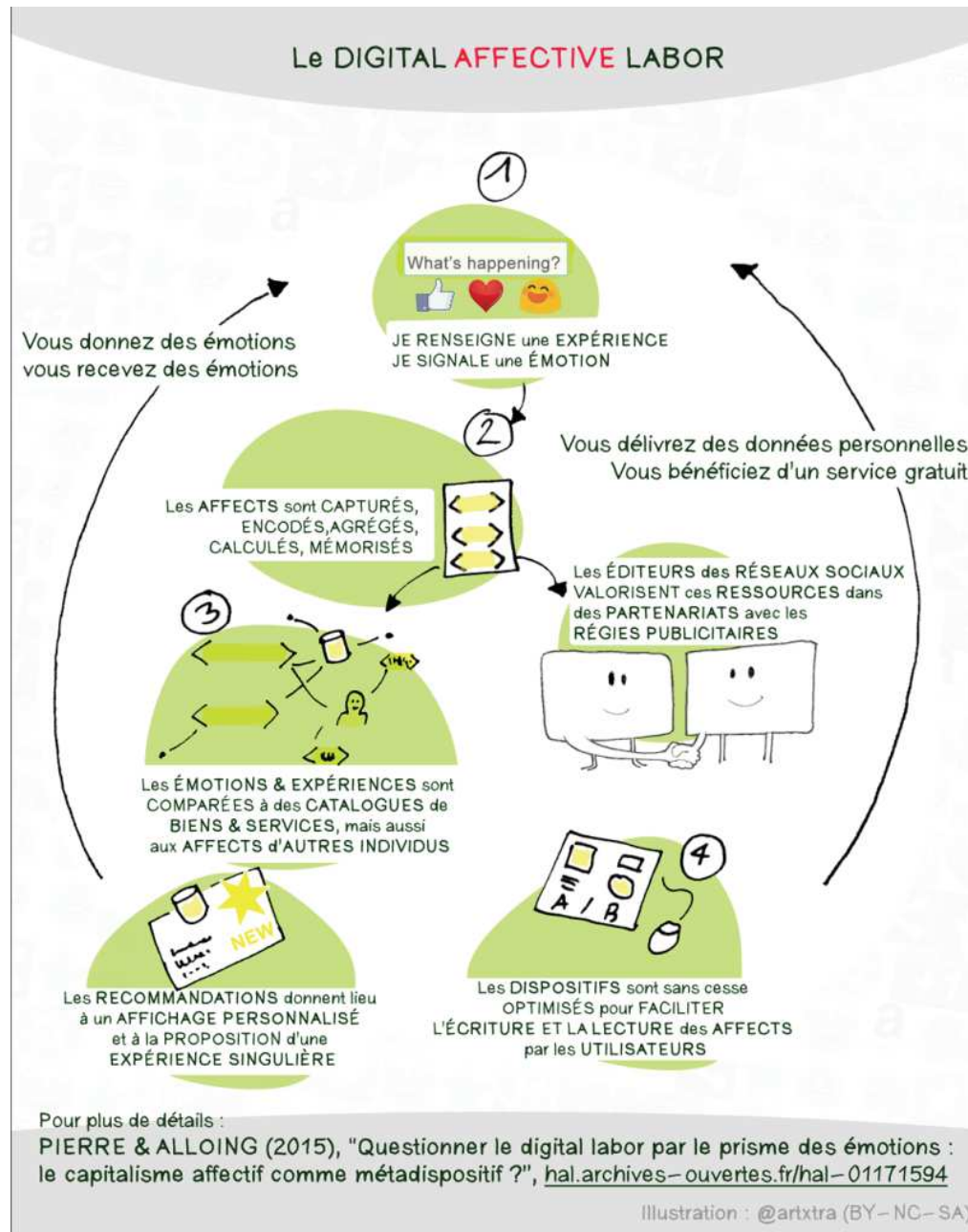
By leveraging scaled emoji use, advertisers can target a specific emotion data point in real time. Buying in-app or mobile web inventory via a mobile DSP allows brands to customise messaging to users on a mobile device.

The simple examples above demonstrates why mobile continues to be a hotbed of innovation for ad tech.

Source : <https://www.exchangewire.com/blog/2016/02/22/why-mobile-is-primed-for-ad-tech-innovation-and-that-emoji-ad-network/>

Annexe 28 : « Digital affective Labor », Alloing et Pierre

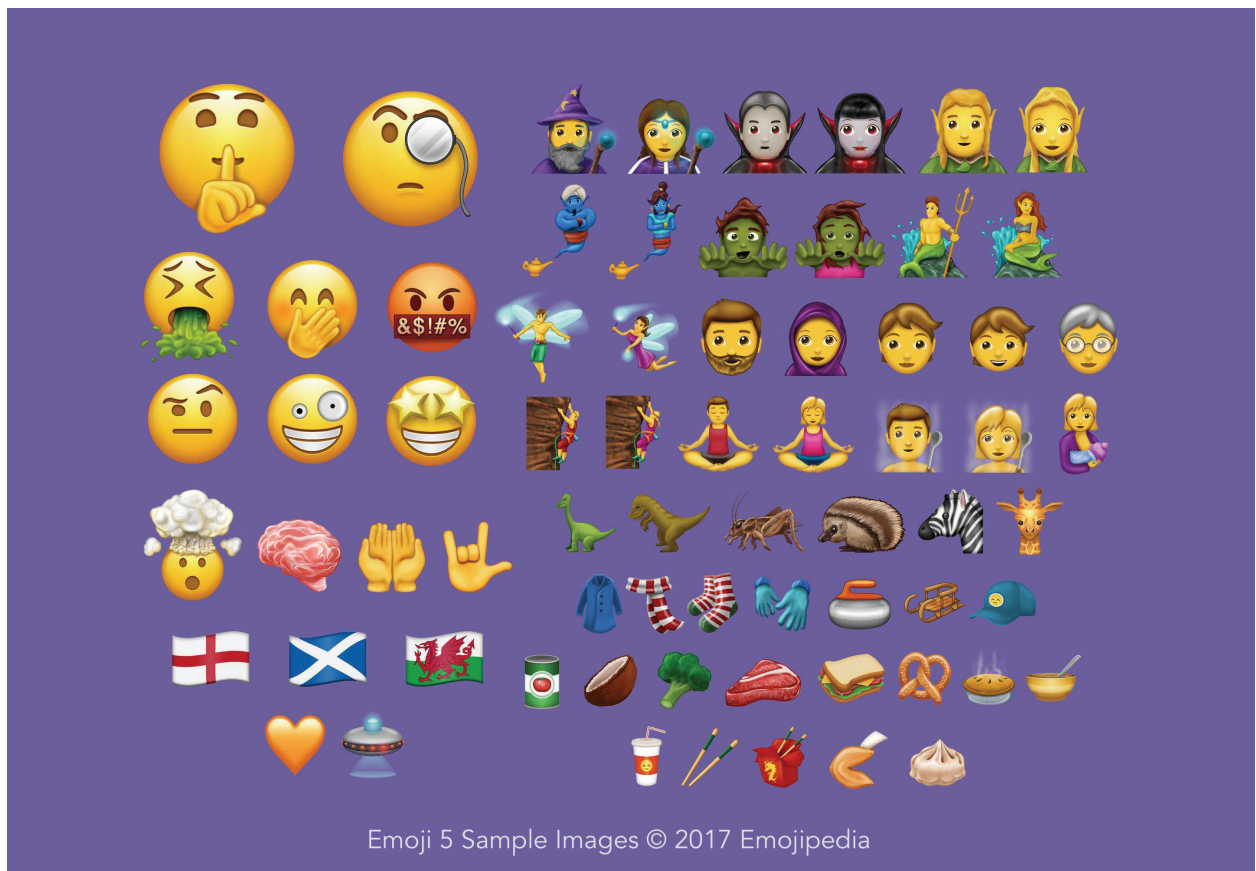
Schéma du « Digital affective labor » selon Julien Pierre et Camille Alloing
2015



Source : <http://affordance.typepad.com//.a/6a00d8341c622e53ef01bb0969cffe970d-pi>

Annexe 29 : derniers emoji ajoutés

69 nouveaux emoji 2017 / Unicode Consortium, design neutre
Novembre 2016



Source : <http://blog.emojipedia.org/final-2017-emoji-list/>

Annexe 30 : design emoji avant/après, Apple

Design emoji iOS.2 avant/après / Apple



Source : captures d'écran <https://www.youtube.com/watch?v=aXuS3RA8RMU&t=149s>

Annexe 31 : « emoji are growing up so fast », John Noob

Tweet de @johnn0ob
13/09/2016

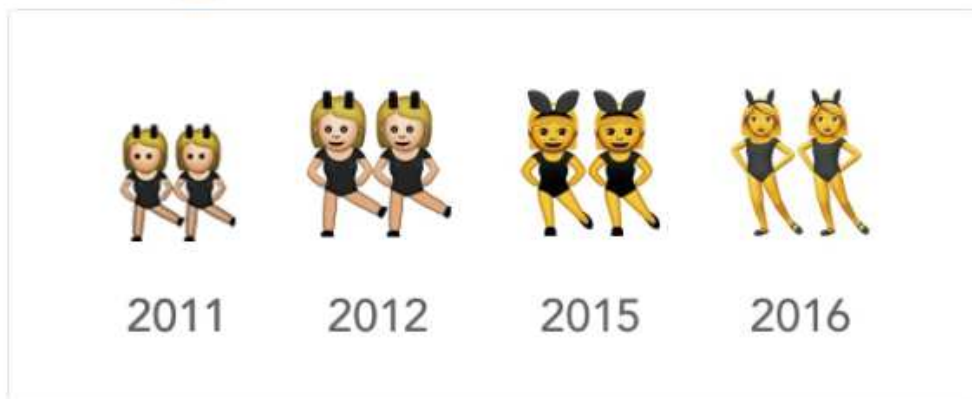


John Noob

@johnn0ob

Suivre

Damn, the dancing emoji girls are growing up so fast 🙄



Retweets

6 989

J'aime

4 702



























17:16 - 13 sept. 2016













Source : capture d'écran juin 2017

<https://twitter.com/johnn0ob/status/775850649997090816>

Annexe 32 : Professions emoji féminins, Google

Déclinaisons des professions pour les emoji féminins / Google
Mai 2016

Technology		Woman:  +  [U+1F469] + [U+1F4BB]	Software engineer, person coding, working on laptop	Healthcare		Woman:  +  [U+1F469] + [U+2695]	Doctor, physician, MD
Industry		Woman:  +  [U+1F469] + [U+1F3ED]	Factory worker, metallurgical worker, mechanic	Healthcare		Woman:  +  [U+1F469] + [U+1F3E5]	Nurses, dentist, anesthesiologist, radiologist
Industry		Woman:  +  [U+1F469] + [U+26A1]	High tech industry worker, assembly line worker	Science		Woman:  +  [U+1F469] + [U+1F52C]	Scientist, chemist, lab technician
Industry		Woman:  +  [U+1F469] + [U+1F527]	Mechanic, repair person, plumber, handy person	Education		Woman:  +  [U+1F469] + [U+1F393]	Graduate

Farming		Woman:  +  [U+1F469] + [U+1F69C]	Farmer
Food service		Woman:  +  [U+1F469] + [U+1F373]	Chef, cook
Education		Woman:  +  [U+1F469] + [U+1F3EB]	Teacher, professor
Music		Woman:  +  [U+1F469] + [U+1F918]	Rocker, rockstar

Source : <http://unicode.org/L2/L2016/16160-emoji-professions.pdf>

Annexe 33 : emballage nourriture asiatique

La nourriture asiatique dans la série Big Bang Theory



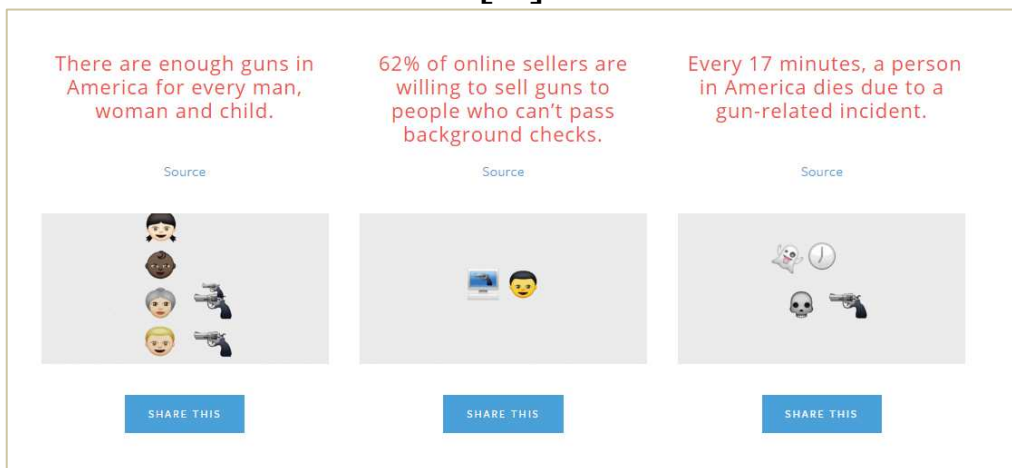
Source : recherche Google "Big Bang Theory noodles" juin 2017

Annexe 34 : « #DisarmTheiPhone », NYAGV

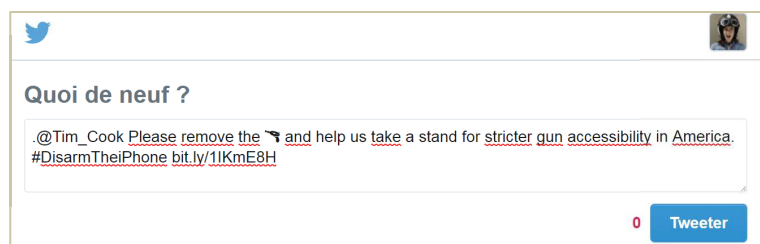
Campagne #DisarmTheiPhone / New Yorkers Against Gun Violence
Site web
2015



[...]



Campagne
#DisarmTheiPhone
Dispositif automatique
pour tweeter



Source : captures d'écran juin 2017 <http://www.disarmtheiphone.com/>

Annexe 35 : #PrideConnectsUs, Mark Zuckerberg

Statut Mark Zuckeberg, Directeur Général Facebook
Posté sur la plateforme Facebook
Juin 2016



Mark Zuckerberg ✓
June 25, 2015 · 🌐

June is LGBT Pride Month -- a moment to celebrate diversity and show our pride in the contributions of lesbian, gay, bisexual and transgender people to communities all over the world.

Facebook is a proud supporter of Pride, and employees in many countries are taking part in events and decorating our offices to show support. Here's a photo of the sign at our headquarters. #PrideConnectsUs



👍 Like 💬 Comment ➦ Share

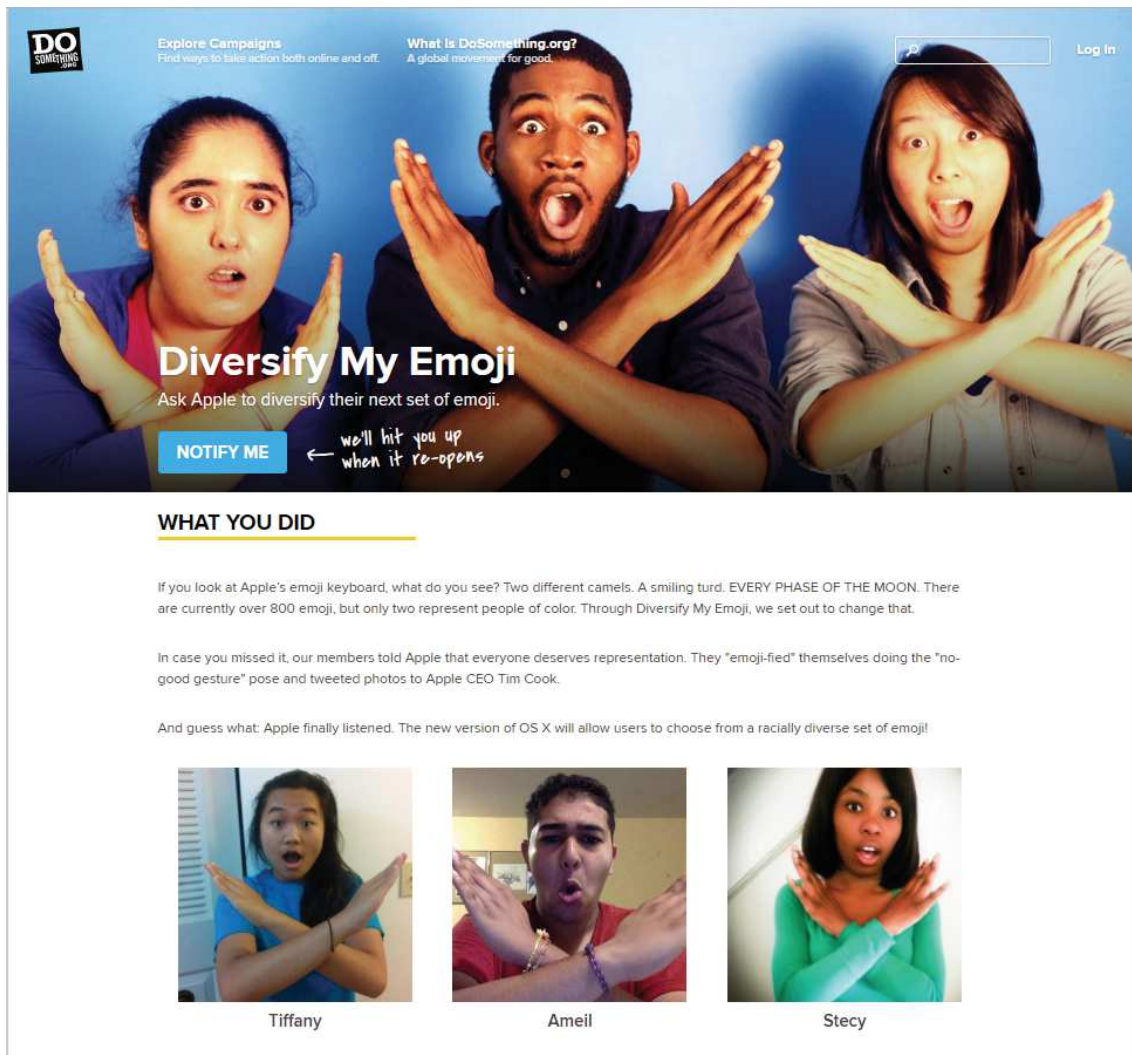
👍🌈👍 Flavien Andrea, Jeff Jarvis and 182K others Top Comments ▾

13,654 shares 7.7K Comments

Source : capture d'écran juin 2017
<https://www.facebook.com/zuck/posts/10102200855484761>

Annexe 36 : « Diversify My Emoji », DoSomething

Pétition Diversify My Emoji / DoSomething.org
Site web une fois la pétition terminée



DO SOMETHING

Explore Campaigns
Find ways to take action both online and off.

What is DoSomething.org?
A global movement for good.

Log In

Diversify My Emoji

Ask Apple to diversify their next set of emoji.


NOTIFY ME ← we'll hit you up when it re-opens

WHAT YOU DID

If you look at Apple's emoji keyboard, what do you see? Two different camels. A smiling turd. EVERY PHASE OF THE MOON. There are currently over 800 emoji, but only two represent people of color. Through Diversify My Emoji, we set out to change that.

In case you missed it, our members told Apple that everyone deserves representation. They "emoji-fied" themselves doing the "no-good gesture" pose and tweeted photos to Apple CEO Tim Cook.

And guess what? Apple finally listened. The new version of OS X will allow users to choose from a racially diverse set of emoji!



Tiffany Ameil Stecy

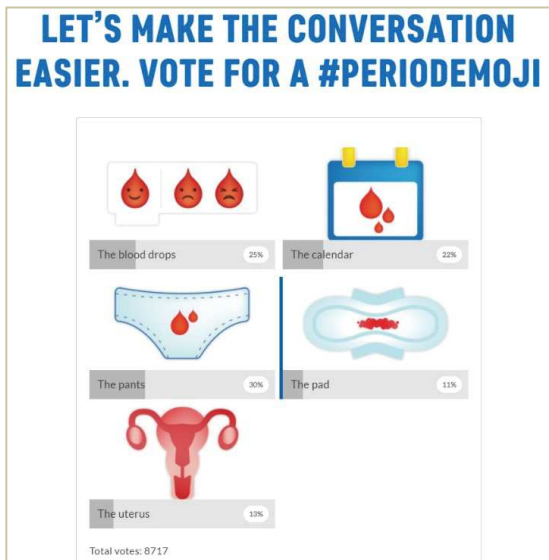
Source : capture d'écran juin 2017 <https://www.dosomething.org/us/campaigns/diversify-my-emoji>

Annexe 37 : « #PeriodEmoji », Plan International

Campagne #PeriodEmoji / Plan International
Site web une fois la pétition terminée

Source : capture d'écran juin 2017
<https://plan-uk.org/act-for-girls/break-the-taboo-vote-for-your-favourite-period-emoji>

Campagne #PeriodEmoji / Plan International
Votes



Source : capture d'écran venant de l'article <http://mashable.france24.com/medias-sociaux/20170529-emoji-regles-menstruations-tabou-consortium-unicode>

PLAN Plan International UK

ABOUT - BLOG - EMERGENCIES - ACT FOR GIRLS - DONATE - SPONSOR A CHILD

2028 / Get the .gif / Break the Taboo: Vote for your favourite period emoji

#PERIODEMOJI
LET'S BREAK THE PERIOD TABOO

[Voting has closed]

It's just a period. It's normal, natural, and happens every month. So why are periods considered such a taboo?

Sure, periods, they can be unpleasant and painful but they're nothing to be ashamed of. In fact, they're a big part of our lives. The average woman menstruates for 3,000 days in her lifetime. That's 8.2 years! Yet our research shows that 64 per cent of women in the UK would feel uncomfortable discussing their period with their male friends.

But we're here to change that. Last month we asked people to vote on five different period emoji designs, and between the UK and Australia over 54,000 people voted for their favourite. The public have spoken, and with over 18,700 votes they've told us they want to see the pants emoji added to keyboards worldwide!

WINNING EMOJI

WHAT WE'RE DOING NEXT

Over the coming weeks we'll be submitting a proposal to the Unicode Consortium (the official body that manages emojis worldwide) asking them to add the pants emoji to your keyboard, so keep an eye out for an update from us.

In the meantime, why not help us create a better world for girls by joining our [Because I Am a Girl](#) campaign.

MENSTRUATION: WHY WE NEED TO END THE TABOO

- 90% of girls** in rural areas of Ghana felt ashamed during their period
- 1 in 10 girls** in Africa miss school when they have their period
- 64% of women** in the UK would feel uncomfortable discussing their period with their male friends according to our latest poll

WE NEVER SPOKE ABOUT GETTING MY PERIOD

"It happened again every month. Sometimes, I was afraid I was dying."

When Peninah started menstruating she had no one to turn to. She had no idea what was happening to her body.

Talking about periods and providing menstrual hygiene education is essential in combating the stigma associated with periods. It also helps to give people the confidence to make their periods more manageable.

PENINAH'S STORY

Menstruation: Let's Stop the Myths
Discover the stigma girls and women face every day just for having a period. [READ MORE](#)

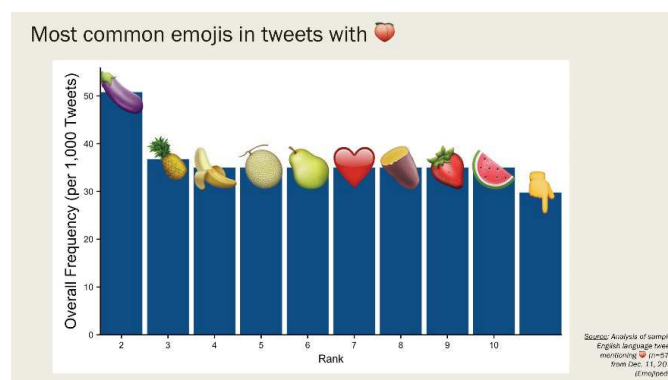
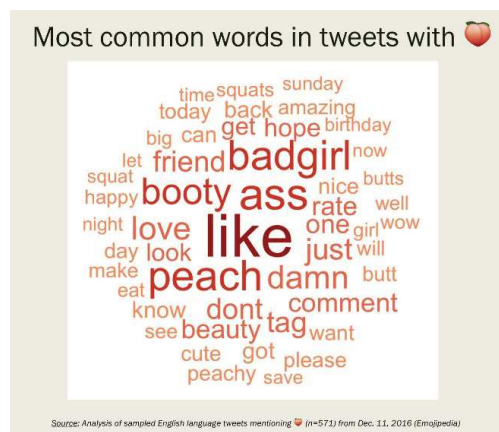
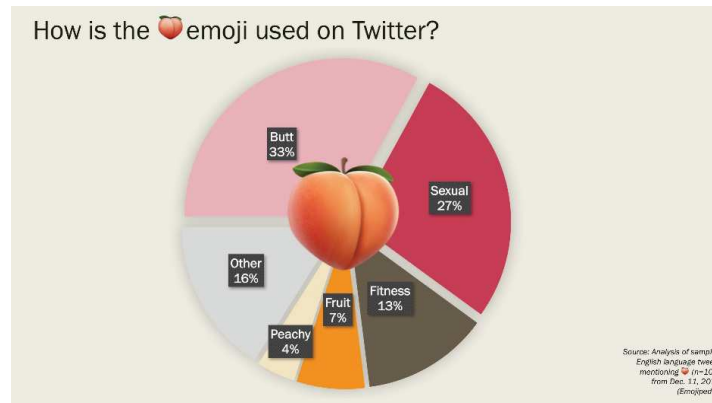
Five reasons we need to talk about periods
Periods can make us feel uncomfortable, but talking about them doesn't. [READ MORE](#)

VOTE FOR YOUR FAVOURITE #PERIODEMOJI
HELP US END THE STIGMA AROUND MENSTRUATION BY BACKING OUR CALL FOR A #PERIODEMOJI

[VOTE](#)

Annexe 38 : usage de l'emoji Pêche

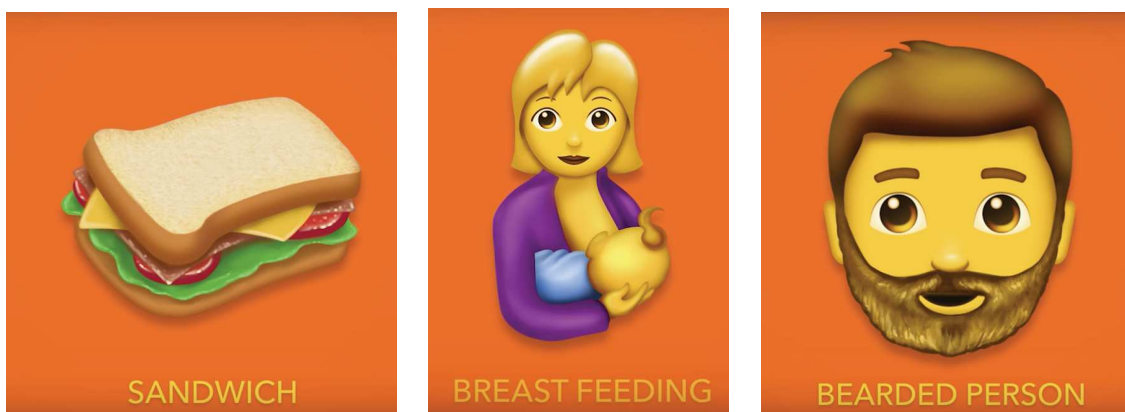
Graphiques "We Really Use The Peach"/ Blog Emojipedia Décembre 2016



Source : <http://blog.emojipedia.org/how-we-really-use-the-peach/>

Annexe 39 : des emoji aux images

Design « hyper réalistes » iOS.2 nouveaux emoji / Apple
Mars 2017



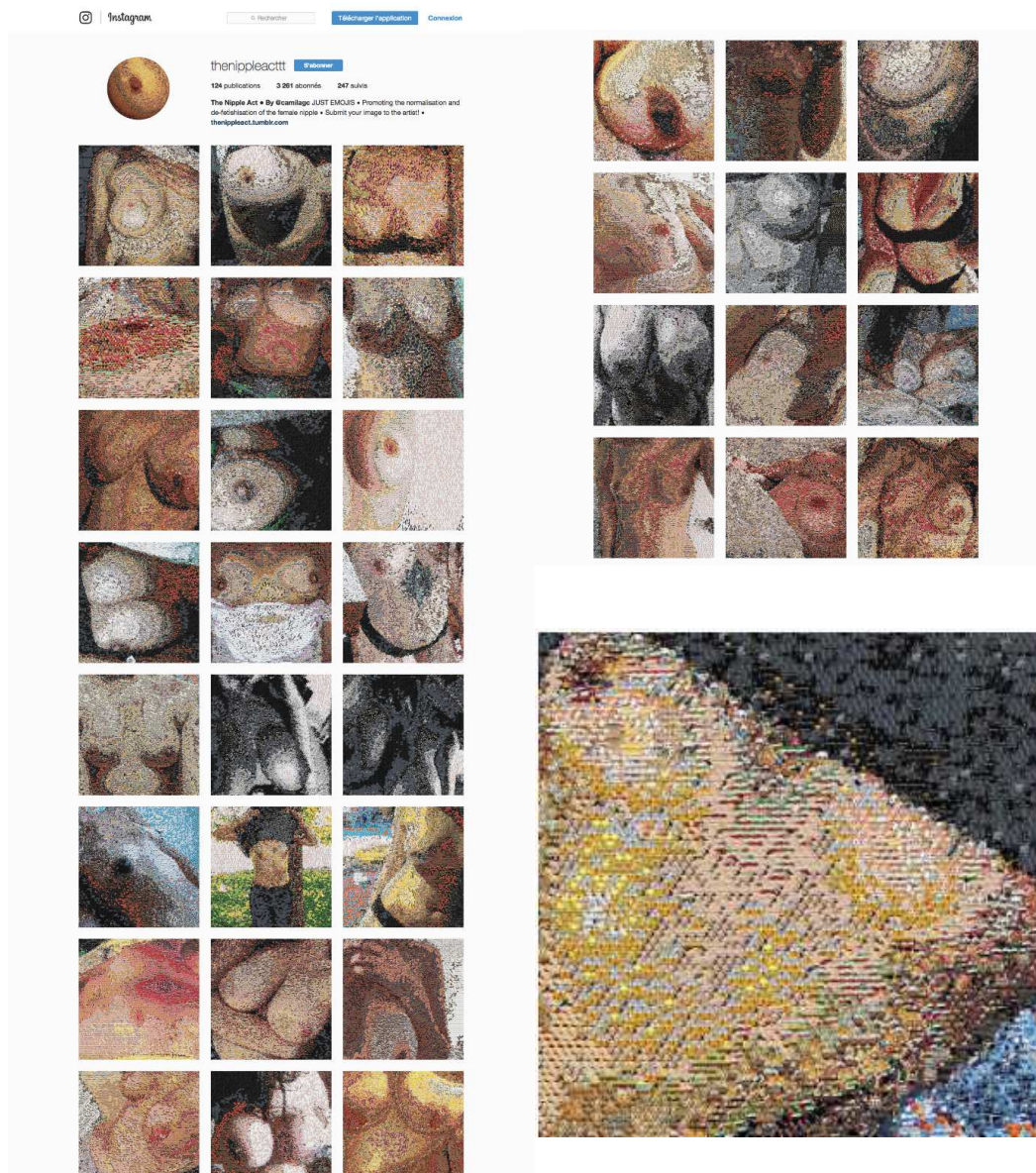
Source : capture d'écran video <https://www.youtube.com/watch?v=9hIJLOgdSZo&t=41s>



Source : https://www.buzzfeed.com/charliwarzel/emojis-are-becoming-hyper-realistic-and-that-is-a-bad-thing?utm_term=.qj9ey8Anx#.jhmLgp45B
<http://blog.emojipedia.org/ios-10-2-emoji-first-look-shrug-fingers-crossed-face-palm/>

Annexe 40 : The Nipple Act, Camila Gonzalvez Corea

Projet artistique et militant « The Nipple Act », par Camila Gonzales Corea
Projet lancé en 2013 sur Instagram



Source : captures d'écran juin 2017 <https://www.instagram.com/thenippleacttt/>