

Université Panthéon – Assas

Institut Français de la Presse (IFP)

***Mémoire de Master 2 Médias, Langages et Société
dirigé par Fabrice d'Almeida***

Les emojis, un langage pour les émotions en politique

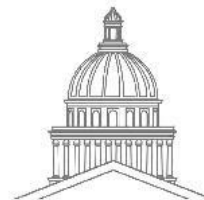
LAURIOU Suzanne

Sous la direction de Fabrice d'Almeida

Date de dépôt : 7 juin 2019



Université Panthéon-Assas



UNIVERSITÉ PARIS II
PANTHÉON-ASSAS

Les emojis, un langage pour les émotions en politique ?

L'emojisation du discours politique, ou l'iconique contemporaine langue de bois du politique.

AVERTISSEMENT

La Faculté n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans ce mémoire ; ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

RESUME

Dans un besoin contemporain constant d'oralité des discours devenus médiatisés par ordinateur, les emojis sont si omniprésents, qu'ils en sont venus à nourrir la rhétorique de nos sujets politiques. Cette bascule mobile qui s'opère dans cette sphère est à prendre en compte au plan de la textualité. Dernier avatar de la mondialisation, ce nouvel outil de communication s'apparente à un langage universel, et tente de murer les enjeux qu'il soutient. Devenu langage global, les emojis convoitent à ce titre des recherches pluridisciplinaires (dont sociologie, psychologie, sciences de l'information-communication, et cetera). Poser la question de l'emojisation du discours politique, soit l'usage des emojis par les politiques sur Twitter, revient donc plus largement à s'intéresser et s'interroger sur les transformations de la communication et du langage politique contemporain. A travers l'analyse et la réflexion de l'usage politique des emojis, nous découvrirons les ambitions politiques qu'ils servent. En envahissant les réseaux sociaux, et en reprenant un code de communication lambda avec l'emoji, les sujets politiques se révèlent opportunistes plus qu'avant-gardistes. Dans une temporalité toujours plus accélérée, les emojis se dressent comme des outils ludiques, attractifs voire addictifs du champ de la communication politique. Entre nouveau langage et communication politique, les emojis nous interrogent finalement quant à l'horizon qu'ils ouvrent, celui d'une inédite langue de bois de la politique contemporaine.

Mots clés : communication politique, technologie numérique, emoji, émotions.

« S’il existe bien, un langage des emojis, il faut se demander quelles en sont les propriétés, ce qu’ils permettent de dire ou de taire, ce que sont ses rapports aux valeurs et aux passions, qui en sont les utilisateurs principaux, quelles stratégies ils servent, quelle est la place de la controverse dans le dialogue qu’ils génèrent et, finalement, quel lien particulier les unissent à la chose politique. En somme, il s’agit de dire ce que la politique fait aux emojis et ce que les emojis font à la politique »

Inspiré des propos de Grégory Aupiais dans *Les politiques symboliques*.

REMERCIEMENTS

Je tiens dans un premier temps à remercier toutes les personnes qui m'ont suivie et aidée dans mon travail. Avant toute chose, je tiens à remercier tout particulièrement mon directeur de mémoire Fabrice d'Almeida, qui m'a aidé à affiner ma réflexion, à enrichir ce travail d'éléments originaux et pertinents et a su répondre à mes questionnements, mes problématiques tout au long de ce travail. Je remercie, en outre, l'ensemble des membres de mon séminaire de direction de mémoire, qui par leur participation, leurs commentaires, leurs conseils et leur intérêt ont participé à ce travail. Un grand merci pour tous ces échanges plus que constructifs. La procédure d'entretiens collectifs s'est avérée concluante pour nous tous dans nos travaux respectifs.

J'adresse aussi un remerciement à toutes les personnes qui ont bien voulu échanger avec moi sur les différents enjeux de mon mémoire, à savoir toutes les personnes qui m'ont accordé du temps, mais aussi tous les étudiants avec qui j'ai partagé cette année universitaire décisive pour notre avenir. Je tiens à exprimer ma gratitude envers l'équipe enseignante et administrative du Master de Médias, Langages et Société de l'Université Panthéon-Assas – Paris 2.

Mes remerciements vont également à mes proches. Leurs contributions respectives ont été essentielles, et ce mémoire n'aurait pas été le même sans leur précieuse aide. Je remercie ma maman, et mon amoureux Alexandre pour leur soutien durant cette dernière année d'étude. Je tiens également à remercier aussi mon frère Camille, qui m'a aidé en relisant mon travail.

Je remercie, en outre, mes ami(e)s : Sarah, Hanna, Karine et Fleurine, pour tous les moments qui ont pu être les nôtres en dehors de ce travail universitaire, qui m'ont permis de prendre du recul et de décompresser dans certains moments de remise en question.

SOMMAIRE

Introduction

Première partie : Les emojis et la notion d'émotion dans la société contemporaine.

Chapitre premier : Les emojis, un phénomène évidemment social.

Chapitre 2 : Les emojis, un nouveau langage iconique.

Chapitre 3 : Les enjeux latents des emojis.

Deuxième partie : L'usage des emojis sur les réseaux sociaux par les politiques.

Chapitre 4 : Le branding politique sur *Twitter* : historicité de la rencontre entre deux sphères.

Chapitre 5 : Les champs émotionnels ou non des communications politiques sur *Twitter*.

Chapitre 6 : Les profils emojis des politiques.

Troisième partie : L'emojisation du discours politique, véritable signe de recrudescence émotionnelle dans la société contemporaine ?

Chapitre 7 : Une liaison intime entre deux sphères

Chapitre 8 : La politique sans en avoir l'air.

Conclusion

Préface

Tout travail ne peut s'introduire que par une étude critique du savoir qu'il tente de construire, destinée à déterminer son origine, sa valeur et sa portée. C'est l'épistémologie de la connaissance en Information et Communication. Pour quel motif investit-on un domaine de savoir en particulier ? Quelles prédéterminations nous conduisent à notre sujet ? Comment adhère-t-on à nos terrains de recherche ? Est-ce que nous choisissons les sujets ou ce sont eux qui nous choisissent ? Quels éclairages fait-on sur les traductions qu'un monde a définies pour dire une société à un moment donné ?

L'Homme cultive depuis toujours des pratiques d'attention et de considération. C'est aussi le cas dans la recherche universitaire. Ce parti pris épistémologique reconnaît une pluralité des visions et des façons de construire du savoir, en interrogeant notre rapport à notre objet de recherche, la manière dont on construit de la connaissance en y portant une certaine forme d'adhésion. Cela ne vise pas une science qui voit de loin, mais de très près. Ce sont des corps affectés par des choses. La recherche construit du savoir, mais le fait de savoir qu'il y a quelque chose d'intéressant on le sent dans le corps en premier, et on le reçoit ensuite dans l'écriture.

Les sciences sociales sont des sciences historiques, qui rendent compte de ce qui s'est passé et de ce qui se passe à un moment donné, elles ne doivent pas y renoncer. C'est ce caractère historique qui permet la réinterprétation, et rends possible la discussion. Selon Karl Popper, dans la Falsifiabilité des sciences, « la Science progresse par conjectures et réfutations »¹. Cela

¹ « Je n'exigerais pas d'un système scientifique qu'il puisse être choisi une fois pour toutes, dans une acceptation positive, mais j'exigerais que sa forme logique soit telle qu'il puisse être distinguées, au moyen de tests empiriques, dans une acceptation négative : un système faisant partie de la science empirique doit pouvoir être réfuté par l'expérience » Karl Popper, dans La logique de la découverte scientifique, 1934.

rend compte d'une « situation » d'enquête, et mesure ce qui a été produit dans des conditions particulières.

Le choix du sujet de recherche se fait dans nos origines inconscientes. Il tient une part autobiographique indubitable. Partir de ce que nous font nos objets de recherches c'est créer un mouvement de proximité et de puissance. On ne peut pas faire sans être proche de certaines choses et éloigné d'autres, c'est le caractère irrémédiable des proximités. Il n'existe pas de savoir sans médiation. Investir sa recherche, sa pensée c'est assumer une intersubjectivité, et par là une certaine interdépendance. Jean-Claude Passeron² entendait la recherche non pas comme la production d'un savoir neutre sur les sociétés, mais sous l'importance du pluralisme et du dialogue pour créer du savoir. Ce qui nous est commun dans la recherche c'est de mener des enquêtes. Assumer des terrains contradictoires, orientés, ne pas le nier mais discuter, c'est aussi voir les conditions de construction du savoir.

Il y a quelque chose du souffle du chercheur dans l'objet qu'il étudie. Cela se ressent dans la construction de la recherche et son écriture finale. Produire une recherche située et en avoir conscience, c'est miser sur l'intelligence du lecteur en tant qu'il peut comprendre la part de subjectivité de la recherche, qui est partie constituante de l'auteur. Le texte est la trace d'expérience que l'on reconnaît. On se rencontre dans nos recherches. Garder ce processus d'enquête par rapport au sujet choisi est prépondérant dans le processus d'écriture.

Introduire mon objet de recherche pour ce mémoire de seconde année de Master, c'est donc interroger la phase de jeunesse de celui-ci. En quoi cette genèse tient-elle son influence sur les phases à suivre : constitution du sujet, des hypothèses, ou encore de la méthode. Comment ce choix de sujet sur l'émojisation de la sphère politique tient en son sein des conditionnements liés au passé, ou encore à des contextes immédiats. Depuis les débuts concrets de ma recherche universitaire, mes objets d'études se concentrent sur l'interrogation de grands concepts à l'heure de la numérisation contemporaine. Mon sujet de mémoire de Master 1 portant sur la notion d'identité, s'intitulant : *La place de l'algorithme dans le processus sémiotique qu'est la construction identitaire contemporaine*. Mon projet de recherche pour cette année se centrera à ses débuts sur la notion d'émotion au sein de la société contemporaine. C'est avec l'écriture de tribunes pour la presse spécialisée (CB News et Stratégies), effectuées lors d'un stage dans une

² Passeron, Jean-Claude. L'espace mental de l'enquête », *Enquête* (en ligne), 1995, mis en ligne le 10 juillet 2013, consulté le 9 décembre 2019.

agence de publicité, que s'est développé un regard critique sur mon environnement, la société dans lequel nous évoluons et différents sujets de réflexions « philosophiques » portés à l'heure contemporaine. C'est cet état d'attention au monde, à mon environnement, qui transpire dans ma recherche. Il me semble que faire de la recherche c'est une certaine manière d'habiter le monde, d'entretenir une relation avec ce qui nous entoure en le revisitant, le questionnant. Mes pratiques de recherche sont marquées par leur proximité à la vie ordinaire, le regard sur le proche, plus invisible que le lointain car il est quotidien depuis longtemps.

Indéniablement, la recherche se situe dans un environnement, sur un terrain et avec un corpus construit. Pour Gaston Bachelard, la démarche scientifique se définit comme suit : « le fait scientifique est conquis, construit, constaté ; conquis sur les préjugés, construit par la raison, constaté sur les faits ». Le champ de recherche est construit au sein même de notre champ d'expérience, constitué d'éléments personnels, sociologiques ou encore intellectuels qui orientent une partie de nos raisonnements. Travailler de manière psychologique sur notre rapport avec notre sujet c'est prendre conscience et ainsi casser la sorte de dépendance que l'on a avec ce que l'on étudie. Il semble prépondérant d'aller chercher dans le réel, ce qui a construit notre sujet, l'environnement intellectuel qui l'a délimité, les conditions de nos constations, sommes toutes comment et sur quelles bases ce savoir à venir s'est construit.

Introduction

Fureur digitale contemporaine. Numérisation de nos interactions Pas un instant ne se passe, sans que d'innombrables messages ne soient envoyés entre les quatre coins de la Terre, mais aussi sans qu'ils soient truffés de petits signes cabalistiques, ces symboles design connus sous le nom d'emoji. En à peine plus d'une décennie, ils sont devenus incontournables, indispensables et même quasiment addictifs. Dessiner le contour de la société contemporaine, c'est appréhender le rôle majeur qu'ont pris les Technologies de l'Information et de la Communication en son sein et dans le quotidien des individus contemporains. La boulimie communicationnelle qui est la nôtre ne peut être insignifiante, tout comme les pratiques scripturales qui en découlent. On parle de notre temps comme celui d'une société où l'on en vient à davantage s'exprimer par l'image que par l'écrit. Ces images contemporaines parlent de nous. L'homme a de tout temps communiqué iconiquement, ce qui est inédit avec l'emoji c'est d'utiliser des images pour transmettre les émotions du locuteur. Cela donne un éclairage singulier sur l'évolution sociale et esthétique de notre époque. Deux systèmes se combinent pour produire un sens ultramoderne qui conditionne le succès des emojis. Compris généralement comme un composant crucial mais léger de la communication électronique, presque comique, l'emoji impose un rôle plus complexe que son nom l'indique dans la communication écrite et sous-tend des enjeux bien plus abscons qu'ils n'y paraissent. Cette nouvelle forme de communication interpersonnelle électronique questionne notre rapport au langage, aux émotions ou encore à l'Altérité. Entre expressionnisme et surréalisme version digitale, prenons le pas vers cette réflexion qui élit l'emoji, dans son usage politique, comme objet d'étude à part entière.

Y étant confrontée de nombreuses fois au cours de notre réflexion, nous proposons d'appréhender notre présent objet de recherche : les emojis en s'attardant quelques lignes sur

l'historicité qui est la leur. Toujours compris dans le même ensemble que les smileys, les émoticônes, un point définitionnel³ sur les emojis semble prépondérant. Nous sommes en 1999. Alors ingénieur chez le principal opérateur téléphonique japonais NTT DoCoMo, Shigetaka Kurita crée l'Emoji. Composé de « e » (dessin, image) et « moji » (lettre, caractère), chaque emoji est une définition de concept, d'idée ou d'émotion. Ces dessins qui hantent l'ensemble de nos écritures numériques (textos, tweets, mails) représentent une expression, un sentiment ou un objet de la vie courante. Les emojis sont la langue d'Internet. Nés d'un besoin de nuancer ou d'explicitier une communication quasi instantanée et succincte, les emojis imbibent notre rhétorique contemporaine. Ils peuplent nos écrans, pour pallier au non relief de nos communications numériques. Ils sont une béquille, un véritable surcroît de sens, de subjectivité. Objets graphiques. 12X12 pixels. Le premier jeu de 172 emojis est une caractéristique spécifique de la messagerie I-mode de l'opérateur japonais. Il est conçu pour faciliter la communication électronique et pour la démarquer de services concurrents. La dernière version : Unicode 11.0, datant de juin 2018 compte 2823 emojis. Le catalogue des icônes n'en finit pas de s'allonger. Un site ambitionne notamment les recenser, et devenant le Wikipédia des emojis, c'est Emojipedia. Si les emojis sont présents depuis longtemps, ce n'est qu'en 2011 qu'ils ont quitté la seule sphère du Japon pour se répandre dans le monde. C'est la version IOS 5 d'Apple qui les popularisent en les rendant accessibles facilement. Avant cela, les utilisateurs devaient copier-coller les emojis en installant une application tierce. Désormais intégré au clavier, il suffit d'aller dans les paramètres de téléphones et d'activer le clavier emoji en l'ajoutant comme langue. En prenant de l'ampleur et s'universalisant, le phénomène devient dès lors populaire en Occident. L'envergure pris par les emojis s'illustre notamment en 2015, lorsque les dictionnaires Oxford désignent comme mot de l'année un emoji, celui « visage avec des larmes de joie », ou encore depuis le 17 juillet 2015, où les emojis ont inauguré leur journée mondiale. Ne pouvant traiter des emojis sans traiter de la culture et des médias au XXème et XXIème siècle, il nous semble en outre prépondérant d'évoquer notre objet de recherche dans la perspective de ce qu'Adorno et Horkheimer ont baptisé « l'industrie culturelle » et les « mass-médias ». Penser l'emoji via ce prisme c'est mettre à jour les mécanismes de production et de consommation de la culture contemporaine.

Primordiale est la distinction qui doit être faite entre les emojis et les émoticônes. Si beaucoup de chercheurs ont travaillé sur ces objets, c'est André Gunthert qui a percé en ces nouvelles

³ Ces bases de compréhension de l'objet de recherche que sont les emojis s'appuie notamment sur le travail de recherche, dans le cadre d'un mémoire de recherche, de Virginie Béjot, dont nous avons fait la lecture et tiré des enseignements.

images sociales une inédite réflexion sur l'histoire visuelle de nos communications contemporaines. Pierre Halté nous apprend quant à lui, au sein de sa thèse, que « les plus anciennes occurrences d'émoticônes sont généralement considérées comme contemporaines des premières interactions par réseau informatisé ayant eu lieu aux alentours des années 1970 », soit quelques décennies avant les emojis. Contraction des termes « émotion » et « icône », les émoticônes sont des signes constitués de signes de ponctuation. Conçus pour représenter l'expression du visage ou des gestes, imiter une mimique faciale, elles servent à indiquer et performer l'émotion du locuteur, ou son attitude dans des messages textuels. On les appelle aussi parfois « smileys » ou encore « binettes ». Les émoticônes traduisent des expressions et attitudes du langage que l'on retrouve dans les fonctions du langage de Roman Jakobson. Les émoticônes étant par essence liées aux codes mimo-gestuels, elles constituent des imitations graphiques de gestes et de mimiques⁴. Leur différence avec les emojis tient du fait, que les émoticônes sont constituées de signes issus du code ASCII (American Standard Code for Information Interchange), qui est la plus ancienne norme de codage des caractères courants en informatique. On y retrouve les lettres de l'alphabet romain, les chiffres, les signes de ponctuation, etc. D'une aspiration d'orienter l'interprétation globale de l'échange, les émoticônes procèdent à une tentative de simplifier à l'extrême l'expression d'un visage afin dans coder facilement les émotions. En cela, les émoticônes sont soumises à des conventions, elles font partie de la langue, à la différence des emojis qui ont créé la leur. Les émoticônes font partie d'un système conventionnel, avec ses règles, ses usages. Sommes toutes elles sont l'actualisation de marques de subjectivité comme les interjections, la ponctuation, les onomatopées, les répétitions de lettres, etc, à l'heure de l'écriture électronique. Cependant, ne faisons pas l'impasse sur le fossé sémiotique qui sépare les émoticônes, icônes à saisir visuellement, des mots de la langue comme les interjections présentent elles depuis bien plus longtemps pour installer une oralité fictive ou l'émotion du locuteur. De nos lectures réflexives sur notre sujet, nous avons noté que les études étrangères prennent pour objet de recherche les emojis, quand les recherches françaises s'en tiennent pour l'instant qu'aux émoticônes. Notre considération s'est donc nourrit de ces deux types d'études, afin de mener une réflexion plus accomplie quant à l'usage des emojis par la sphère politique.

L'essor des communications électroniques portent sans conteste des enjeux langagiers. A peine apparus, les emojis ont rapidement interpellés des réflexions autour du langage et de la

⁴ HALTE, Pierre. Les marques modales dans les chats : étude sémiotique et pragmatique des interjections et des émoticônes dans un corpus de conversations synchrones en ligne (En ligne). Thèse de doctorat en Science du langage. Luxembourg, Université du Luxembourg et de Lorraine, 2013, 574p.

sémiologie. Il est logique que les particularités apparaissant au sein de ces nouveaux types de médias se trouvent de plus en plus au centre de l'intérêt des linguistes. Le sens commun comprend le langage comme un système de signes qu'utilisent les êtres humains pour exprimer leurs perceptions, leurs pensées et leurs sentiments. Selon Eraly notamment, parler reviendrait à extérioriser des représentations jusqu'alors encloses dans notre esprit pour les transmettre à nos contemporains. Nous parlons de langage, mais derrière tout cela il y a une véritable historiographie des recherches portant sur ces questions. Pour Saussure, le langage convient d'une capacité, et la langue d'une véritable institution sociale. Certains aussi, de Bourdieu à Deleuze, en passant par Foucault, ont travaillé la question de la langue comme un système contraignant, reproduisant des mécanismes de domination historiquement et socialement situés. Avec les emojis, il s'agit d'interroger le langage à l'ère numérique et de discuter des pratiques expressives en ligne. Internet a bouleversé nos façons de communiquer. Cette évolution dit, sans contexte, quelque chose de nous et de notre rapport au langage. On interagit de façon visuelle et textuelle. Le triomphe des emojis n'est en effet pas une consécration exclusivement visuelle, car il reste dans un domaine qui est celui de l'alphabet, et donc de l'écrit. C'est de l'écrit, de la correspondance, mais une correspondance qui est devenue visuelle. Ce mélange langage/image décrit foncièrement nos communications contemporaines, avec l'intégration polymorphe et continue de n'importe quel type d'image au sein de notre système de communication. Les emojis ont tendance à être considérés comme une forme de renouvellement du langage, cependant dès le début l'écriture est un dessin, et les lettres de véritables images à l'instar du A à la tête de bœuf. Selon Laurence Allard, les emojis illustrent à la fois à la créativité de la culture contemporaine tout en s'inscrivant dans une histoire de l'écriture et de la communication. Ils symbolisent à la fois le futur technologique des interactions et leur ancrage dans l'histoire des mots et des images.

Plus que nous interroger sur notre langage et son évolution, les emojis questionnent sur leur utilité au sein de nos échanges écrits numériques contemporains. Cet inédit contexte de communication est tel qu'aujourd'hui nos échanges ne se comptent plus, et tout se passe comme si les utilisateurs à travers le monde étaient en présence quasi-directe l'un de l'autre, alors qu'il n'en est rien. Selon Pascal Lardellier, Fabien Liénard et Clément Bellenger, la présence phénoménologique de l'Autre, auparavant indispensable, est désormais superflue dans les relations numériques⁵. Nous nuancerons peut être en parlant de retraduction de la présence de

⁵ LARDELLIER, Pascal, LIENARD, Fabien, BELLENGER, Clément. « Des émoticônes à « l'hyper-ception ». Les modalités « technico-relationnelles » de l'expression des émotions en situation de communication

l'Autre en contexte numérique. Selon Lazar, l'absence de contact sensoriel et de signaux paraverbaux de ce type de communication offre au sujet parlant une autre gamme de moyens qui permettant en grande partie de reconstituer la conversation orale spontanée⁶. Les emojis sont donc considérés dans une grande généralité comme des moyens de pallier l'absence de face-à-face des écrits numériques. A l'ère numérique, la diffusion d'informations se doit d'être éminente, rendant accessible les échanges et savoirs au plus grand nombre. C'est en cela donc que les emojis ont trouvé leur place dans nos communications numériques quotidiennes et sont selon Krali devenus un « langage parallèle du web »⁷. Beaucoup de recherches, principalement américaines, ont porté sur les moyens d'expression inédits présents au sein de ces dispositifs numériques : les smileys, les émoticônes et les emojis⁸. L'importance prise par ces ponctuations expressives dans l'écriture numérique explique que de nombreux travaux de communication médiatisée par ordinateur (CMO) les mentionnent. Michel Marcoccia, ou encore Nadia Gauducheau reprennent notamment ces recherches linguistiques ou conversationnalistes qui proposent des typologies de rôles des emojis dans les messages, des hypothèses sur les relations entre eux et le contenu verbal qu'ils accompagnent, ou encore sur la proximité entre leur rôle et celui du non-verbal et du paraverbal dans les interactions orales. Pour cette présente réflexion, nous proposons de travailler sur les emojis dans leur usage, ici politique, et non dans leur construction. En ayant défini et explicité ces éléments de contexte plus généraux par ailleurs, cela nous permet de mener une réflexion plus nourrie et fructueuse. La standardisation voire l'imposition de ce nouveau langage est rendu visible par l'omniprésence des emojis dans nos interactions digitales. Cependant, comme le précise Laurence Allard, il serait erroné de limiter l'usage des emojis et de la conversation iconisée à une seule génération. Contemporainement, l'icônisation des conversations est urbi et orbi. En effet, de même que la communication électronique dans sa généralité, les emojis concernent tout le monde, tout le temps et partout, ce qui explique l'importance des enjeux économiques et sociétaux qu'ils sous-tendent. La récurrence des emojis dans toutes les sphères de la société donnent lieu à des processus d'institutionnalisation du sens de ces derniers à mesure que leur usage se généralise. Initiées et populaires au sein des médias sociaux notamment, les plateformes ont pleinement pris en charge la saisie des emojis, et par là leur imposition en tant que nouveau langage. Dans la question de

interpersonnelle électronique ». Revue de synthèse à orientation sémiologique, Helbo, 2014, « Sémiotique des émotions » p1.

⁶ LAZAR, Jan. « Communication à caractère émotionnel dans l'espace virtuel : questions quantitatives sur un corpus tchaté », Romanica Olomucensia, 2015 vol 27, Numéro 1, p73

⁷ KRALJ NOVAK, Petra, SMAILOVIC, Jasmina, SLUBAN, Borut, MOZERIC, Igor. "Sentiment of Emojis", Jozef Stefan Institute, 2015, p2.

⁸ Annexe avec les spécificités du langage électronique

l'écriture électronique, et de ces nouvelles expressions, comme l'évoque Laetitia Bianchi⁹, se croisent des thématiques cruciales : la jeunesse et les technologies, le mythe de la langue figée et éternelle, le risque ou la tentative d'envergure par la numérisation de la langue, etc. Il nous semble difficile de ne pas constater que les rapports sociaux à l'ère du numérique se trouvent à certains égards reconfigurés par ces inédits outils communicationnels. Pour Laurence Allard notamment, contemporanément les images ont changé de statut et remplissent désormais des fonctions sociales inédites. En évoquant l'idée de « web visuel », on se rend compte dans les différents travaux que nous avons pu étudier que l'émergence des pratiques numériques a profondément modifié la notion d'image. Contemporanément omniprésent dans nos échanges en ligne, les emojis nous offrent par leur caractère iconique un spectacle éloquent sur notre identité et nos émotions. L'essor des emojis dans nos échanges ne fait que confirmer la place indéniable de la notion d'émotion au cœur de notre société. Aujourd'hui, une attention toute particulière est en effet portée à celles-ci, on les mets en avant, en scène dans nos expressions. Selon Deluermoz et Fureix, « les émotions ont accédé en une vingtaine d'années au statut d'objet historique légitime, voire de mode historiographique »¹⁰. Rappelons que le terme « émotion » vient du latin *emotum*, forme nominale du verbe latin *emovere* « mouvoir hors de », « émouvoir »¹¹. Emotion, sentiment, affect, passion la sémantique est large et les termes ne manquent pas pour parler de ce que l'on connaît mal et qui pourtant anime chacun de nous quotidiennement. Jacques Cosnier revient dans son travail sur la cacophonie qui anime depuis toujours le champ des émotions : Platon et Cicéron considéraient les émotions comme perturbatrices de la raison, pour Kant lui elles étaient maladie de l'âme, Darwin pour qui elles s'intégraient dans des comportements adaptatifs et évolutifs des espèces, ou encore Sartre pour qui elles étaient « un mode d'existence de la conscience »¹². Plus récemment, c'est la pensée psycho-comportementaliste d'Ekman qui a renouvelé la notion d'émotion. A travers une approche universaliste, Paul Ekman pense les émotions comme des entités psychophysiologiques et comportementales discrètes, soit individualisées, en nombre fini. Il définit alors ce qu'il nomme les émotions de base (*basic emotions*), se voulant être les expressions universelles des signaux émotionnels. Au nombre de six, la collection d'Ekman récence en celles-ci : la joie, la surprise, la peur, la colère, le dégoût et la tristesse. Cet aspect

⁹ BIANCHI, Laetitia. « De la mobilité des téléphones et de la langue ». Le dossier du tigre, 2008, p54-58.

¹⁰ DELUERMOZ Quentin, FUREIX Emmanuel, MAZUREL Hervé et OUALDI M'hamed. « Écrire l'histoire des émotions : de l'objet à la catégorie d'analyse », *Revue d'histoire du XIXe siècle* [En ligne], 47 | 2013, mis en ligne le 31 décembre 2016, consulté le 12 octobre 2018, p 1.

¹¹ Dictionnaire Larousse de la langue Française, p.623.

¹² COSNIER, Jacques. « Communication non verbale et langage », *Psychologie Médicale*, 1977, p3.

fondamental de la notion d'émotion nous impose la réflexion sur une certaine universalité des patterns expressifs des émotions, que l'on retrouve avec notre présent objet, les emojis.

Certains en viennent à parler d'un « emotional turn » ou « affective turn ». Constituant la pierre angulaire du paradigme actuel, l'émotion tient en son sein plusieurs jalons théoriques et empiriques quant à l'étude du « capitalisme affectif numérique ». Pour Deluermoz et Fureix, la valorisation de l'émotion dans nos sociétés contemporaines, voisine du désir de la maîtriser à travers « l'intelligence émotionnelle », convient que l'émotion participe en quelque sorte du nouveau lien social contemporain. Dans ce règne de l'émotion, cette dernière ne serait plus considérée comme un objet en soi, fermé sur lui-même, mais plutôt comme une « catégorie d'analyse transversale, un moyen de capter le social »¹³. Les sciences sociales semblent redécouvrir la notion d'émotion. L'existence pionnière d'un champ de recherche intitulé « Affective computing » au MIT (Massachusetts Institute of Technology) est révélateur de l'intérêt technologique que représente la modélisation des émotions par l'industrie informatique et des télécommunications. Athanassios D. Evangelou nous apprend à ce sujet que, l'étude des émotions, à travers les emojis, s'est construite sur une recherche en psychologie sociale, qui traite avant tout de la dimension émotionnelle des emojis et de leur rôle dans l'interprétation des messages ; en communication on a plus souvent cherché dans les émotions une façon de caractériser les attitudes du récepteur face au message, qu'à les considérer comme partie intégrante du message ou comme objet d'échange¹⁴. Au sein du champ disciplinaire des Sciences de l'Information et de la Communication (SIC), la problématique des affects incite à s'intéresser aux comportements, aux discours, aux contenus, aux signes et aux médiations en jeu. Si la question des émotions effleure les SIC depuis de nombreuses années, ce domaine mis en perspective avec les dispositifs nous a semblé convenir d'une zone encore peu explorée. En ayant fait ce petit rappel, nous appréhendons mieux les conditions à la fois intellectuelles, culturelles et politiques qui ont rendu possible l'émergence de l'émotion comme objet de réflexion scientifique. Au sein de notre travail, la notion d'émotion est pensée à l'heure contemporaine, à l'aune de la modernité et des processus qui la construisent. Parmi les procédés qui rendent l'expression de l'émotion possible en contexte numérique, il nous semble prépondérant de mentionner le rôle privilégié des emojis. Malgré la dite froideur de la communication électronique, privée de grandes ressources expressives paradoxalement selon Anis ce type de communication dispose d'un nombre important d'outil pour mettre en relief

¹³ COSNIER, Jacques, op.cit, p22.

¹⁴ EVANGHELOU Athanassios D. « Voyages virtuels et transport d'émotions sur Internet ». *Quaderni*, n°39, Automne 1999. Transport matériel et immatériel. p. 104.

l'égo et ses affects¹⁵. Pour Athanassios D. Evangelou une nouvelle fois, l'apparition de ces nouvelles formes d'expression « primitive » des émotions, ont par leur caractère exotique attiré l'attention des chercheurs vers les domaines de la reconnaissance et de la modélisation informatique des émotions¹⁶. En effet, comme l'évoque Nadia Gauducheau, « il semble difficile d'imaginer que les échanges médiatisés par ordinateur soient dénués de dimension émotionnelle alors que les émotions, de fait, sont impliquées dans les interactions humaines »¹⁷. Dans ce nouveau régime émotionnel contemporain, tout autour de nous joue sur cette fibre émotionnelle, parfois jusqu'à saturation. Ce qui distingue l'Homo communicans du XXIème siècle des ordinateurs, malgré les points communs que s'efforce de démontrer un certain cognitivisme contemporain, convient du champ affectif face ce que Cosnier nomme l'intelligence « sèche »¹⁸. Selon Laurence Allard, Camille Alloing, Mariannig Le Béhec et Julien Pierre, dans leur commun travail¹⁹, « les écrans mobiles sont davantage des caméras-style à concevoir sous la notion de technologies du soi et par conséquent d'expression de la subjectivité dans tous ses états, notamment affectifs ». Dans cette « tyrannie du témoignage », les emojis sont interprétés et utilisés comme des conventions où les émotions sont référencées de façon picturale²⁰, ils sont principalement les moyens de représenter nos expressions faciales. Il s'agit par la présente d'étudier les aspects sémantiques, culturels et sociaux de l'utilisation des emojis par un groupe particulier, non plus comme limitée à transmettre une émotion ou utilisée humoristiquement, mais comme des normes dont le sens peut varier selon l'identité de l'orateur. En effet des recherches ultérieures, notamment celles de Derks, Bos and Von Grumbkow (2007) montrent que les emojis ne sont pas seulement la représentation de positions affectives, mais jouent de nombreux autres rôles dans la communication écrite numérique, comme montrer l'identité et les intentions de l'auteur, les différences socioculturelles, etc. En effet, comme l'évoque Laurence Allard, travailler à décrire les affects numériques suppose de délimiter les contraintes techno-sémiotique au service d'une mise en marché des expressions

¹⁵ ANIS, Jacques. « Approche sémiolinguistique des représentations de l'ego dans la Communication Médinée par Ordinateur ». *Langages*, 35^e année, n°144, 2001. Psycholinguistique et intelligence artificielle. P 21.

¹⁶ EVANGHELOU Athanassios D. « Voyages virtuels et transport d'émotions sur Internet ». *Quaderni*, n°39, Automne 1999. Transport matériel et immatériel. p. 104.

¹⁷ GAUDUCHEAU, Nadia. « La communication des émotions dans les échanges médiatisés par ordinateur : bilan et perspectives ». *Bulletin de Psychologie*, tome 61, 2008, p 6.

¹⁸ COSNIER, Jacques. *Psychologie des émotions et des sentiments*. Paris, Edition Retz, 1994, p3.

¹⁹ ALLARD, Laurence, ALLOING, Camille, LE BEHEC, Mariannig et PIERRE, Julien, « Introduction », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 11 | 2017, mis en ligne le 01 août 2017, consulté le 18 février 2019.

²⁰ PARK, Jaram, FINK, Clay, BARASH, Vladimir, CHA, Meeyoung. "Emoticon Style: Interpreting Differences in Emoticons Across Cultures". *Proceeding of the Seventh International AAI, Conference on Weblogs and Social Media*, 2013, p466.

interindividuelles et dans le même mouvement de donner une place à la « culture de soi » comme à la « stylistique de l'existence ».

Selon Rancière, les questions du partage et du sensible font l'actualité de tous. *Ad hoc*, les emojis se sont dressés au sein de nos transactions de plus en plus informatisées, comme des synonymes des émotions qui circulent par les interfaces des plateformes numériques. Les réseaux sociaux sont ainsi la fabrique et le terrain de jeu des émotions contemporaines. Selon Ambroise Rendu, « installée dans notre paysage contemporain et revêtue d'une valeur positive, l'émotion occupe une place importante dans différents champs : intimité, média, monde du travail, marché, loisir ». On voit se multiplier les topographies émotionnelles de tout un chacun, et précisément, comme cela fait l'objet de notre travail, de la communication de la sphère politique. Le temps est venu de la confusion des ordres. Entre théories et constatations, mon sujet est parti d'un constat éclairé, car en lien avec l'environnement théorique solide que nous venons de tracer dans les grandes lignes. La numérisation de la vie touche l'ensemble de notre société, incluant la sphère politique, la communication politique est sortie de son environnement familial pour prendre place au sein des réseaux sociaux numériques, par ailleurs nouveaux objets de recherche transdisciplinaire. La classe politique n'échappe pas à l'expansion fulgurante d'Internet, et l'on en vient à observer un nombre croissant de personnalités politiques possédant un profil sur un ou plusieurs réseaux. Le smartphone, premier écran dans le monde, est aussi devenu le prolongement des bras du pouvoir. Notons que nous définissons la communication politique, dans son acceptation la plus commune, comme un regroupement hétérogène et composite de théories et de techniques liées à l'exercice professionnalisé de la politique. Celle-ci est dite intégrante des tactiques et des modes de conduites qui varient en fonction des formes de pouvoir briguées et des situations concrètes vécues par les acteurs politiques. Les formes de communication ont évoluées. Les politiques ont découvert un nombre important de normes inédites qui régissent leur prise de parole et leur communication numérique. Les emojis, outil indéniable de ce type de communication électronique et dématérialisée, s'est vu pris à partie par les politiciens, dont l'usage est dès lors quotidien. La notion d'actualité est incontestable dans ma vision de la recherche universitaire. En effet, ce sujet de mémoire dit quelque chose de la société, dans le sens où il s'interroge sur l'évolution de notre communication contemporaine. Comment expliquer que les médias sociaux sont contemporanément utilisés dans l'arène politique ? Quels est l'impact de l'utilisation des réseaux sociaux sur le plan de communication des politiques, et pourquoi cela fonctionne-t-il ou non ?

L'utilisation des réseaux sociaux à des fins politiques résonne avec une tendance technologique plus large, appelée le Web 2.0, qui selon Tamara Small²¹ met en valeur davantage d'interaction et de collaboration entre les utilisateurs. Notre présent écrit se concentre sur l'utilisation d'une application numérique, Twitter, par les forces politiques constituées (gouvernement, institution, partis, élus). Si peu de travaux existent encore sur Twitter et la sphère politique, Tamara Small a fait, ce qu'elle présente comme « une première tentative de dégager une compréhension systématique de la vie politique sur Twitter dans le contexte canadiens », qui a beaucoup nourri notre réflexion. Porter attention à la politique dans le contexte contemporain, c'est aussi s'intéresser à la notion d'espace public. Selon Chevrier-Pelletier, dans l'histoire récente l'espace public a opéré un décentrement sans précédent dans la production de discours politique alors que l'Etat et les hommes politiques ne peuvent plus être considérés comme étant les seuls acteurs de production discursive²². Avec Internet et cette évolution de la communication politique, c'est la constitution d'un espace public plus dynamique qui est semble-t-il visé. Selon Pierre-Olivier Zappa, « confrontés à une crise de confiance publique, les politiques ont recours, entre autres, aux technologies numériques afin de fidéliser un électorat de plus en plus volatile et abstentionniste »²³. Dès lors, analyser les présences et utilisations des politiciens sur ces nouveaux canaux de communication, c'est aussi porter notre réflexion sur le succès de cette rencontre, sur le besoin spécifique à ce type d'échanges que cela illustre. En s'intéressant à l'avènement du phénomène « d'emojisation du discours » politique, il s'agit de décrire les pratiques et les usages qui le structurent dans ce contexte précis, et de mettre à jour les pratiques et usages qu'il produit à son tour. L'objectif de l'enquête sur l'utilisation d'emoji par la sphère politique française sur Twitter soutenue ici est d'établir les principes permettant de définir l'orientation émotionnelle du discours politique. Il s'agit d'interroger la mise à l'épreuve des émotions de l'individu politique dans sa communication la plus directe.

Cette littérature, aussi bien nationale qu'internationale, sur le sujet est une proposition de notre part et ne tient pas prétention d'exhaustivité. Outre les articles théoriques de recherches scientifiques, notons que notre réflexion s'est aussi amplement nourrie d'éléments informationnels tirés de la presse française. L'objectif a été de pointer quelques éléments

²¹ SMALL, Tamara A. « La politique canadienne en 140 caractères : la vie des partis dans l'univers Twitter ». *Revue Parlementaire canadienne*, Automne 2010.

²² CHEVRIER-PELLETIER, Alexandre. « L'utilisation performante des médias sociaux en marketing politique : campagne Obama 2012 », *Press of Sherbrooke University*, Vol. V, Numéro 3, Automne 2013.

²³ ZAPPA, Pierre-Olivier. « Communication politique et réseaux socionumériques, le cas de mybarackobama.com. Mémoire en ligne ». Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en communication, Université du Québec à Montréal. Avril 2012, p8.

définitionnels et outils de discernement impondérables au travail qui suit. Ces recherches montrent la complexité et l'aura réflexif que portent en eux les manifestations émojisées du corps politique français. Penser un objet dans sa globalité, est aussi tenter de jeter des ponts entre des disciplines, des courants de pensée et considérer les différents apports théoriques comme autant d'opportunités de mieux saisir cet objet. Il semble prépondérant de faire résonner le émojis, et l'ensemble des notions qui l'accompagne dans ce travail, de façon épistémologique grâce aux outils des sciences sociales, afin de démêler les fils des processus et des dynamiques énonciatives, sémiotiques et pragmatiques qui le composent et le traversent. Notre présente étude est conduite au sein même du champ des Sciences de l'Information et de la Communication. Section 71 du Conseil National des Universités, ce champ disciplinaire se dirige en termes de travaux de recherches vers des phénomènes de médiation, de conception, de production et de réception, mais aussi aux représentations, à l'appropriation des dispositifs sociotechniques et à l'innovation. Cependant, notre objet de recherche se dresse particulièrement fécond pour l'interdisciplinarité – avec notamment les Sciences du Langage ou les Sciences Politiques.

En prenant comme tel l'ensemble des cadrages et délimitations évoquées et à appréhender comme nôtres, il nous semblait en outre important de justifier notre choix de positionnement. La présente recherche se limite à l'observation de l'usage des émojis par le corps politique français. Plus qu'une simple communauté linguistique, la France s'inscrit dans un acabit plus global qui est celui des pays occidentaux. Alors que les émojis sont originellement asiatique, ce choix nous donne de nourrir notre questionnement de recherche, mais aussi l'opportunité de regarder à la fois la circulation d'une nouvelle forme de langage, d'une nouvelle forme d'alphabet qui s'impose plus fondamentalement à notre société contemporaine.

A première vue très présent dans les corpus numériques, et ici spécifiquement dans notre corpus politique, il s'agit d'enquêter et d'analyser l'utilisation d'émojis dans les communications de la sphère politique française sur Twitter. Dans notre société hyperconnectée, où place-t-on et comment entend-t-on la parole du politique ? Quelle forme doit-elle prendre pour être entendue ? Quelle est la place des réseaux sociaux dans la communication du personnel politique ? Que font réellement les politiques sur les réseaux sociaux, et singulièrement sur Twitter ? Comment l'utilisent-ils ? Quels outils utilisent-ils ? Comment construisent-ils leurs propos ? Quel rôle tiennent les émotions dans la communication politique ? Comment est-ce que les sens, les émotions, les opinions qui auparavant étaient

exprimés dans l'interaction in situ sont-ils maintenant véhiculés, quand les politiques sont à distance et derrière un écran ? Comment et quels types d'emojis sont-ils utilisés ? Qu'est-ce que ce nouveau langage dit de la société contemporaine ? Pourquoi ont-ils besoin de ce nouveau langage emoji ? Comment au sein d'une technosphère, une économie émotionnelle se met-elle en place ? Sur quels codes et conventions se fondent les expressions politiques en ligne ? En quoi les dispositifs numériques permettent-ils réellement de produire et de faire circuler des émotions ? Les personnalités politiques françaises ont-elles compris l'importance que Twitter peut avoir ? Ces dispositifs sociotechniques sont-ils déjà pleinement intégrés, digérés, par ces acteurs, ou seulement en voie d'intégration ? Comme les réseaux sociaux, qui a priori ne sont pas des outils politiques, ni d'ailleurs des forums consacrés aux discours politique, sont exploités par diverses personnalités pour leurs besoins propres en terme d'information, de construction d'image, ou encore de rassemblement ? Qui sont les utilisateurs, et les plus actifs ? Les emojis sont-ils des indices pertinents de compétences politiques contemporaines ? Quelle influence, quel impact leurs comptes peuvent-ils avoir ? Assiste-t-on en conséquence à des changements dans les manières de faire la politique et de communiquer de la part du personnel et des institutions politique ? Quel impact les emojis ont sur le propos politique ? Comment la gouvernance politique s'accommode-t-elle de cette évolution ? Les réseaux socionumériques peuvent-ils ou sont-ils déjà devenus un outil supplémentaire de la panoplie du pouvoir politique ? *Stricto census* de cet usage politique des emojis, *cui prodest* ? Ainsi, poser la question de l'emojisation du discours politique, soit l'usage des emojis par les politiques sur Twitter, revient plus largement à s'intéresser et s'interroger sur les transformations du langage politique contemporain.

Nous formulons dès lors diverses hypothèses de travail. Premièrement, l'usage des emojis dans le discours politique rentre dans des logiques explicatives, tels que des aspects genrés, générationnels, scolaires ou encore sociologiques et politiques. Deuxièmement, l'usage des emojis, lié à un langage dit émotif, s'explique par l'essor de la variable émotionnelle dans le discours politique. Ainsi, s'extirpant d'un ancien langage traditionnel, le langage des émotions est un moyen pour la classe politique de répondre aux attentes communicationnelles contemporaine, et notamment aux générations les plus jeunes. Troisièmement, l'usage des emojis est une actualisation de la connue et reconnue « langue de bois politique ».

Sur Internet, la délimitation précise du corps d'observation constitue le critère premier de faisabilité de l'observation ethnographique en ligne. Ce vaste espace offre de multiples occasions de se perdre en navigant de liens en liens, ce qui, contrairement à l'ethnographie

traditionnelle, oblige à un travail de problématisation en amont afin de sélectionner les «lieux» pertinents pour l'analyse. Corpus et outils méthodologiques pour l'appréhender se sont alors construits dans le temps, en suivant les différentes étapes de la construction de notre objet de recherche. La première étape renvoie à la phase d'observation effectuée sur une sélection de pages Twitter. Nous avons choisi d'étudier un groupe en fonction de son usage des emojis. L'intérêt pour les membres du gouvernement actuel convient de notre choix d'analyser ces personnalités de premier plan, afin d'appréhender leur usage des emojis. En vue d'apprécier d'éventuelles différences d'usage entre la majorité et l'opposition, le choix a aussi été fait d'incorporer au corpus d'analyse des sujets majeurs de l'échiquier politique français. Les sujets de l'exécutif étudiés sont ceux en poste depuis le dernier remaniement du gouvernement d'Emmanuel Macron, datant du mardi 16 octobre 2018²⁴. Le gouvernement actuel étant singulier par son aspiration de coalition, cela tient un aspect prépondérant dans notre délimitation de corpus. La promesse d'Emmanuel Macron étant le parti de la société civile, du représentatif, cela nous questionne sur une possible répercussion sur la communication politique. Il est à noter que notre corpus ne prend pas en compte le dernier remaniement de ce gouvernement, daté du 31 mars 2019. Ce qui explique que les membres composant notre corpus d'analyse sont restés de marbre à notre choix initial.

Deux types de comptes étudiés :

- Les comptes personnels des personnalités politiques.
- Les comptes institutionnels des Ministères et Partis.

Sont inclus dans l'étude des comptes :

- Des personnalités de l'exécutif actuel (ministres du gouvernement et Président de la République).
- Des ministères.
- D'autres personnalités politiques issues du baromètre politique.

Au total, 62 comptes ont donc été répertoriés.

²⁴ La liste complète de la composition du gouvernement est à retrouver en Annexe XX.

Les discours sur Twitter, comme sur les réseaux sociaux et le web 2.0 en général, sont difficilement analysables hors de leur écosystème. Nous proposons d'étudier les emojis dans leur contexte d'utilisation, dans notre cas il s'agira de la plateforme Twitter. Le jeu de données Twitter explique notre méthode d'extraction d'emoji. Cela justifie donc notre manière de travailler à partir de capture d'écran, afin de rendre compte au mieux de l'environnement des énoncés et de l'ensemble des phénomènes langagiers et technologiques actifs. Il s'agit d'écritures natives en ligne, de nature composite, qui sont dès lors à appréhender en intégrant pleinement leur dimension technologique, au risque de réduire considérablement l'étude. Nous tirons cet enseignement et ce parti pris du point de vue développé par Marie-Anne Paveau, qui considère en effet qu'il n'est pas possible en contexte de « technodiscursivité » d'extraire les discours numériques des environnements technologiques dans lesquels ils sont produits et reçus²⁵. Bien qu'offrent un premier portrait de l'usage des emojis au sein des médias sociaux par les sujets politiques, cette étude présente certaines limites. L'ampleur de l'étude ne permettant pas de considérer la totalité des comptes Twitter de chaque sujet politique, une sélection a dû être effectuée en se basant sur les hommes et femmes, ou institutions, politique de la sphère politique française.

Afin d'éprouver nos hypothèses, nous mobilisons une méthode d'enquête et d'analyse qualitative. Cette dernière est celle de l'observation ethnographique en ligne sur les réseaux interpersonnels des enquêtés et sur une sélection de pages Twitter de la sphère politique, selon un modèle artisanal d'immersion et de compilation de données. Cette démarche permet de saisir les agencements d'information et de publication opérés par les individus, les modalités de prise de parole autour de l'actualité politique et la dynamique des échanges interpersonnels. Pour ce travail, nous nous sommes, en outre, penchés sur l'apparence matériel des textes étudiés, qui nous renseignent sur l'énonciateur et le public à qui il s'adresse. La matérialité du texte nous renseignant sur sa diffusion, elle peut aussi nous renseigner sur les conditions de sa production et de sa réception. Cette méthodologie quantitative, suivi d'un travail statistique de catégorisation, nous permettra de proposer une typologie de l'usage d'une population donnée, ici le gouvernement et les principaux partis de l'opposition, soit de mettre en lumière et en forme ce qui est découvert de visu. *Nota bene*, avoir comme objet d'étude les emojis implique

²⁵ PAVEAU 2013 « Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique » dans Culture, identité et écriture numérique, Liénard F. (coord), *Epistémé* n°9, Séoul : Université de Corée, pp 139-176.

de collecter et d'observer des interactions numériques de manière à analyser les productions dans leur contexte d'énonciation et dans leur contexte technologique. Dès lors, l'observation en ligne pose un ensemble de questions éthiques à l'observation et à l'archivage de données produites par les individus. Ces questions diffèrent selon que les données recueillies proviennent des pages Twitter des politiques, ou des ministères. L'une des principales limites de notre travail de recherche se rapporte au terrain de recherche que nous avons choisi. En effet, nous disposions d'une capacité d'action limitée sur le cas soumis à l'analyse. La cueillette de donnée était donc tributaire du bon fonctionnement du réseau socionumérique Twitter et de l'accès qui nous était offert tout au long de la période d'observation. Sur le plan méthodologique, la recherche peut aussi présenter d'autres limites que nous avons tenté de dépasser. Nous avons façonné notre travail de données contextuelles qui permettent d'affiner les analyses, et comprendre les pratiques et de cerner de manière plus précise le contexte technologique d'énonciation. Afin d'éviter que le cas étudié n'occupe qu'une fonction « illustrative », nous avons fourni plusieurs éléments de contexte et présenté une description détaillée de notre corpus de données au soutien du présent mémoire. Tentant de percevoir une utilisation plus globale des emojis en politique, en s'intéressant à des supports de communication politiques divers (réunion, affiche, débat), nous avons découvert que les emojis ne s'inséraient que dans la communication électronique des sujets politiques, et non dans sa globalité.

L'exercice de recherche qui va suivre est une démarche en trois temps, une manière de progresser vers un but réflexif sur une société à une période donnée, et les méthodes adoptées elles, ne sont que les mises en forme subjectives et situées de cette démarche. Premièrement, nous étudierons les emojis comme objets contemporains a priori de notre société des émotions. Dans un deuxième temps, nous interrogerons ces derniers par rapport à leurs usages politiques. Pour finir, nous penserons la liaison entre emojisation du discours politique et recrudescence émotionnelle contemporaine.

TABLE DES SIGLES ET ABBREVIATIONS

@ : Arobase.

CEMO /CMO : Communication électronique médiée par ordinateur / communication médiée par ordinateur.

Code ASCII : l’American Standard Code for Information Interchange, plus connu sous l’acronyme ASCII est une norme informatique de codage de caractères apparue dans les années 1960.

RT : retweet

TIC : Technologies de l’Information et de la Communication

URL : formé par les initiales de l’anglais « Uniform Resource Locator », littéralement « localisateur uniforme de ressource », désigne le nommage uniforme d’une ressource localisée.

Web 2.0 : l’évolution du Web vers l’interactivité à travers une complexification interne de la technologie mais permettant plus de simplicité d’utilisation, les connaissances techniques et informatiques n’étant pas indispensables pour les utilisateurs.

Notes : les captures d'écrans, tableaux, courbes, statistiques ont été réalisés par l'auteure.

PARTIE 1 – Les emojis et la notion d’émotion dans la société contemporaine.

Dans cette première partie, nous considérerons l’emoji comme une construction langagière atypique, mais typique de l’ethos communicationnel de nos sociétés contemporaines. Se dressant comme un véritable système de communication, celui-ci nous allons le voir, tend vers un inédit régime émotionnel. D’une simplicité langagière, l’emoji se trouve être traversé par des problématiques bien plus complexes qu’il s’en donne l’air. En s’attardant sur des enjeux autant formels que substantiels, il s’agit d’appréhender in extenso notre dispositif communicationnel contemporain en terrain numérique.

Chapitre premier : Les emojis, un phénomène évidemment social

« *Les émotions sont des jugements que l'on porte sur le monde* »²⁶

Paperman Patricia

Ab origine, notre époque a fait apparaître une prédominance sensible et émotionnelle indéniable. Avec la nouvelle donne du numérique, nous connaissons des rituels d'échanges contemporains qui rendent visible un véritable empire des émotions. L'un des symboles les plus visibles de l'invasion de l'espace public, particulièrement dans nos communications, par l'émotion est le phénomène grandissant des emojis. Cependant il semble important de penser que derrière les usages, il y a toujours des formes de vie. C'est donc ce que nous allons questionner et analyser.

Paragraphe A – L'ethos de l'icône-orale du contemporain.

Lorsque l'on sait près de 10 milliards d'emojis sont envoyés chaque jour, nous ne pouvons que les associer à des objets infraordinaire. Prenons pour définition de ces derniers, celle de Georges Perec : « *Ce qui se passe vraiment, ce que nous vivons, le reste, tout le reste, où est-il ? Ce qui se passe chaque jour et qui revient chaque jour, le banal, le quotidien, l'évident, le commun, l'ordinaire, l'infra-ordinaire, le bruit de fond, l'habituel* » (Perec, *L'Infraordinaire*, 1989). Dès lors il semble important de porter nos questionnements sur la place et la puissance qu'occupent les emojis contemporanément, et d'agir en conséquence. Quel est l'espace contemporain des émotions ? Se demander ce que veut dire un objet, c'est avant tout

²⁶ PAPERMAN, Patricia, « Les émotions et l'espace public », *Quaderni*, la revue de la communication, numéro 18, automne 1992, les espaces publics, p 93 à 107.

se poser la question de son essence, de sa circulation et de ses usages. Les emojis sont des objets, aspirant former une langue, qui est somme toute réflexive, et nous fait réfléchir sur la parole, et le dire contemporain. Avec les emojis, les émotions bousculent les frontières de l'intime et du social, elles sont données à voir, à lire, à discuter, à évaluer dans l'espace public.

Les emojis ponctuent les messages en exprimant des sentiments, mais aussi des objets, voire des concepts. Chacun d'entre eux est une définition d'un concept, d'un acte, d'une idée, ou émotion. Le sens de concentration de ces inédites images permet de véhiculer des expressions et tonalités dans un format très réduit. Le subjectif de nos discours a trouvé, par ces petits pictogrammes haut en couleur, une nouvelle illustration. Contemporainement, nos émotions sont modélisées informatiquement, mais aussi médiatisées, dans des mises en scène de notre récit toujours plus interactive, et dans des espaces de production numériques toujours plus nombreux. Ce pouvoir narratif de nos interfaces de communication, repose sur « *l'intelligence émotionnelle* »²⁷ (Peter Salovey et John Mayer). Les emojis se sont dressés comme un langage façonné par les usages. Ils ont instauré d'inédits rituels, et d'inédites croyances. Rappelons les caractéristiques, dévoilées par Serge Proulx²⁸, de la situation de CMO : le corps n'est plus indispensable, l'ancrage et la présence physique ne sont plus nécessaires et le temps de la communication peut être différé. L'écriture en ligne n'a pas les indices non-verbaux présents dans la communication en personne, qui fournissent des informations contextuelles supplémentaires sur l'énoncé comme l'intention ou l'état affectif du locuteur. Pour combler ce vide, un certain nombre de caractéristiques orthographiques, comme les emojis, sont devenues populaires²⁹. Les gens changent donc d'écriture, par l'utilisation d'orthographe non-standard tel que les emojis, pour s'exprimer en ligne.

En palliant au non relief et à la froideur des communications électroniques, leur but premier, les emojis ont fait resurgir un certain ethos de l'oralité dans la société contemporaine. Ils ont permis d'enrichir ce nouveau type de communication. Les emojis sont devenus un moyen de transmettre le ton et le contexte non-verbal de nos textes. Enseignante-chercheuse en linguistique-informatique, Rachel Packhurt déclare que ce nouvel objet de sens vient : « simuler des formes qui pourrait s'apparenter à des interjections, des onomatopées, ou des néologismes

²⁷ L'intelligence émotionnelle (IE) est un concept qui réfère à la capacité de reconnaître, comprendre et maîtriser ses propres émotions et à composer avec les émotions des autres. Elle est proche du concept d'intelligence sociale.

²⁸ PROULX, Serge. *La contribution en ligne. Pratiques participatives à l'ère du capitalisme informationnel*. Direction de l'ouvrage avec J.L Garcia et L. Heaton, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2014, 276p.

²⁹ PAVALANATHAN, Umashanthi, EISENSTEIN, Jacob. « Emoticons vs. Emojis on Twitter: A Causal Inference Approach ». *School of Interactive Computing, Georgie Institute of Technology*, 2015, p1.

comme « LOL ». Ils viennent simuler l'oral, introduire du non-verbal et ajouter de l'expressivité. Ils servent à renforcer par rapport au contexte, orienter vers une interprétation du message lorsque le contenu est ambigu, ou introduire une information absente »³⁰.

Les emojis recouvrent les fonctions qu'ont le non-verbal et le paraverbal dans la communication en face-à-face, et sont des indications non-verbales du manque d'indice non-linguistique dans la communication électronique³¹. Cette hypothèse est tirée de la littérature sur la communication non-verbale. Yus et Marcochia s'accordent aussi à dire que la fonction première de l'emoji est de jouer à l'écrit le rôle que jouent, lors d'interaction en face-à-face les mimiques faciales. En effet, les emojis sont, dans une certaine généralité d'utilisation, les symboles figuratifs des mimiques faciales. Ils renvoient ainsi à la liste des émotions fondamentales largement acceptée et établie par le psychologue Ekman dans son prisme d'expression universelle des émotions. Ils renvoient à ce que l'oral a de plus spécifique : sa multimodalité et l'importance qu'ont le non-verbal et le paraverbal dans la production et la réception des énoncés oraux. Ce nouvel objet de communication est une façon de combler un manque, un manque de contact personnel principalement (Hiltz et Turoff 1982). Les emojis fonctionnent sur ce que l'on peut appeler un mode iconique. Ils imitent dans leur forme graphique des choses que l'on repère grâce à notre perception visuelle. Nos communications électroniques éliminant les repères visuels, tels que le hochement de tête, les expressions du visage, la posture et le contact visuel, les écrivains électronique incorporent des emojis comme « signaux visuels pour augmenter la signification des messages électroniques textuels » (Rezabek et Cochenour 1998, pp 201-202). En cela, en communication interpersonnelle électronique, les emojis vont compenser l'absence du geste et la « coabsence des interactants »³². L'analyse nous amène à interroger le poids et la charge sémantique des emojis. En effet, ce n'est pas parce que le corps est absent, que les émotions et la subjectivité du scripteur s'évaporent. Ses affiches graphiques se présentent comme substituts d'indices non-verbales du communicant. Pour ce qui est des emojis « face », l'expression faciale est alors perçue comme synonyme de l'émotion ressentie par le locuteur³³. La communication en ligne oblige nécessairement à surinvestir d'autres

³⁰ Cité dans CIMELIERE, Olivier. "Emojis : régression de la communication ou variation du langage ? », In : Le Blog du Communicant, 15/06/15.

³¹ SCHNEEBELI, Célia. The Interplay of Emoji, Emoticons, and verbal modalities in CMC: A Case study of YouTube comments 2017, Nov 2017, Neuchâtel, Switzerland, p2.

³² LARDELLIER, Pascal, LIENARD, Fabien, BELLENGER, Clément. « Des émoticônes à « l'hyper-ception ». Les modalités « technico-relationnelles » de l'expression des émotions en situation de communication interpersonnelle électronique ». Revue de synthèse à orientation sémiologique, Helbo, 2014, « Sémiotique des émotions » p11.

³³ SCHNEEBELI, Célia, op.cit. p4.

vecteurs de sens³⁴. Avec l'emoji, l'émotion est inscrite dans le matériel iconique. Les emojis, se dresse comme des outils pour singer un face-à-face avec de l'écrit. Philippe Hert parle de la « notion de quasi-oralité de l'écriture »³⁵. L'introduction des emojis dans nos communications est un potentiel changement radical dans l'écriture en ligne, grâce à cette reprise graphique de la sémiotique gestuelle, de ces gestes communicatifs propre à l'oral. Les scripturaux de l'ère numérique sollicitent d'autres canaux, pour oraliser mentalement et réinvestir les messages. Les emojis ne peuvent être qu'écrit, ils n'existent que par l'écriture. Ils révèlent donc par l'écriture ce qui est à l'oral le langage para-verbal, la gestuelle³⁶. Ne pouvant donc en aucun cas procéder dans l'oralité, les emojis prennent place dans les communications électroniques, les prises de parole, les échanges quasi-simultanés, puisque les conditions pragmatiques de ce type de conversation se rapprochent des conditions de l'oral. Cependant, contrairement à l'oral et sa communication non-verbal, les emojis sont considérés comme plus « délibérés et volontaires »³⁷. Les emojis sont à libellés comme des éléments délibérément codés de la communication intentionnelle, ce qui est rarement le cas du non-verbal. Ainsi en changeant le langage, c'est aussi les relations entre les individus qu'ils ont bouleversés. Avec un emoji, plus besoin de rentrer dans des explications, dans du texte pour réagir. Cela se fait par une image, attribut d'une émotion, d'un sentiment, somme toute d'une subjectivité. Les expressions subjectifs et émotionnelle via les emojis fournissent des informations sur les états mentaux de l'individu (intention, sentiment, croyance, désir), et permettent ainsi les ajustements interindividuels et la coordination avec autrui³⁸.

Du même coup, ces formes de simulation du non-verbal et du paraverbal dans les communications électronique peuvent être vues comme des preuves de l'importance de ceux-ci dans la communication et l'organisation des groupes réels comme virtuels³⁹. Les expressions faciales constituant des indices privilégiés des états émotionnels (Ekman 1989), nous

³⁴ LARDELLIER, Pascal, LIENARD, Fabien, BELLENGER, Clément, op.cit, p18.

³⁵ HERT Philippe. « Quasi-oralité de l'écriture électronique et sentiment de communauté dans les débats scientifiques en ligne ». Réseaux, volume 17, n°97, 1999. Internet, un nouveau mode de communication ? p 213.

³⁶ HALTE, Pierre. Les marques modales dans les chats : étude sémiotique et pragmatique des interjections et des émoticônes dans un corpus de conversations synchrones en ligne (En ligne). Thèse de doctorat en Science du langage. Luxembourg, Université du Luxembourg et de Lorraine, 2013, p,226.

³⁷ WALTHER, Joseph B, D'ADDORIA, KYLE P. "The Impacts of Emoticons on Message Interpretation in Computer-Mediated Communication". Rensselaer Polytechnic Institute, Social Science Computer Review, Vol 19, Sage Publications 2001, p 329.

³⁸ GAUDUCHEAU, Nadia. « La communication des émotions dans les échanges médiatisés par ordinateur : bilan et perspectives ». Bulletin de Psychologie, tome 61, p3.

³⁹ MARCOCCIA, Michel. « La représentation du nonverbal dans la communication écrite médiatisée par ordinateur », Communication et Organisation, p1.

reconnaissance dès lors la dimension sacrée de la face comme paramètre fondamental de l'interaction numérique⁴⁰. La théorie du renforcement des indices sociaux (Walther 1996) va dans ces sens. L'hypothèse est que l'absence d'indices non-verbaux perturbe la communication mais ne l'empêche pas, les individus chercheraient à réduire l'incertitude sur autrui et à établir des relations intimes, même si le média est peu propice. Ils vont donc adapter leurs comportements langagiers et développer des stratégies pour représenter la dimension sociale et relationnelles : d'où l'utilisation dans le cas contemporain des emojis. Cependant, nous ne sommes pas sans penser à la complexité de cet objet emoji, qui parfois peut être plurifonctionnels et polysémique, et qui donc n'est pas aussi évident qu'il n'y paraît.

Paragraphe B – La fantasmatique langue universelle

Langage d'Internet, les emojis ont de par leur descendance, la même aspiration d'universalité. A travers le prisme de la technologie se lisent des valeurs plus générales. La question arrive donc très rapidement, le parler emoji est-il une route vers la standardisation de la parole ? Quid de la standardisation de la parole politique ? En effet, le principal atout des emojis semble être l'universalité. Ceux-ci s'appuient sur le précepte : « une image vaut mille mots ».

Notre relation face aux images n'est pas stricto sensu contemporaine. Il n'est pas rare que les emojis soient comparés aux hiéroglyphes, et inscrits comme une continuité presque historique de ces derniers. Notre attitude devant les images est profondément marquée par le double excès – de survalorisation, de dévalorisation – dont les emojis font elles-mêmes l'objet. D'un côté, les images seraient le lieu épiphanique de nos émotions les plus intemporelles : on sympathise, on se pâme devant certaines images, on s'exclame et on s'empathie devant leurs cris silencieux, façon d'oublier, bien souvent, la pensée qu'elles construisent avec méthode. D'un autre côté, les images seraient le lieu obscurantiste de nos émotions les plus inavouables : on se méfie, on se détourne de certaines images, on proteste devant. En ayant ceci en mémoire, il reste que selon un certain imaginaire ce que l'image a de moins que le texte, c'est la barrière de la langue. Il est indéniable que l'emoji par sa nature s'attaque aux barrières du langage. Ainsi il est évident

⁴⁰ LARDELLIER, Pascal, LIENARD, Fabien, BELLENGER, Clément. « Des émoticônes à « l'hyper-ception ». Les modalités « technico-relationnelles » de l'expression des émotions en situation de communication interpersonnelle électronique ». Revue de synthèse à orientation sémiologique, Helbo, 2014, « Sémiotique des émotions » p13.

que des fantasmes l'universalité investissent les emojis, à l'instar de ce qui a déjà nourri le récit biblique de la Tour de Babel par exemple ou l'Espéranto dans un tout autre sens. Les emojis se dressent donc comme la rencontre entre deux imaginaires : une langue universelle sur un terrain accessible à tous, Internet. Concernant le statut de langue ou non des emojis, il ne s'agit pas ici de trancher sur cette question, non pas par manque de données ou d'idées, mais parce que nous considérons qu'elle n'est pas la bonne à être posée pour réellement comprendre les enjeux que portent les emojis en eux.

André Gunthert présente les emojis comme « un code universel, compréhensible à travers le monde entier » à un moment où l'image accède à « l'universalité d'un langage »⁴¹. Certes les emojis sont faciles à lire, car ils sont les *fac-similés* d'objets connus de tous, mais il y a un mais. Sans mots les emojis dépassent les barrières linguistiques ; les mêmes icônes sont utilisés partout dans le monde et deviennent ainsi un moyen de communication compréhensible à l'internationale, mais l'universalité n'est pas toujours au rendez-vous. Avec les emojis, le règne de la fausse interprétation est élevé. Ceci pose alors la question de l'universalité des images, et donc des emojis. A priori notre perception visuelle peut être dite universelle, c'est-à-dire que nous allons tous reconnaître un visage, mais culturellement les interprétations diffèrent. Ce langage visuel se trouve indéniablement plus facilement compréhensible, mais il n'est pas pour autant universel. Nous n'avons pas tous le même rapport aux images, ni la même manière de les saisir. La vision du monde des emojis se présentant comme celui de l'objectivité, et de l'universalité est donc à questionner. Dans son écrit, Walther explicite le fait que malgré une familiarité généralisée avec ces symboles, un quasi-consensus est fait sur leurs valeurs sémantiques et une spéculation quasi-universelle selon laquelle ils fonctionneraient.

Evoquons maintenant l'aspect d'universalité des emojis à travers les significations de ce qu'ils donnent à voir et à communiquer. Objet, idée ou encore émotion, les emojis étendent leur pouvoir de signification en de larges proportions. Stark et Crawford s'accordent pour dire que les emojis, dans leur potentiel créatif, se destinent à normaliser et à capitaliser⁴². Les emojis sont des idéogrammes contraints à une taxonomie. Prenons l'exemple des emojis « face », dès l'inclusion de ces emojis au sein des claviers des terminaux, cela questionne la taxonomie des sentiments, ou encore l'idée de normalisation émotionnelle. Cela soulève là aussi, le paradoxe

⁴¹ BOURGOIS, Raphaël et CHALANDON, Mélanie. *Parlez-vous l'émoticône ?* Diffusée le 28/07/2017 sur France Culture.

⁴² « For all their creative potential, emoji were intended to normalize and then capitalize on the collective strength of affect in human social relations online » (Stark & Crawford, p 4).

de l'émotion, entre l'individu et le collectif⁴³. Le set d'emoji semble donc se dresser comme une base générique d'émotions utilisables en situation de communication numérique. Stark et Crawford évoquent les emojis comme lisseur des « aspérités humaines »⁴⁴.

La question de la normalisation, de l'universalité des émotions pose une autre problématique. Comment penser, à l'heure du numérique, les émotions entre nature et culture ?⁴⁵ A longtemp décollé l'idée que les émotions ne relevaient pas de la société mais de la seule nature humaine, cantonner à des provinces naturelles ou biologique de l'expérience humaine⁴⁶. Ceci est contemporainement et par des biais numériques rendu complètement caduque. L'essor des emojis est l'illustration de la captation des émotions, individuelle comme collective, par des plateformes numériques globales. Entre langage et expérience, les caractéristiques des emojis que nous venons d'évoquer font d'eux des outils d'échanges et de communication très puissants. En piochant dans une taxonomie de sentiment, d'idée, de concept, l'usage des emojis par la classe politique pose la question de l'internationalisation du langage politique. Cette base générique de la communication numérique, censément universelle, mais socialement et culturellement construite, s'avère être une inédite formulation de puissance et d'autorité pour les sujets politiques. L'usage politique de ces outils est à recentrer dans un désir de neutralité, et de langage universel, incarnant le web à sa manière. Cependant les standards contiennent en eux une mythologie d'objectivité, c'est-à-dire que nous pensons qu'ils ont été déterminés de façon rigoureusement scientifique et sans considérations sociales et subjectives. Il n'en est rien. L'idéal démocratique langagier et linguistique que portent ces objets est à questionner. La propriété pictographique des emojis simule une évidence sémantique, mais les a aussi chargés d'enjeux et problématique inédites. Les emojis sont des objets instables et mouvants, sans cesse redéfinis, des réceptifs pouvant accueillir en eux une polysémie. Médium de communication contemporain, ils portent en eux un risque constant d'incompréhension et de mésinterprétation, qui nous révèle que les images ne sont pas forcément plus compréhensibles et universelles que les mots.

⁴³ DELUERMOZ Quentin, FUREIX Emmanuel, MAZUREL Hervé et OUALDI M'hamed. « Écrire l'histoire des émotions : de l'objet à la catégorie d'analyse », *Revue d'histoire du XIXe siècle*, p8.

⁴⁴ « As a genial and widespread vernacular form, emoji now serve to smooth out the rough edges of digital life (Stark & Crawford, p 1).

⁴⁵ DELUERMOZ Quentin, FUREIX Emmanuel, MAZUREL Hervé et OUALDI M'hamed, op.cit, p 3.

⁴⁶ Idem, pp 3-5.

Paragraphe C – La bataille socialo-culturelle

D'abord japonais, les emojis doivent pourtant leur succès retentissant aux américains. Aujourd'hui l'emoji est un objet qui se déploie sans contexte dans la mondialisation. Ils sont donc depuis leur jeunesse liés à d'importants enjeux culturels, d'intelligibilité du monde commun contemporain. Les emojis ont beau avoir la prétention, ou être enveloppés de l'imaginaire d'une langue universelle, leurs usages dépendant des pays. Certains pays utilisent plus les emojis que d'autres, dominant ainsi la construction et l'évolution de ce langage, bien qu'une instance supérieure les dépasse toujours. Même si leur utilisation et compréhension sont internationales, à l'analyse du set actuel d'emoji, il est indéniable que les emojis sont loin d'être généraux. On reconnaît par exemple, au sein des emojis nourriture une prédominance de nourriture japonaise (sushi, bol de riz, etc) ou américain (frite, pancake, etc). A travers des sujets d'apparence frivoles et anodins comme des emojis de nourriture, la question est en fait : qu'est-ce que l'on définit comme nourriture, comme essence et représentation habituelle de la nourriture, à des milliers de personnes d'origines différentes ?

Indéniablement, les emojis sont le terrain de jeu d'influence et de domination culturelle pour les nations. C'est une bataille plus fine qui se joue, celle de la culture. Le soft power. Ainsi imposer sa culture et son système de valeur au sein du set d'emoji mondialement commun est devenu primordiale. Les emojis ne sont pas présentement en nombre décidé et limité, ceci parce que la langue qu'il aspire former n'est pas morte mais bien vivante et en constante évolution. Concernant les emojis, chaque utilisateur est libre d'envoyer sa suggestion à Unicode. Les emojis forment donc un langage performatif, où les éléments s'enrichissent en permanence, aussi bien sur la forme que sur le fond. Se sentir acteur d'un objet trivial semble intéressant. Une circulation constante, des usages, des mises en pratique n'ont de cesse d'enrichir un langage, de nouvelles couches chaque fois plus complexe, car les emojis ne sont jamais supprimés. Le set d'emoji conserve donc la société telle qu'elle a été et s'actualise sans cesse. Faire inscrire ces emojis dans un set, c'est changer la norme. Cela renvoie à des tentations de légitimité et d'autorité. Il s'agit d'un jeu de code fermé : nombre d'emojis est limité, soit vous y êtes, soit vous n'y êtes pas. Ce qui est vu ou non détermine la norme, voilà pourquoi les emojis à leur échelle sont l'illustration de ces minorités qui tentent d'apparaître dans l'espace public. Les emojis sont devenus une forme de cryptographique communautaire en constante évolution (Jenna Wortham 2013). Les derniers ajouts d'emojis qui illustrent ces propos, sont par exemple les emojis couple homosexuel pour refléter la diversité de notre société, ou la déclinaison de

visages en cinq carnations de peau pour nuancer les couleurs des emojis, afin de représenter les minorités. Culinairement, c'est l'emoji tacos qui a fait grand bruit pour faire son entrée dans le set Unicode. Outre ceci, il reste que l'emoji « face » actuel reflète une vision de la culture qui reste très étroite, principalement blanche et hétérosexuelle. Stark et Crawford évoque le « Conservatism of emoji »⁴⁷, ce qui nous renvoie un à un certain logocentrisme et ethnocentrisme. Une fois entré dans Unicode, les emojis deviennent un standard. Il ne paraît donc guère étonnant que cette nouvelle forme de légitimité ne soit pas autant convoitée. Les emojis conviennent d'un nouveau langage dit sociétal. Ils disent quelque chose de notre actualité. En ne cessant de s'améliorer, de s'intensifier, soit de coller de plus en plus aux problématiques contemporaines, les emojis se dressent comme de véritables éponges de la société, et de ses problématiques actuelles. Leur rôle est crucial dans l'évolution des mœurs par exemple. Le sociétal prend ici place au sein même du langage. Ce dernier doit refléter la complexité de notre société. Selon Ben Medlock, les emojis forment un « miroir culturel ». Comme le souligne Hall, dans *La dimension cachée*, aucun aspect de la vie humaine n'échappe à l'emprise de la culture, qu'il s'agisse de la personnalité, de la manière de s'exprimer, de penser, de gérer, etc. Les emojis révèlent dès lors l'importance du culturel comme base pour communiquer efficacement sur les réseaux sociaux en ligne. Cependant nous ne pouvons passer outre d'indéniables limites culturelles des emojis⁴⁸. Les perceptions culturelles changent la sémiotique de chacun des emojis, quand bien même le discours emojis écarte nécessairement tout ce qui n'est pas symbolisable, iconisable. Les emojis ramènent la diversité à ce qui est symbolisable et visuellement possible. L'inédit crédit donné aux emojis vient de l'engouement formidable provoqué dans toutes les franges de la population, de leur puissante capacité mobilisatrice. Illustration d'un parler populaire, les emojis sont aujourd'hui repris par le langage politique, sous-tendant différents enjeux.

⁴⁷ « Le conservatisme des emojis » Stark & Crawford, p8.

⁴⁸ PARK, Jaram, FINK, Clay, BARASH, Vladimir, CHA, Meeyoung. "Emoticon Style: Interpreting Differences in Emoticons Across Cultures". Proceeding of the Seventh International AAAI, Conference on Weblogs and Social Media, 2013, p466.

Chapitre 2 : Les emojis, un nouveau langage iconique.

« Le fonctionnement et le statut de l'écrit sont modifiés en profondeur par la communication électronique ; celle-ci introduit une nouvelle gestion de l'espace et du temps et développe la variation dans le système et les usages graphiques ; les relations entre l'écrit et l'oral en deviennent beaucoup plus complexes »

Jacques Anis (2003)



Dans l'histoire des images, les emojis sont les icônes contemporaines nées pour épurer la langue, et pallier à une certaine lourdeur d'expression des communications électroniques. Mais ne nous y trompons pas, ils ne sont ni la première, ni la seule façon d'exprimer une émotion dans un texte, même court. Nous allons le voir, les emojis sont, outre ceci, une clé de la communication textuelle électronique. Il apparaît donc que les emojis viennent d'une difficulté à communiquer avec les moyens fournis par les médias informatisés, à un besoin de nuancer ou d'explicitier une communication quasi instantanée et succincte. Parce que les emojis sont des pictogrammes, ils portent en eux l'idée, que leur signification est directe et sans médiation, qu'ils rendent présent et visible le locuteur presque autant que le ton de sa voix. Dans cette partie, il s'agira d'analyser l'iconologie des emojis, l'ensemble des sens et croyance qui se dégage de ses images.

Paragraphe A – L'expansion de l'image au sein de l'écrit.

Si le discours se visualise, c'est également pour répondre au règne de l'instant. On écrit comme on parle, dans l'urgence, avec brièveté, à flux tendu. On twitte, à titre d'exemple, en ne dépassant pas les cent quarante signes imposés. Les formats discursifs numériques allient les contraintes de l'écrit à la spontanéité, à l'immédiateté de l'oral. Les emojis viennent créer du sens au-delà des mots, et simuler l'oral. Ils augmentent la langue, ou du moins l'usage de celle-

ci. Une véritable extension. Ils sont utilisés non seulement pour ponctuer des phrases écrites dans nos langues respectives, mais aussi pour remplacer des mots entiers. Ces petits signes cabalistiques, souvent comparés aux hiéroglyphes, nous font réfléchir sur la parole : ici association de signes iconiques au langage linguistique. Ils sont un phénomène qui en dit long sur notre société. L'expansion vers l'image se fait au sein du récit. Pour Anne Dalsuet⁴⁹, le phénomène de l'hyperécriture dont se plaignait déjà Racine en son temps est accentué par la plasticité de la langue et le dispositif des réseaux contemporains.

Tableau 1 : Typologie des procédés langagiers au sein de l'écriture électronique ⁵⁰

PROCEDES	DEFINITION	EXEMPLES
Abréviation	Conservation du squelette consonantique	Slt Tjrs
Troncation	Disparition d'une partie du signe linguistique	Commen Bib
Siglaion	Conservation de lettres initiales d'une suite de signes	LOL BU
Notation sémio-phonologique	Forme scripturale faite de contractions, néologismes, phonèmes, chiffres et autres symboles	2m1 @+
Ecrasement de signes	Réalisation d'un énoncé en un seul signe linguistique	Ouesketé Comantuva
Emprunts	Le signe d'une autre langue remplace le signe attendu	Now Kiffe
Répétition de signes	Reflète le degré d'implication et d'émotion	??? Mdrrrrr
Emoticônes	La combinaison de signes de ponctuation permet de représenter des « figures »	:) :-(
Emojis	utilisation d'image graphique représentant une émotion, un personnage ou une action	 

La langue électronique adopte souvent des termes d'argot, des acronymes, des interjections, des abréviations, des ellipses, des surponctuations, et bien entendu des emojis ; ce qui confectionne une langue exagérément expressive et synthétique mais fonctionnelle. Ceci permet de concentrer le sens en amplifiant l'impact. Ainsi naît ici l'un des enjeux qui portent les

⁴⁹ - DALSUET, Anne. *T'es sur Facebook ? Qu'est-ce que les réseaux sociaux changent à l'amitié*. Paris, Edition Flammarion, 2013, 128p.

⁵⁰ Tableau d'analyse tiré de la typologie de Fabien Liénard (2014).

utilisations par le corps politique. C'est mots-images sont les illustrations nouvelles de la variété qui convient de l'écriture électronique⁵¹. Simple complément au langage, car n'étant pas une abstraction, l'emoji est une écriture en plus, où l'on vient mêler les mots et les images. Les emojis incarnent un nouveau vernaculaire visuel. Ces images stylisées, ne sont pas juste des images. En affirmant leur caractère transécranique, en étant composées d'agencements de signes, d'images et de textes, les communications usant d'emojis se trouvent être porteuses de bien plus que de simple images⁵². Langage et image à la fois, les emojis ne sont pas là pour remplacer les lettres, les mots, quoique cela leur arrive occasionnellement, c'est un autre mode et niveau de lecture. On en vient à indifférencier l'iconique et le scriptural, l'image et le texte. Les emojis augmentent la langue, ou du moins l'usage de celle-ci.

Assimilé possiblement à d'autres méthodes orthographiques antérieures, les emojis prennent place dans ce que Klinkenberg nomme la « rhétorique de la deixis »⁵³. Traditionnellement, on appelle déictiques des signes linguistiques dont le référent n'est identifiable qu'en tenant compte des conditions particulières de la situation de communication : le lieu, le moment, les acteurs⁵⁴. Ce parallèle effectué avec la notion de déictique nous amène à évoquer les travaux de Birdwhistell sur la kinésique. La catégorisation kinésique semble totalement être significative au regard de l'icônisation du discours effectué par les emojis, véritable palliatif à l'absence du locuteur dans la communication. En effet Birdwhistell distingue :

- **Les gestes déictiques** : désignant un référent présent, et qui peuvent être associé à l'usage même des emojis. En employant des emojis, en subjectivant son discours, le sujet politique rend compte de sa présence, voire de sa singularité. L'usage des emojis drapeaux » est aussi significatif de cela. En utilisant un emoji « drapeau français », le politique informe sur le référent de la parole, soit lui, comme sujet politique français.
- **Les gestes iconiques** : mimant l'objet ou l'action, et qui peuvent être associé à l'emploi d'emoji représentant des objets. L'utilisation de l'emoji « Balance de Thémis », le sujet politique tente d'informer l'interlocuteur par un choix de symbolisation de la justice.

⁵¹ LIENARD, Fabien. *TIC, Communication électronique écrite, communautés virtuelles et école*. ELA, Etudes de linguistique appliquée, 2012/2 n°166, p 148.

⁵² ALLARD, Laurence. « Images au numérique. Vers un nouveau rapport aux images ». In : Passeurs d'images, 14/12/12.

⁵³ KLINKENGERG, Jean-Marie. « La relation texte-image. Essai de grammaire générale ». Groupe µ, UCL, salle Oleffe, Halles universitaires, 28 janvier 2009.

⁵⁴ Idem, p13.

- **Les gestes connotatifs** : exprimant les sentiments éprouvés par le sujet ou provoqué par l'objet. En utilisant un emoji sourire, les sujets politiques informent leur interlocuteur de leur état d'esprit, et de leur subjectivité.
- **Les gestes purement arbitraires.** Ici nous pouvons évoquer l'utilisation, par les politiques, d'emoji dits « symboles » qui renvoient notamment à une utilisation de ces signes comme signalisation graphique, modulation et agencement du discours politique.

Informant de la présence du locuteur, les emojis se retrouvent être le signe parfait de la subjectivité de la communication politique à l'ère de la communication numérique. Tout se passe comme s'il y avait une sorte de déplacement. Ce qui équivaut aux gestes, au ton de la voix, aux mimiques du visage de l'oral, toutes ces informations sont transposés dans la communication informatisée sous la forme d'emoji. L'emoji rend visible et iconique en communication électronique, ce qui l'était en face-à-face. Les emojis viennent remplacer les syllinguistiques ou coverbaux, ces gestes et mimiques associés au discours verbal pour l'illustrer (dit illustratifs), le connoter (dit expressifs) ou renforcer et/ou souligner certains traits (dit paraverbaux)⁵⁵. Ce qui prévaut au sein du set d'emoji, ce sont les emojis que l'on pourrait qualifier de pictomimiques, c'est-à-dire qui schématisent la forme du référent locuteur. La communication humaine totale utilise un ensemble d'éléments verbaux et non verbaux passant par différents canaux : auditif, visuel, olfactif, tactile, que la communication électronique avec ses contraintes contemporanise. Ainsi nous le comprenons assez aisément, les emojis pouvant être qualifié d « humano-signifiant » sont indéniablement majoritaires dans le set d'emoji. Le set d'emoji rend compte à lui seul de l'importance du corps et de sa cartographie à l'heure de nos communications numériques.

Ainsi, les parties du corps impliquées et représentées par les emojis sont variées, mais deux dominant en fréquence :

- La face, pour les connotations affectives.
- Les mains et les membres supérieurs, pour les informations « opératoires », les prises de position évaluative, ou approbation.

⁵⁵ COSNIER, Jacques. « Communication non verbale et langage », Psychologie Médicale, 1977.

Cependant, notons que dans de nombreux cas, il y a une combinaison de plusieurs éléments. En effet, la mimogestualité et son actualisation ici à travers la coexistence texte et emoji, nous fait part de l'idée du corps comme « langue naturelle »⁵⁶. Le pouvoir de signification de la communication gestuelle est prégnant dans l'utilisation d'un certain type d'emoji par le corps politique. Ceci est à comprendre comme l'illustration de l'universalité et de la transparence des langages gestuels. Dans son travail, Cosnier nous apprend que les fonctions et la nature des phénomènes non verbaux dans la communication humaine sont encore très peu connues, bien que leur existence et leur importance soient signalées⁵⁷. En rendant perceptible et visible cette communication corporelle au sein de la communication numérique, l'emoji rend compte d'un inédit phénomène langagier, caractérisant ce nouveau type de communication interpersonnelle. En effet, les emojis sont à considérer comme faisant partie intégrante de l'énoncé et appartenant même au technodiscours produit par la situation numérique⁵⁸. Après avoir envahi tous nos écrans, les emojis ont évolué et sont devenus cliquables. Les emojis sont des boutons, sur lesquels nous choisissons de taper, dans le but qu'il nous représente. Actuellement, l'utilisation de ces mots-images est si répandue et normée, que de plus en plus de claviers en sont venus à proposer une autocomplétion en emojis. En effet, l'application de communication avance automatiquement pour chaque message un emoji lié au contenu du message. La présence de l'emoji est devenue une affaire système. L'image entre en signification par le texte, et nous allons le voir maintenant, l'image entre dans une véritable communication avec le texte.

Paragraphe B – La relation texte-image.

Notre langage ne peut être indifférent à la logique de digitalisation qui prend actuellement place dans notre société. L'avènement des emojis dans nos communications nous oblige à repenser d'une certaine manière la relation texte-image. Dans son *Essai de grammaire générale* (2009), Jean Marie Klinkenberg écrivait « Depuis l'invention de l'écriture, il est rare que l'image aille sans le texte et, aujourd'hui, de plus en plus rare que le texte aille sans

⁵⁶ COSNIER, Jacques. « Communication non verbale et langage », *Psychologie Médicale*, 1977, p2044.

⁵⁷ Idem, p 2033.

⁵⁸ LARDELLIER, Pascal, LIENARD, Fabien, BELLENGER, Clément. « Des émoticônes à « l'hyper-ception ». Les modalités « technico-relationnelles » de l'expression des émotions en situation de communication interpersonnelle électronique ». *Revue de synthèse à orientation sémiologique, Helbo*, 2014, « Sémiotique des émotions » p14.

l'image »⁵⁹. Nombre de recherches universitaires, dont l'exemplaire étude fondatrice de Barthes sur la *Rhétorique de l'image* en 1964, établissent la relation privilégiée qu'entretiennent le texte et l'image, la linguistique et le visuel. A noter que nous considérons le terme d' « image » dans un sens très large, c'est-à-dire comme « forme significative perceptible dans l'instant minimum de vision » (Bertin 1967).

Klinkenberg esquisse dans son écrit une grammaire de l'interaction verbo-iconique. Il s'agit ici de s'approprier cette méthodologie quant à notre présent sujet. En effet, les objets d'études que constituent les tweets des politiques, sont à comprendre et analyser tels des énoncés dits scripto-iconiques. Il y a en eux une interpénétration des signes de deux sémiotiques, que rend possible leur caractère spatial partagé. Il s'agit de mener une analyse à la fois syntaxique, sémantique et pragmatique de la relation qu'entretiennent le texte et l'image, les mots et les emojis au sein des tweets étudiés. Ainsi, Klinkenberg distingue, au sein même des énoncés, les sous-énoncés linguistiques par la lettre L, pour linguistique, et les sous-énoncés iconiques par la lettre V, pour visuel. Nous ne sommes pas sans rappeler que, bien entendu, ces questionnements autour des rôles respectifs de L et V il y a des usages pragmatiques, déterminent des règles génériques. Selon lui donc, trois configurations sont possibles dans la relation sémantique texte-image :

- Soit il y a redondance entre les deux contenus ($L=V$). Le visuel apporte une information redondante par rapport au contenu verbal.
- Soit les contenus sont différents, $L \neq V$, et il y a alors rupture de l'isotopie, ou homogénéité sémantique de l'énoncé-rupture nommée allotopie. Débouche sur une adaptation d'un des deux contenus, accommodation. Le visuel oriente vers une interprétation du message, notamment lorsque le contenu verbal est ambigu.
- Soit il y a opposition ($L \leftrightarrow V$). Le cas peut apparaître comme une variante du précédent. Le visuel apporte une information absente du contenu verbal.

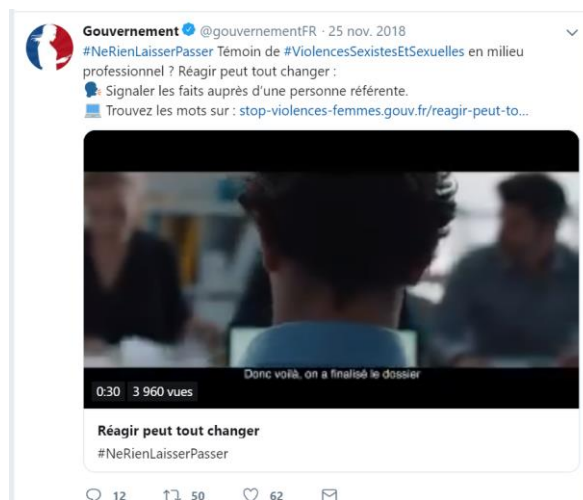
Nanti de cette grille d'analyse, menons dès à présent notre analyse sur nos objets de recherches, les tweets des politiques. Il s'agit d'appréhender l'organisation de l'espace scripto-iconique commun et de mettre en évidence des surcroits linguistiques ou iconiques. En effet, « Chacun des sous-énoncés L et V réorganise les portions d'espaces relevant de l'autre aspect, V ou L »⁶⁰.

⁵⁹ KLINKENGERG, Jean-Marie. « La relation texte-image. Essai de grammaire générale ». Groupe μ , UCL, salle Oleffe, Halles universitaires, 28 janvier 2009, p1.

⁶⁰ KLINKENGERG, Jean-Marie. « La relation texte-image. Essai de grammaire générale ». Groupe μ , UCL, salle Oleffe, Halles universitaires, 28 janvier 2009, p28.

Ainsi, cette analyse tient son intérêt de la question de la focalisation et de l'orientation sémantique qu'elle soulève. Dans les tweets des sujets politiques, l'ancrage est-il assuré par la linguistique ou le visuel ? Comment penser la nécessaire collaboration des sous-énoncés linguistiques et visuels dans ce type d'objet ? Le rapport texte-image est un cas particulier de pluricodie, discours au sein duquel différents codes interagissent et fonctionnent ensemble, qu'il s'agit ici d'approfondir et d'illustrer.

Illustration 1 : Cas de relation de redondance entre texte et image au sein d'un tweet politique.



Source : Capture d'écran du compte Twitter du Gouvernement conduite par l'auteure.

Ce tweet du Gouvernement, daté 25 novembre 2018, semble être un exemple intéressant pour évoquer un certain type de relation texte-image dans les tweets du corps politique. Il semble que pour ce cas, c'est la relation de redondance qui prime entre le texte et l'image. Klinkenberg définit cette dernière comme « la corrélation sémantique de phénomène syntaxique de la co-référence »⁶¹. En évoquant la relation de redondance, il semble important de préciser que celle-ci ne peut être par définition que partielle. L'auteur explique que « en effet, les sémiotiques linguistiques d'une part et iconique d'autre part n'ont pas, par définition, les mêmes potentialités »⁶². Dès lors, chacun des deux sous-énoncés V ou L offre un surcroît d'information par rapport à l'autre. Klinkenberg continue : « Le redondance n'associe en effet qu'une portion de l'espace iconique et une portion de l'espace langagier seulement. Aucun des deux messages n'est donc réductible à l'autre, mais on peut par contre dire qu'ils sont faits d'une série

⁶¹ KLINKENGERG, Jean-Marie. Op.cit. p26.

⁶² KLINKENGERG, Jean-Marie, Op.cit. p26.

d'éléments dont certains peuvent être communs : ce sont des ensembles logiques en intersection et en exclusion réciproque »⁶³.

Dans cet exemple donc, en vertu de sa sémantique propre, le sous-énoncé iconique (emoji) sélectionne certains éléments dans le sous-énoncé linguistique. L'emoji « silhouette d'une tête qui parle » est utilisé parce qu'il est signifiant pour certains éléments du texte qui suit, notamment l'idée du signalement. L'opération inverse est vraie également. Le mot utilisé « personne » est signifiant par rapport au fait d'utiliser une silhouette. Ici l'intersection entre les deux sous-énoncés L et V est très fine, elle se réduit au contenu « personne ». Ainsi nous le comprenons, les différentes sémantiques, linguistique ou visuelle, se croisent et se nourrissent de leur surcroît de sens respectif.

Outre ceci, une seconde catégorisation est exploitée par Klinkenberg. Ce dernier propose de distinguer deux types de relation texte-image :

- **La relation Π** : relation sémantique fondée sur la relation du tout à ses parties. Chaque partie subordonnée au tout entretenant des relations de coordination avec une ou des contre-parties situées au même niveau de subordination. La relation est ainsi nommée parce que les parties coordonnées entretiennent des relations de produits logiques (arbre, tronc, racine).
- **La relation Σ** : relation mobilisées sont celle de l'hyponymie et de l'hyperonymie. La relation est dénommée Σ parce que les éléments dégagés par l'articulation entretiennent des relations de somme logique (arbre, bouleau, chêne).

Ecrire sur l'ordinateur convient à la symbolique de l'internet, de la recherche, d'où le rapport signifiant avec l'emploi du mot « trouver ». L'emoji « ordinateur portable » utilisé, n'est qu'un des moyens d'accès multiples à l'Internet. Ut supra, l'emoji prend tout son sens quand il est associé au texte. Cela nous renvoie donc à la relation Σ , celle de somme logique. Dans ce cas, l'utilisation aurait très bien pu être faite d'un emoji téléphone, ordinateur fixe. Cependant nous ne sommes pas sans énoncer que cette utilisation particulière trouve des significations indubitables dans l'environnement sociétal qui rend possible ce tweet. Ainsi nous pouvons, cette catégorisation faites, parler dans le cas présent d'un sous-énoncé V qui focalise l'attention sur une portion de l'énoncé L segmenté sur le mode Σ .

⁶³ Idem p27.

Illustration 2 : Cas particulier d'interaction entre texte et image au sein d'un tweet politique.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de Benjamin Griveaux conduite par l'auteure.

Premièrement, notons qu'ici la disposition spatiale des éléments mis en relation syntaxiques n'est pas totalement contingente. Ceci s'avère d'ailleurs similaire concernant d'autres tweets. Alors que les emojis étaient pensés comme ponctuation de fin de phrase, ici leur apparition se fait en début du discours. Le visuel est ainsi la porte d'entrée de la signification, signification ensuite précisée par le texte. L'on appréhende ici aisément ces symboles comme le paralangage de l'Internet⁶⁴. L'icônisation étant la sémantique de l'emoji, il se rapproche du signe iconique peircien (l'icône), ce signe qui établit un rapport d'imitation avec un objet du monde. En s'intégrant au texte, ils interagissent avec lui, et permettent au sein d'une réflexion linguistique de penser à un inédit enrichissement mutuel. Dans le cas de ce tweet, l'emoji duplique le contenu de la déclaration, comme si dans nos communications numériques le prédicat verbal ne suffisait plus. Ainsi, la fonction linguistique des emojis, surtout ceux à valence verbale, en vient parfois à chevaucher la fonction de certaines modalités verbales. Les messages textuels sont ainsi soulignés, et accompagnés d'éléments picturaux afin combiner différents niveaux de langage, et étendre la communication.

Nous pouvons outre ceci, remarquer que les écrits politiques sur Twitter, subsistent être des énoncés iconographiques à dominante scripturale, plutôt qu'iconique. Bien que tendant à augmenter l'écriture alphabétique, les emojis ne se dressent pas comme un langage en soi. Sur

⁶⁴ WALTHER, Joseph B, D'ADDORIA, KYLE P. The Impacts of Emoticons on Message Interpretation in Computer-Mediated Communication. Rensselaer Polytechnic Institute, Social Science Computer Review, Vol 19, Sage Publications 2001, p 326.

le plan linguistique, on observe que l'emoji est plutôt usité comme un adjuvant au message, on ne peut pas l'isoler en tant que système de signes qui aurait sa propre autonomie ou cohérence, même si certains tentent de « parler l'emoji ». La fonction de nos emojis reste une fonction d'accompagnement du langage, c'est un signe qui fonction avec du langage à côté. En effet, l'interprétation des emojis est un processus complexe et leur fonction expressive, ou signifiante dépend largement du contenu verbal du message envoyé. Appréhender le statut sémiotique des emojis, sur la façon dont ils font sens en tant que signes bien particuliers, c'est donc les interroger en contact avec des énoncés verbaux écrits⁶⁵. La force illocutoire des emojis est à comme une connexion dialogique avec le texte.

Illustration 3 : Cas d'analyse du caractère spatial de l'emoji au sein d'un tweet politique.



Source : Capture d'écran du compte Twitter du Gouvernement conduite par l'auteure.

Cet autre tweet nous permet lui d'analyser que le caractère spatial de l'image est prépondérant. L'emoji joue dans ce cas précis un rôle de focalisateur d'attention sur une portion linguistique. Cet emoji « coche blanche en gras » n'apporte pas en tant que tel un surcroît de sens au sous-énoncé linguistique. Le rôle qu'il joue est celui de polariser le regard du public sur un nombre contraint et réfléchis de contenus linguistiques. Véritable organisateur, c'est aussi à lui d'ordonner le contenu linguistique. Ce type d'utilisation de l'emoji, précisément ici par la classe politique, semble purement conventionnel. L'emoji est utilisé comme la puce d'une liste. Sa composante symbolique et colorimétrique lui octroie un effet sur le destinataire du message plus ou moins puissante, afin de rendre le contenu de communication plus ou moins vite identifiable. Spatialement, l'emoji attire l'attention sur une portion de l'énoncé linguistique. Ici,

⁶⁵ HALTE, Pierre. Les marques modales dans les chats : étude sémiotique et pragmatique des interjections et des émoticônes dans un corpus de conversations synchrones en ligne (En ligne). Thèse de doctorat en Science du langage. Luxembourg, Université du Luxembourg et de Lorraine, 2013, p48.

nous voyons combien les emojis s'intègrent au texte, mais surtout peuvent le structurer, et en ponctuer les différentes séquences syntaxiques. Utiliser ce type d'emoji pour un politique c'est se permettre de pouvoir être clair et concis dans une communication électronique pourtant très rigide et restrictive. Utiliser les emojis comme outil de classification, permet de contourner la règle de la plateforme Twitter de 140 caractères.

Klinkenberg conclue que c'est l'impact mutuel de L sur V et de V sur L qui permet d'atteindre un niveau de signification acceptable⁶⁶. Ce type de perspective conduit à ne pas surfaire le rôle de la langue, ni celui de l'image dans un type de communication mixte, comme c'est le cas pour ces tweets. Pensés comme des symboles pouvant s'intégrer sans friction dans une suite de mots, cette réflexion sur les emojis s'appuie sur les relations qu'entretiennent les indices non-verbaux et verbaux à l'oral. En réintégrant la dimension pictographique dans l'écrit, la CMO opère semble-t-il un étonnant retour aux sources de l'écriture⁶⁷. La manière dont les emojis interagissent avec les modalités verbales que nous venons de voir, rend compte de deux système, deux niveaux d'énonciation qui s'articule en permanence dans nos communication. Les vertus de l'image et du mot écrit se complètent alors en tant que moyen de communication, soit d'extérioriser du sens (Dagognet, dans *Ecriture et iconographie* 1973).

Paragraphe C – La quasi-oralité de l'écriture électronique.

Dans notre civilisation, l'écrit sert de référence, et l'oralité est toujours comprise par rapport à celui-ci. Cependant, les nouveaux médias, que sont les médias socionumériques, semblent faire réémerger une oralité de la communication. En effet, de nombreux travaux ont montrés que le style des écrits médiatisés par ordinateur est marqué par l'oralité. Walter Ong, distingue l'oralité primaire, celle des groupes humains de culture orale, de celle-ci, qualifiée de secondaire et dépendante de l'écriture⁶⁸. Ici, l'oralité renvoie alors à l'idée d'échange spontané, informel, collectif. Au sein de sa recherche sur la quasi-oralité de l'écriture électronique, Philippe Hert évoque l'idée non pas « d'une utilisation de l'écriture qui mime l'échange oral,

⁶⁶ KLINKENGERG, Jean-Marie. « La relation texte-image. Essai de grammaire générale ». Groupe μ , UCL, salle Oleffe, Halles universitaires, 28 janvier 2009, p36.

⁶⁷ MARCOCCIA, Michel. « La représentation du nonverbal dans la communication écrite médiatisée par ordinateur », *Communication et Organisation*, pp 271

⁶⁸ Cité dans HERT Philippe. « Quasi-oralité de l'écriture électronique et sentiment de communauté dans les débats scientifiques en ligne ». In: *Réseaux*, volume 17, n°97, 1999.

mais qui tente d'étendre l'écriture aux fonctions de l'oralité (...) Autrement dit, il s'agit ici d'examiner les tentatives mises en œuvres pour conférer à l'écriture une capacité à créer un sens du collectif »⁶⁹. En l'absence de contact sensorielle, nous constatons que nos communications électroniques offre au sujet « parlant » une autre gamme de moyens qui tentent de reconstituer la conversation orale spontanée. Considérés comme des moyens de pallier l'absence de face-à-face, les emojis sont un des procédés les plus visibles lorsqu'on s'intéresse aux spécificités des écrits numériques. Leur usage, est pour nombre de chercheur, dont Michel Marcoccia et Nadia Gauducheau, la caractéristique d'un « type de discours hybrides, entre l'oral et l'écrit, ou qui brouille les frontières entre ces deux types »⁷⁰. En effet, les emojis sont des objets d'étude privilégiés, car ils paraissent renvoyer à ce que l'oral a de plus spécifique : sa multimodalité et l'importance qu'ont le non-verbal et le paraverbal dans la production et la réception des énoncés. Les emojis, caractères typiques de la langue d'Internet, sont les objets de ce regain d'oralité dans les communications électronique. Il est indéniable que nos échanges électroniques contemporains font face à de nouveaux défis, et questionnements entre l'écrit et l'oral. Les emojis sont un des moyens de notre palette communicative pour singer la subjectivité de nos communications numériques perçues comme trop impersonnelles.

Nous tenons pour définition de l'écriture quasi-orale, celle de Philippe Hert qui qualifie de quasi-orale, « une écriture qui cherche à retrouver cette capacité de lien de la parole »⁷¹. Les emojis sont, au sein de la langue, la marque d'une subjectivité, d'une construction de tissu social. Au même titre que les déictiques, ils illustrent la présence du locuteur dans le discours, la rendent visibles. Les emojis, singent la subjectivité, et en cela rendent aux paroles leur qualité indéniable de performance d'un sujet. Par ces petits signes cabalistiques, les déclarations électroniques trouvent un caractère spontané, et une marque d'intention du locuteur.

Dès les premières ponctuations expressives, que sont les emoticons, ou smileys, l'idée est de d'indiquer la subjectivité du locuteur. Ceux-ci composent l'absence des indices paralinguistiques en imitant les mimiques faciales. Utiliser un smiley souriant est une manière d'exprimer sa subjectivité, son émotion et de donner une tonalité particulière à l'échange. Comme la répétition de caractère, le choix de casse pour simuler l'emphase ou les interjections,

⁶⁹ Philippe Hert, « Quasi-oralité de l'écriture électronique et sentiment de communauté dans les débats scientifiques en ligne ». In: Réseaux, volume 17, n°97, 1999. Internet, un nouveau mode de communication? p 216.

⁷⁰ Michel Marcoccia et Nadia Gauducheau, « L'analyse du rôle des smileys en production et en réception : un retour sur la question de l'oralité des écrits numériques ». Tech-CICO (ICD, CNRS : Université de technologie de Troyes), Glottopol, N°10, juillet 2007, p39.

⁷¹ Philippe Hert, op.cit. p219.

ces procédés reposent sur de nouvelles conventions d'écritures, ici propre au numérique. Ils semblent être utilisés dans la mise en scène de l'oral à l'écrit, permettant de simuler des données non-verbales (mimiques corporelles) et paraverbales (intonations). Les emojis, font partie de la typologie des divers moyens par lesquels les utilisateurs se représentent, et sont des « caractères informels des échanges en situation de CMO »⁷². Ils sont une nouvelle forme de représentation du non-verbal, du subjectif du locuteur. N'ayant aucun équivalent à l'écrit, la mimogestualité par exemple se joue dès à présent de son inédit code graphique, à travers les emojis. Ici, le code graphique s'approche considérablement du code oral⁷³. L'emoji ne remplace pas une verbalisation possible, mais il remplace un modus susceptible d'accompagner un énoncé verbal pour le nuancer, et de véhiculer un surcroît de sens. L'emoji se dresse alors comme une sorte de béquille syntaxique qui donne aux messages écrits un supplément de sens et de force qui séduit, nous le comprenons aisément, le corps politique. Dans l'iconosphère de l'information dans lequel prennent place les sujets politiques sur Twitter, les emojis sont utilisés comme une extension, un ajout, une augmentation de la langue qui n'est pas sans bénéfices communicationnels. L'utilité d'un emoji réside lisibilité pictographique, comme signifiant d'affect, d'émotion ou de sociabilité souhaitée avec l'interlocuteur. C'est exactement le cas pour l'utilisation politique. C'est la symbolique qui fait la puissance significative de l'emoji, avec seulement 144 pixels chacun, un emoji doit comprimer le visage ou l'objet qu'il représente dans la configuration la plus schématique possible⁷⁴. L'absence de marqueurs personnels, de données paraverbales et non-verbales, font que les utilisations de dispositifs en CMO compensent cela en simulant l'oralité par diverses conventions graphiques, notamment les emojis. Courtney Seiter, affirme dans *The psychology of emojis*⁷⁵, que ces derniers sont interprétés par le cerveau humain de la même manière que les expressions faciales d'un être humain. Il semblerait donc que la culture des médias sociaux ait créé un nouveau schéma cérébral en nous. Cette nouvelle capacité humaine, développée avec l'émergence des réseaux sociaux, s'avère dans leurs usages tirée à parti par la sphère politique.

⁷² Michel Marcoccia et Nadia Gauducheau, « L'analyse du rôle des smileys en production et en réception : un retour sur la question de l'oralité des écrits numériques ». Tech-CICO (ICD, CNRS : Université de technologie de Troyes), Glottopol, N°10, juillet 2007, p41

⁷³ LAZAR, Jan. « Communication à caractère émotionnel dans l'espace virtuel : questions quantitatives sur un corpus tchaté », Romanica Olomucensia, 2015 vol 27, Numéro 1, p74.

⁷⁴ "With only 144 pixels each – 18 bytes – an emoji must compress the face or object it represents into the most schematic configuration possible to achieve its symbolic effect" Stark & Crawford p 4.

⁷⁵ Evoqué dans BOURGOIS, Raphaël et CHALANDON, Mélanie. Parlez-vous l'émoticône ? Diffusée le 28/07/2017 sur France Culture.

Chapitre 3 : Les enjeux latents des emojis.

« Les emojis ont réussi à faire graviter un puissant agglomérat de valeurs positives autour d'eux, ce sont devenus un terrain plus ou moins vierge dont chaque instance de pouvoir veut s'emparer et marquer de son drapeau à la manière de la conquête de la lune »

Virginie Béjot⁷⁶

Les technologies de l'Information et de la Communication présentent un paradoxe. Censées élargir les possibilités de communication et favoriser le lien social, elles imposent des contraintes qui ont des effets indéniables sur nos échanges, et notamment leur dimension émotionnelle. Il s'agit dans ce chapitre de présenter les possibilités d'expression, notamment affectives, et leurs contraintes dans les nouvelles formes de parole numérique. Les emojis en sont l'éclatante illustration. Nous venons de le voir, c'est un véritable microcosme de tensions qui agitent les emojis, et font leur popularité. Outre les enjeux sociétaux, ce sont d'autres acteurs qui en viennent à s'intéresser à ce nouveau territoire.

Paragraphe A – L'expression codée des affects

Nous l'avons vu, le succès des emojis et leur viralité est dû à un chemin d'accès plus aisé, offert par Apple. Appelé par une question de commodité et d'accessibilité, ce geste a en fait redéfini et chargé de sens inédits les emojis. Véritables boutons d'un clavier, investis d'un nouveau statut, les emojis sont ainsi devenus des caractères. Chaque emoji est répertorié, nommé, à la manière des mots dans un dictionnaire. Ce classement est accessible à tous sur le site Unicode. Comme un alphabet, leur nombre est désormais arrêté, ils ont un ordre qui ne varie pas, sont classés, rangés. Les emojis ont été sujets d'une véritable taxonomie par l'acteur

⁷⁶ BEJOT, Virginie. Qu'est-ce que l'emoji veut « dire » ? Des imaginaires à la boîte noire : analyse d'un objet trivial sous tensions. Mémoire (En ligne). Master professionnel Information et communication, CELSA, Neuilly, 2015, p 75.

privé américain. Les emojis sont une langue au sens de Barthes (Leçon, 1978) : « Le langage est une législation, la langue en est le code. Nous ne voyons pas le pouvoir qui est dans la langue, parce que nous oublions que toute langue est un classement, et que tout classement est oppressif : ordo veut dire à la fois répartition et commination ».

Chaque emoji a donc :

- Son nombre, de 1 à plusieurs milliers.
- Son code, qui correspond à l'encodage de tous les symboles Unicode
- Sa représentation dans plusieurs logiciels et supports : navigateur, traitement de texte, Apple, Twitter, Windows.
- Son nom
- Sa version
- Sa taxinomie
- Des mots clefs permettant de le retrouver.

Les emojis sont des caractères polymorphes. Leur origine est scripturale, mais ils sont présentement des images montrées sur des menus. En assignant à chaque emojis une place sur un clavier, en faisant en sorte que l'emoji d'un bonhomme qui sourit (signifié) se trouve à a place de mon A (signifiant) lorsque j'utilise le clavier français, Apple a créé un système qui est bien celui de l'alphabet. Ici, les images remplacent les lettres. Avec ce simulacre d'alphabet, c'est sous une forme de palette que sont re-présentés tous les sentiments et idées de façon uniformisée visuellement. Les emojis, par le système qui les entourent, nous confrontent à une vision universelle de la compréhension du sentiment et des émotions. Ceci pose notamment la question de la normalisation émotionnelle, voire de « gouvernementalité des émotions »⁷⁷ comme véritables dispositifs de domination. Entre universalité et normalisation, les emojis se sont dressés comme l'expression codifiée de nos affects, de nos idées.

En effet, s'interroger sur les emojis, c'est se questionner sur la notion d'émotion à l'heure du numérique, c'est la mettre en parallèle avec la nouvelle donne du numérique et des réseaux sociaux. La convention graphique qui sévit en communication électronique engendre l'établissement d'un « lexique des sentiments » qui tente, semble-t-il de rivaliser pour

⁷⁷ DELUERMOZ Quentin, FUREIX Emmanuel, MAZUREL Hervé et OUALDI M'hamed. « Écrire l'histoire des émotions : de l'objet à la catégorie d'analyse », Revue d'histoire du XIXe siècle [En ligne], 47 | 2013, mis en ligne le 31 décembre 2016, consulté le 12 octobre 2018, p12.

communiquer une subjectivité, et un contenu paralinguistique. La représentation iconique étant motivée par un rapport d'imitation, il s'avère que les emojis ont un caractère kinésique indéniable comme nous avons pu le voir. On peut en effet dire que les emojis imitent les primitives iconiques de l'expression faciale, et des attitudes corporelle. Éléments expressifs facilement décontextualisables, et donc conventionnalisables, on comprend dès lors pourquoi les signaux utilisés sont sociaux : la forme de la bouche qui importent aux Occidentaux, ou la forme des yeux aux Orientaux. Il n'est donc pas anormal que les emojis visages ne dessinent que la bouche et les yeux⁷⁸. La conventionalité des émotions permise par les emojis nous informe d'autant plus sur l'usage que peuvent en faire les politiques, qui se livrent à l'exercice de communication numérique en choisissant l'emoji, la mimique qu'il jugera conventionnellement adéquate pour signifier l'éprouvé lui aussi choisi et joué⁷⁹. Décontextualisables et normalisables, les emojis se dressent comme un système de communication, un outil pour les politiques, pour progressivement détacher leur expression affective de la communication, alors même qu'elle est le centre de leur propos. Les emojis sont utilisés pour véhiculer conventionnellement des informations sur des objets absents, ou encore des états mentaux affectifs différés ou simulés. On lit alors différemment la pensée de Kerbrat-Orecchioni (2000), pour qui les émotions contemporaines sont à la fois dans le langage partout et nulle part. Permettant de charger affectivement des énoncés verbaux que l'écrit rendait un peu trop impersonnel, les emojis en viennent semble-t-il à affabuler des émotions qui ne sont pas vécues, mais dont l'usage n'a qu'une signification et un but social. L'emoji n'étant pas à percevoir comme une émotion vécue, il n'a rien de symptomatique ni de symbolique. En effet, son rapport à l'objet du monde, à l'émotion est motivé par une relation d'imitation, puis une relation indicielle, tout cela n'a rien d'arbitraire et subjectif. Avec les emojis on passe de la complexité à dire le réel à la complexité d'un langage iconique, qui est à comprendre comme une réalité, une image épurée, simplificatrice, et possiblement réductrice.

Contemporainement, notre « discours emoji » est donc déterminé par l'utilisation d'une gamme d'idée et d'émotion prédéfini par autrui. Les emojis se retrouvent dès lors être des véritables objets de croyance et d'adhésion. Ainsi, comme a pu le formuler Max Weber, puis Barbara Rosenwein, les emojis actualisent la création de « communauté émotionnelle »⁸⁰, définit

⁷⁸ HALTE, Pierre. Les marques modales dans les chats : étude sémiotique et pragmatique des interjections et des émoticônes dans un corpus de conversations synchrones en ligne (En ligne). Thèse de doctorat en Science du langage. Luxembourg, Université du Luxembourg et de Lorraine, 2013, p232.

⁷⁹ COSNIER, Jacques. *Psychologie des émotions et des sentiments*. Paris, Edition Retz, 1994, p144.

⁸⁰ ROSENWEIN, Barbara H. « Émotions en politique. Perspectives de médiéviste », *Hypothèses* 2002/1 (5), p. 315-324.

comme un groupe de personnes animées par des intérêts, des valeurs, des styles et des évaluations émotionnelles communes ou similaires. Cela pose en outre la question, par la normalisation, d'une certaine régression du point de vue de l'expressivité, quand bien même que les outils numériques portent en eux l'idée d'une propension inédite de l'expressivité des utilisateurs. En effet cette formalisation constitue un niveau supplémentaire de réduction de la réalité. Selon Cosnier, la ritualisation des expressions, ici émotionnelles, sert à la régulation de la vie sociale⁸¹. A travers un lexique fortement compressé, l'ensemble des caractères emojis rend compte d'un discours informationnel, traversé par d'inédites contraintes affectives⁸². Cette catégorisation télécommande silencieusement nos schèmes mentaux, nos schèmes politiques⁸³. Comme l'illustrent parfaitement les emojis, les passions numériques sont largement déterminées par les structures qui les mettent en scène. Lordon explique « Ils sont mus le plus souvent dans une direction qui reproduit les structures⁸⁴, qui évoque l'idée d'un « structuralisme des passions » qui trouve à s'appliquer aux comportements des individus pris dans les structures du capitalisme que sont les médias socionumériques. Nous en venons ainsi à penser que ces expressions affectives, ces émotions ne sont autre que l'effet des structures dans lesquelles les individus sont plongés. L'émotion numériquement communicable n'est plus à comprendre simplement comme un dispositif illocutoire, cela s'explique par ce que son attribution porte essentiellement sur la normativité des relations sociales. L'usage politique des emojis trouve donc ici un nouveau sens, les emojis ne rendent pas à l'évidence les émotions du locuteur, mais celle acceptée comme norme par son interlocuteur, la société. Ainsi pour Deluermoz et Fureix « qu'elles se partagent à distance ou directement verbalement ou non, les émotions reflètent le social autant qu'elles le constituent »⁸⁵. Placer les émotions, ou les concepts contemporains dans une galerie d'image qu'on ne peut modifier, les catégoriser, comme c'est le cas pour les emojis, illustrerait-elle une visée de meilleure compréhension, et en cela d'une intelligibilité plus fine de la société dans laquelle nous vivons ? Cela nous renvoie à la pensée d'Ekman sur le sujet, pour bien qu'universelles conventionnalisables, ritualisables, les émotions, c'est-à-dire la configuration faciale et ce qu'elle signifie sont socialement apprises et culturellement

⁸¹ COSNIER, Jacques. *Psychologie des émotions et des sentiments*. Paris, Edition Retz, 1994, p11.

⁸² « Through a highly compressed lexicon, the emoji character set vividly illustrates the constraints on affective labor under informational capital" Stark & Crawford p 2.

⁸³ LORDON, Frédéric. *La société des Affects. Pour un structuralisme des passions*. Paris, Editions du Seuil, 2013, p20.

⁸⁴ Idem p 11.

⁸⁵ DELUERMOZ Quentin, FUREIX Emmanuel, MAZUREL Hervé et OUALDI M'hamed. « Écrire l'histoire des émotions : de l'objet à la catégorie d'analyse », *Revue d'histoire du XIXe siècle* [En ligne], 47 | 2013, p8.

variables⁸⁶. En cela, en usant des emojis, et ainsi en jouant avec les émotions, les sujets politiques ont déniché un outil très puissant du point de vue de son pouvoir communicationnel. Stark & Crawford s'accordent pour dire que les emojis ont cristallisé la forme des sentiments de notre société en icône, qui sont mobilisables simultanément par tous, ici comme nous l'étudions au service du pouvoir institutionnel. Leur caractère transcendantal fait d'eux une « pierre de touche culturelle »⁸⁷, mais aussi marchande : « Above all, these graphics forms are exemplary of the tension between affect as liberating human potential, and as a productive force that the market continually seeks to harness through the commoditization of emotional sociability »⁸⁸. En cela, nous soulevons ici un aspect supplémentaire d'enjeux qui viennent nous aider à mieux appréhender le phénomène des emojis et leur utilisation par la sphère politique.

Paragraphe B : Les enjeux economico-industriels.

Bien qu'objets triviaux qui circulent, les emojis sont tributaires de cadres. Ces cadres sont une réponse cinglante à qui veut faire des emojis une langue universelle, voire une simple langue, car ils sont définis par des acteurs parfois relativement obscurs et dont la volonté ne dépend des utilisateurs. Etonnant langage universel et démocratique que celui-ci, où l'on ne sait ni qui décide des éléments que nous allons recevoir, ni pourquoi certains sont rejetés et d'autres non, ni enfin quand et comment les nouveautés seront intégrés. En effet, de ce semblant d'idéal universel, il nous semble important de prendre de la distance avec un objet de communication forgé par des marques, car cela amène nécessaire la question de qui décide de ce que l'on peut dire ou non. Car en effet, évaluer les imaginaires qui gravitent autour de ce sujet très conversationnel, c'est mieux appréhender l'investissement par un nombre croissant et très varié d'acteurs à son égard, et ainsi se confronter aux enjeux latents de l'objet d'étude. Les emojis sont le terrain de jeu d'un grand nombre d'enjeux, nous l'avons vu culturels, mais aussi industriels, politiques et communicationnels. Le Consortium Unicode, instance supérieure, standard informatique qui permet des échanges dans différentes langues à un niveau mondial,

⁸⁶ EKMAN, Paul. Chapter 3, *Basic Emotions, in Emotions revealed*. University of California, San Francisco, 2003, p45-46.

⁸⁷ "It crystallized the force of the feeling into an icon that could be simultaneously mobilized in the service of institutional corporate power, transcend that control to become a cultural touchstone, and become recaptured as a form of intellectual property" STARK & Crawford p 2.

⁸⁸ STARK, Luke, CRAWFORD, Kate. « The Conservatism of Emoji: Work, Affect, and Communication ». *Social media + Society*, 2015, p2.

décide de ce qu'est un emoji, et choisit ou non d'en ajouter de nouveaux. Organisme à buts non-lucratif, en soft power, il n'est pourtant pas désintéressé. *Adobe, Apple, Facebook, Google* ou encore *Microsoft* sont des membres de cette boîte noire. Les emojis sont en réalité dans les mains de marques, et d'un très petit nombre d'entre-elles. On peut dès lors appréhender quels enjeux de pouvoir ils amènent. Il semble important de savoir que même si le sens des emojis est prédéfini, le choix du set d'emoji que nous utilisons et le design d'affichage est laissé libre aux fabricants. Ce sont donc eux qui construisent et statuent sur leur apparence. Dès leur essor, les emojis sont devenu un champ de bataille, notamment pour les marques fabricantes de dispositifs numériques. Un véritable lieu d'exposition des produits et de monstration de leur puissance. Ainsi chaque marque a sauté sur l'occasion des emojis pour affirmer son identité, sa signature. Chacun tente d'imposer sa propre version, d'apposer son copyright ; il en résulte qu'il existe au moins cinq ou six dessins différents pour chaque pictogramme. L'habillage graphique géré par les marques, illustre une multiplicité de compréhensions et d'interprétations différentes des emojis. Les emojis ne fonctionnent pas sur un dispositif d'interopérabilité, ce qui contrebalance l'idée ultérieure de langue universelle, voire de simple langue. L'universalité est loin d'être acquise. Le pouvoir détenu à ce jour par ces quelques marques, nous ouvre les yeux sur ces cadres qui forment et informent. Aujourd'hui, les emojis ne sont-ils pas réduits à servir pour des buts commerciaux ? Cela est-il pris en compte par les sujets politiques quant à leurs usages ? Cela pose en effet des questions, et met en difficulté l'objectif initial des emojis, qui était de faciliter les échanges, et d'être universel. L'universalité des emojis est à comprendre aussi comme standardisation et normalisation. Le standard contient inmanquablement une mythologie d'objectivité. Les emojis nous apparaissent dès lors comme des dispositifs moins innocents. Indéniablement, ils sont loin d'être généraux. Cela permet de mettre en lumière les implications d'un format, c'est-à-dire d'une suite de spécifications techniques entraînant des possibilités et des limitations. Les emojis sont avant tout des objets de pouvoir. Ils portent en eux des enjeux de domination. Stark et Crawford pensent les emojis comme des « Artefact of Capital »⁸⁹, car en effet ils se sont dressés comme véritable symbole du capitalisme contemporain. En effet, de nombreux combats, idées, débats et moyens d'identification ou d'appartenance passent par ces petites icônes. Le capitalisme ayant toujours fait preuve d'une capacité de résilience exceptionnelle, pour Gebhard il en est de même avec les emojis, et sa captation des pratiques, des techniques et des usages sociaux. Au départ émancipateur, la rationalisation et la marchandisation à l'épreuve de notre objet, l'ont transformé en processus

⁸⁹ STARK, Luke, CRAWFORD, Kate, op.cit. p2.

aliénant⁹⁰. Les emojis se sont vu devenir des univers fermés, qui n'apparaissent qu'en contexte numérique et qui semble verrouillés et sujets à des décisions politiques (au sens de relatif au pouvoir), balayant ainsi tout fantasme démocratique. En s'inspirant des propos de Pierre Halté à propos des émoticônes⁹¹, il nous semble que les icônes graphiques prédéfinies que sont les emojis sont « des légisignes (c'est-à-dire un signe constitué selon des lois, faisant partie d'un système dont les règles sont connues, partagées et utilisées par l'ensemble des utilisateurs), dont l'iconicité originelle (c'est avant tout l'imitation d'un objet du monde, d'une mimique faciale) conditionne l'indexicalité (elle rend perceptible une émotion qui ne le serait pas sans elle). L'usage fait par les politiques de ces instances de pouvoir que forment les emojis se trouve dès lors moins immaculé et ingénu. En utilisant un outil de langage rempli d'enjeux éco-industriels, mais pas que, les sujets politiques ont-ils en conscience l'ensemble des significations que recouvrent ce recours. Car à cela est dès lors associé l'économie, l'industrialisation, la rationalisation, la planification le calcul, l'intérêt stratégique ou encore la visée instrumentales. Avec les emojis, le pouvoir est pris par une intervention sur le langage, soit sur une façon de dire le monde, et de le voir donc.

Paragraphe C : Le pouvoir des interfaces, l'exception Twitter.

Il s'agit ici de revenir sur l'aspect technique qui habite les emojis, trop souvent omis. Bien loin d'être des images éparses et aléatoires, les emojis sont un ensemble, un véritable système répondant à des règles strictes. En intégrant dans les options de langue et rendant plus accessible les emojis, *Apple* a su garder ses utilisateur au sein de ses produits. C'est bien cette étape du système d'exploitation qui a acté l'essor des emojis. Aujourd'hui, les claviers emojis sont disponibles sur la majeure partie des systèmes d'exploitation et applications auxquels nous sommes familiers : réseaux sociaux comme traitement de texte. Sur *Twitter* par exemple, il y a une véritable précision sur les modalités d'apparition des emojis, ou dans une généralité des formes consistant à montrer son émotion en affichant une image ou une petite séquence animée, incluant le format des GIFs (*Annexe 3 - Examen des modalités d'apparition des fonctionnalités*

⁹⁰ GEBHARD, Loïc. L'image en boucle : une sociologie du GIF (en ligne). Mémoire de Master en sociologie de la communication et de la culture. Université de Lausanne, Faculté des sciences sociales et politiques, 2017, p43.

⁹¹ HALTE, Pierre. Les marques modales dans les chats : étude sémiotique et pragmatique des interjections et des émoticônes dans un corpus de conversations synchrones en ligne (En ligne). Thèse de doctorat en Science du langage. Luxembourg, Université du Luxembourg et de Lorraine, 2013, p 228.

affectives dans Twitter : emojis + GIF). Pour Anne Dalsuet⁹², « l'espace des réseaux sociaux est ainsi formaté qu'il génère des réactions pavloviennes ». Dans ce qu'Olivier de France nomme la « dictature du ressenti »⁹³, c'est tout un canevas de situation émotives qui prennent place et importance. La technologie sur laquelle reposent les emojis semble structurellement reposer sur des codes d'émotions, d'humeurs et d'opinions. Emojis, likes, les dispositifs numériques permettent à chacun d'énoncer ses émotions par des signes spécifiques qui s'inscrivent aujourd'hui dans nos échanges quotidiens. Apparu début 2016, nous avons par exemple les « Facebook Reactions » sont un aperçu de techniques affectives développées par les plateformes et signes de nouvelles mesures d'un possible « sentiment général ». Dispositif de six emoji, ceci met à disposition des utilisateurs un véritable arsenal d'émotion (j'aime, j'adore, ahah, wouah, triste, grrr), qui permettent de signifier une émotion aisément à la place d'un commentaire. Sur Facebook, deux choses sont à noter, premièrement le mode commentaire des publications est automatique, et en second le commentaire est devenu purement un emoji. Aujourd'hui, un mot peut se trouver remplacé automatiquement par un pictogramme représentant sa signification, comme par exemple un adjectif triste par un emoji face triste. Ceci pose la question de l'automatisation de l'utilisation des emojis dans nos discours électroniques. En effet, la parole sur les supports électroniques dépend d'accords obscurs entre des marques, mais aussi des supports qui l'accueil. Les emojis se trouvent tributaire des dispositifs sur lesquels ils apparaissent. Comment penser la parole universelle quand rien que la forme sur nos terminaux informe sur nos propos ? Contemporainement, les espaces numériques sur lesquels nous évoluons, échangeons, se retrouve être de véritables fabricants d'émotion. Nous reconnaissons dès lors notre relation de dépendance à l'égard des supports. Reine de notre société, la communication et les moyens par lesquels elle s'exerce sont des points d'emprise indéniables. En passant par notre communication, c'est tout notre manière d'exprimer, voire de penser le réel qui est influencé. Une tension entre ce que l'on veut dire, ce que l'on peut dire et ce que l'on nous fait dire. Les emojis contiennent cette influence sur la parole, la mise en parole, ou en forme. Leur utilisation ne peut donc être faites qu'avec caution, et sans le moindre contrôle ni connaissance de leur fonctionnement. Ainsi l'usage par la sphère politique se lie maintenant à travers ce nouvel enjeu, ce rapport de pouvoir que les emojis imposent à la parole contemporaine. L'utilisation quotidienne que nous faisons des réseaux

⁹² DALSUET, Anne. *T'es sur Facebook ? Qu'est-ce que les réseaux sociaux changent à l'amitié*. Paris, Edition Flammarion, 2013, 128p.

⁹³ DE FRANCE, Olivier. « La géopolitique des humeurs. L'individu et le citoyen face aux bouleversements technologiques », *Revue internationale et stratégique* 2018/2 (N° 110), p. 75.

sociaux pour communiquer, nous oblige à approcher notre objet d'étude dans sa dimension sociale et communicationnelle. Dispositif langagier qui n'a rien d'innocent, les emojis s'emploient dans des espaces où la parole est codifiée, et dirigée. Cet objet désormais infraordinaire contient en lui des enjeux de pouvoir. Avec rapidité et contagion, contemporanément les mots comme les emojis reçoivent l'envergure de la surface de la Toile. Ainsi s'intéresser aux emojis, soit à ce qui est écrit, c'est aussi étudier l'espace contraint sur lesquels il prend part. Avec les emojis, c'est un environnement virtuel, propre à la parole, à l'échange d'émotion et d'idée, soit de subjectivité, qui s'est créé.

L'utilisation des emojis, outils typique de ces plateformes, par les politiques nous amène à questionner l'acceptation et l'aveu de faiblesse, et de séduction de ces sujets quant aux différentes stratégies des plateformes. L'économie capitaliste se retrouve aujourd'hui de plus en plus affective. A quel point la parole politique se tient-elle sous l'emprise des dispositifs numériques sur lesquels elle a choisi stratégiquement d'être présente ? Les sujets politiques ont-ils conscience de cela ? Il semble que les plateformes ont su si bien se placer dans les pratiques quotidiennes de communication que l'on ne les questionne plus. Selon Allard, l'individu se trouve pris sous le feu de multiples injonctions affectives, ses actes de communication, son rapport à soi et aux autres sont exploités. Les emojis à travers ce que l'on nomme le « digital labor », « le travail affectif », pose la question de la relation entre emoji et culture des datas. L'utilisation d'emoji affine considérablement la connaissance des utilisateurs par les plateformes. En effet, selon Stark & Crawford « Platforms are also increasingly interested in analysing emoji as a source of data about their users' habits, moods, desires, and patterns of behavior »⁹⁴. Ainsi, comment et dans quelles mesures ces pratiques peuvent-elles être appuyé voir couverte par la sphère politique ? L'usage des emojis par les politiques rend-t-il compte d'une certaine naïveté de leur part quant aux enjeux de ce type de contexte communication hyper-contraint ? Pour Gebhard, derrière ce nouvel objet, et ses nouveaux usages ne se cachent plus des « potentialités émancipatrices mais des mécanismes de contrainte, recouverts par le voile de l'idéologie⁹⁵ »⁹⁶. Parallèlement à une certaine rationalité communicationnelle qui se établit et a vu se développé une économie dite « affectif ». Ainsi notre champ de visibilité de l'usage des emojis par les politiques s'étend, l'emoji semble dès lors devenir un instrument de

⁹⁴ STARK, Luke, CRAWFORD, Kate. « The Conservatism of Emoji: Work, Affect, and Communication ». [Social media + Society](#), 2015, p8.

⁹⁵ Nous entendons ici idéologie au sens de Marx, comme le voile qui recouvrent les rapports sociaux entre les individus.

⁹⁶ GEBHARD, Loïc. L'image en boucle : une sociologie du GIF (en ligne). Mémoire de Master en sociologie de la communication et de la culture. Université de Lausanne, Faculté des sciences sociales et politiques, 2017, p44.

choix dans l'exploitation et le renforcement du lien entre eux et le public visé. *Ad hoc*, derrière un simple bouton emoji, une simple expression subjective, voire émotionnelle, se cachent en réalité d'innombrables mécanismes de cadrage, de captation et de dissimulation, qui nous questionnent une nouvelle fois sur les potentialités émancipatrices de l'emoji. Selon cette perspective, c'est le média qui détermine le type d'interaction qui se produit. Alors, ce qu'Athanassios D. Evangelou nomme la « modélisation informatique des émotions »⁹⁷, en vient à renverser un paradigme instrumental qui voudrait la technique comme appréhendée d'abord comme un outil neutre. Mais la réalité est toute autre. Aujourd'hui, la numérisation, l'intégration des émotions dans le système, leur codage et transport autonome paraissent répondre au paradigme de l'information. Selon Athanassios D. Evangelou, contemporanément et numériquement le traitement des émotions se fait sur le modèle de l'information : « Autonomisée, l'affectivité pourrait ainsi être soumise aux mêmes traitements de computation que l'information : codage-transport-décodage »⁹⁸. Pour Stark et Crawford, les emojis sont devenus « victimes du capital informationnel »⁹⁹. En faisant de plus en plus partie des modèles des médias sociaux numériques, les émotions, à travers les emojis se sont trouvées limitées par des limites industrielles et commerciales. Plus qu'une façon d'humaniser leur communication pour les politiques, les emojis nous rappellent comment les plateformes, le capital informationnel cherche continuellement à instrumentaliser, analyser, monétiser et standardiser nos expressions. L'expression numérique des affects suppose en effet bien des médiations qui ne sont pas uniquement humaines. Selon Zappa, dans une vision de capitalisme communicationnel, la technologie se dresse ici comme un système totalisant¹⁰⁰. Avec les emojis les contraintes sont multiformes et orbi. Pour la plateforme, la technique, comme pour l'utilisateur, pour nous le politique, l'usage des emojis est synonyme de stratégie. En sachant qu'un contenu comportant un emoji est privilégié par la plateforme et à deux fois plus de chance d'être partagé que la moyenne, les sujets politiques ne font, par leur emploi, que faire appel à une forme exubérante d'expression sociale avec un but stratégique. Les emojis se dressent alors comme un moyen puissant mais normatif d'attirer un public, et de faire passer un message ou des données. Ainsi nous en venons à considérer l'emoji comme un objet historique et culturel,

⁹⁷ EVANGHELOU Athanassios D. « Voyages virtuels et transport d'émotions sur Internet ». In: Quaderni, n°39, Automne 1999. Transport matériel et immatériel. pp. 103.

⁹⁸ Idem, p104-107.

⁹⁹ « So emoji have, in some sense, become the victims of informational capital in their turn ». STARK & Crawford p 8.

¹⁰⁰ ZAPPA, Pierre-Olivier. Communication politique et réseaux socionumériques, le cas de mybarackobama.com. Mémoire en ligne. Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en communication, Université du Québec à Montréal. Avril 2012.

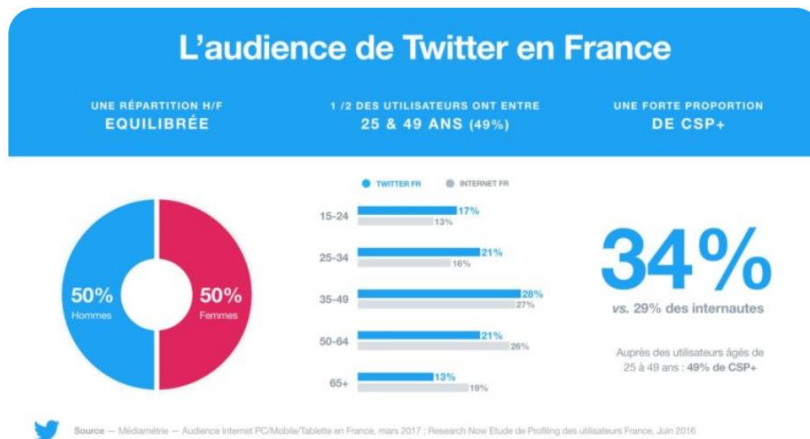
dominés par les constructions, les stratégies et les contrôles computationnel des plateformes sur lesquelles il se présente.

A ce jeu, *Twitter* se dresse comme l'exception dans cet écosystème des cadres d'utilisation des emojis. En effet les emojis qu'affiche *Twitter*, sont propres au site de micro blogging, et viennent d'un projet d'open source que tout le monde peut utiliser et modifier, nommé Twemoji. Ces 872 pictogrammes ont été dessinés en partenariat avec Icon Factory, et sont également utilisés par Word press. Du fait, certains emojis n'apparaissent donc que sur le site de micro blogging. De cet examen historique de l'émergence de fonctionnalités affectives chez *Twitter* nous pouvons suppler que la plateforme c'est aussi approprié les GIFs, les « # Hashtags ¹⁰¹ », ou encore deux fonctions interactives les « @ Usagers et les retweets ¹⁰² ». Ainsi, *Twitter* est l'exemple type des dispositifs sur Internet présentés comme supportant spécifiquement la dimension relationnelle et émotionnelle des échanges, et illustrant alors ce que Gauducheau perçoit comme « l'influence de la CEMO sur la communication des émotions » ¹⁰³. Cela nous permet de mesurer l'inédit degré d'interaction sociale qu'on les acteurs politique sur le réseau (Small 2010). Avec aujourd'hui 335 millions d'utilisateurs actifs mensuels, rappelons un instant que le premier tweet a été envoyé le 21 mars 2006, et que selon une étude de l'IFOP, seuls 4% des français connaissaient le réseau social en août 2008. Plus contemporanément, ces quelques chiffres de Médiamétrie, nous renseignent sur l'audience actuelle de *Twitter* en France. Selon les derniers chiffres Médiamétrie (mai 2017), *Twitter* comptabilise 21,8 millions d'utilisateurs mensuel et 4,27 millions par jour, et fait ainsi partie intégrante des principaux réseaux sociaux. Plateforme de microblogging aujourd'hui omniprésente, *Twitter* s'adresse à des publics utilisateurs qui restent assez majoritairement aisés et jeunes. En ayant à l'esprit cela, nous en venons à nous questionner sur le choix stratégiques des sujets politiques d'être présent mais surtout de faire usages de ce nouveau langage au sein de cette plateforme précisément.

¹⁰¹ Définition dans le glossaire. Balise dièse = hashtag

¹⁰² Définition dans le glossaire. Les retweets s'inscrivent dans le caractère social de Twitter en ce qu'ils indiquent que l'utilisateur qui prend un tweet suit une conversation et veut en faire partager le contenu à ses abonnés.

¹⁰³ GAUDUCHEAU, Nadia. « La communication des émotions dans les échanges médiatisés par ordinateur : bilan et perspectives ». *Bulletin de Psychologie*, tome 61, 2008, p2.

Illustration 4 : L'audience de Twitter en France.

Source : Médiamétrie (précisions supplémentaires en bas de la capture d'écran).

La politique contraignante de l'environnement digital de *Twitter* nous permet de mieux comprendre l'arsenal des stratégies et outils présents sur la plateforme. Se démarquant des autres services, *Twitter* impose une restriction sur le nombre de caractères, au nombre de 140. Nous allons le voir, cela n'est pas le seul procédé né d'une contrainte technique. Cela explique l'utilisation des emojis par exemple, dans le cas où l'utilisateur va chercher à réduire la longueur de ses messages, par la signification simplificatrice et compressive de l'emoji. C'est exactement ce que nous avons pu retrouver dans les usages politiques, pour qui les emojis ont une valeur et un pouvoir sémantique important tout en étant des objets simplificateur et réductible à un caractère. En l'espace d'un caractère, d'un signe, d'une lettre, l'emoji offre de multiples opportunités significatrices. Plus simple, l'écriture devient aussi plus rapide, plus brève au sein d'une plateforme où l'idée est d'écrire le plus vite possible, aussi vite que la pensée. Ainsi l'usage de la plateforme et des emojis par les politiques est un acte de cautionnement et de participation à ces phénomènes de simplification médiatique et de culte du temps réel, de l'instant. C'est le caractère instantané de la communication électronique qui conditionne l'emploi de ces signes. Ces nouvelles formes d'écriture (Liénard 2011, 2012) rendent donc parfaitement compte du poids des dispositifs socio-techniques sur l'écriture même. Concernant la communication politique, les dispositifs ont imposés nombres de mises en formule, et ainsi instaurer ce que l'on pourrait nommer la stratégie de la « petite phrase ». Ainsi avec tous les contraintes imposées par *Twitter*, c'est un véritable régime émotionnel qui s'instaure, et qui est à l'image de l'ensemble de réseaux sociaux en ce qu'il n'encourage pas la sérénité, ni l'analyse, mais leur préfère la stratégie du sensationnel, du buzz. En proposant un paralangage comme avec les emojis, les systèmes des plateformes incarnent et inculquent une gamme de normes émotionnelles et de pratique, de rituels.

PARTIE 2 - L'usage des emojis sur les réseaux sociaux par les politiques.

L'incontestable omniprésence des réseaux sociaux dans nos sociétés contemporaines a légitimé leur infiltration jusque dans la sphère politique. Dans cette deuxième partie, il s'agit d'engager une véritable réflexion sur la rencontre entre le numérique et la sphère politique. Autour des cadres imposés par les réseaux sur l'expression politique, nous considérerons l'emojisation du discours politique et son impact sur la communication politique en tant que telle. D'une utilisation d'emojis loin d'être anodine, nous découvrirons ce nouvel espace de visibilité de la sphère politique, et des sujets qui la compose.

Chapitre 4 : Le branding politique sur *Twitter* : historicité de la rencontre entre deux sphères.

« La présence de la sphère politique sur le web est devenue non plus utile mais essentielle, car depuis le début des années 90 s'opère un progressif déplacement : de la place publique à l'agora électronique, de l'expression publique à l'interactivité »

Isabelle PAILLIART

La communication écrite médiatisée par ordinateur est depuis quelques années un moyen de communication très courant. Les emojis commencent à investir les sphères plus ou moins intimes, devenus bel et bien ubiques. Les politiques n'y échappent pas, et commencent à leur tour à utiliser les réseaux sociaux, profiter des dispositifs communicationnels qu'ils offrent, et spécialement à parsemer leurs communication d'emojis visant alors divers enjeux et objectifs.

Paragraphe A : Les réseaux sociaux, le nouvel espace de visibilité politique.

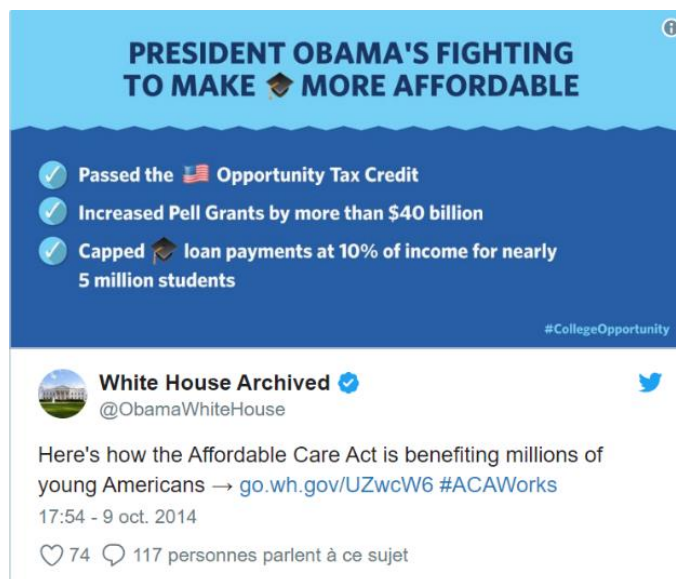
L'embrassant engouement des politiques pour les réseaux sociaux, *Twitter* notamment, traduit la place prise par ces technologies dans nos relations quotidiennes, qui n'a cessé de croître au cours des dernières décennies. Au niveau des usages du web, la croissance constante de l'utilisation d'Internet inscrit les navigations en ligne dans les pratiques ordinaires¹⁰⁴. Si la classe politique a investi les réseaux sociaux, c'est principalement parce que leur popularité ne peut désormais plus être ignorée. Selon Fabien Granjon et Julie Denouël : « Les usages des dispositifs numérique sont devenus des activités parmi les plus ordinaires dans la mesure où elles s'intègrent toujours davantage au quotidien des individus et se présentant parfois même comme

¹⁰⁴ LE CAROFF, Coralie. Les usages sociopolitiques de l'actualité en ligne. S'informer, partager et commenter sur Facebook. Thèse (En ligne). Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication. Paris, Université Panthéon-Assas, 2015, p23.

des impératifs pratiques »¹⁰⁵, et bien entendu cela n'a pas échappé aux politiques. Les médias électroniques sont devenus des espaces de quotidienneté collective, notamment espace d'opinion et de contestation. L'ensemble de nos micro-connexions à eux, illustre le bruit de fond que sont devenus les réseaux sociaux.

Avec autant d'utilisateurs à travers le monde, les réseaux sociaux sont devenus des lieux d'expression plébiscités par les acteurs politiques. L'utilisation de *Twitter* par le corps politique s'inscrit dans une historicité de la rencontre entre ces deux sphères, et trouve tout son sens dès lors que l'on revient sur la stratégie d'B. Obama, ou encore celle de D. Trump. La stratégie communicationnelle de l'ancien président américain nous renvoi aux prémices de l'utilisation des réseaux sociaux par les politiques. En témoigne d'ailleurs, la capture d'écran d'un tweet de la maison blanche, alors en gouvernement Obama, où la communication politique s'approprie les codes des réseaux-sociaux pour promouvoir son plan d'aide à la génération des « millenials ». Il est à noter que l'on prend comme premier usage des emojis par la sphère politique ce tweet là-même. A présent, c'est le président américain actuel qui rejoue la stratégie de *Twitter*, en se dressant sans conteste comme le premier « tweet-président ».

Illustration 5 : Cas des pionnières utilisations des emojis dans la sphère politique américaine.



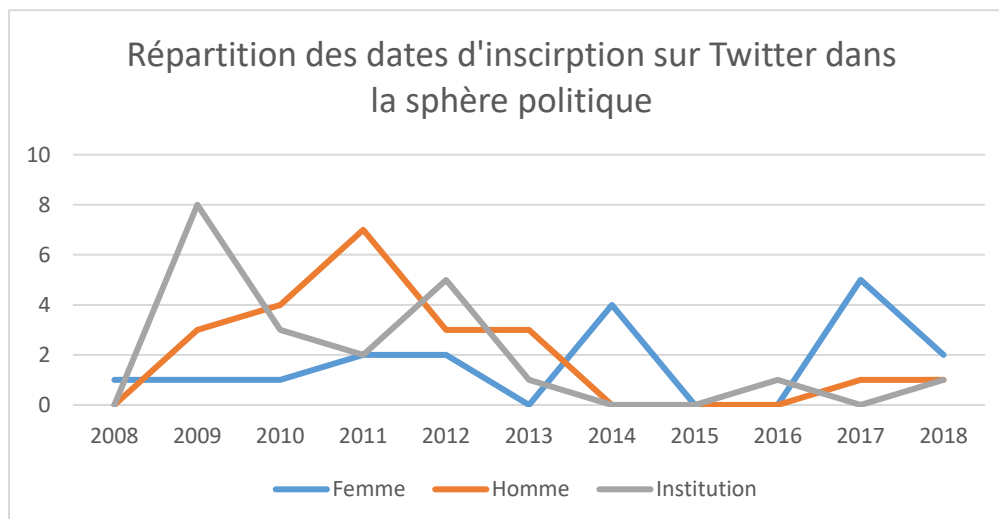
Source : Capture d'écran du compte Twitter de White House Archived conduite par l'auteure.

L'entichement des politiques pour les réseaux sociaux, est aussi dû au fait que les outils médiateurs, les technologies de l'information-communication supportent de plus en plus de

¹⁰⁵ Granjon Fabien et Denouël Julien, *Penser les usages sociaux des NTIC*, p3.

technologies tout en étant aussi, presque paradoxalement, de plus en plus simples à utiliser (Liénard 2014). Bien maîtriser *Twitter* pour les hommes politiques, c'est se rapprocher de son électorat, partager ses idées, proposer des contenus pour créer une communauté, ce qui est l'un des points clés du web 2.0. Aujourd'hui la présence numérique des sujets politiques semble s'être dressée comme une norme, une injonction. Pour ce qui a été des *Twitter*, et de notre corpus d'études, nous noterons que l'ensemble des membres de l'exécutifs, et des chefs de partis concurrents, sont présents sur *Twitter*. La précurseuse se trouve être Marlène Schiappa, inscrite en mars 2008, quand la dernière inscription date d'octobre 2018 pour Emmanuelle Wargon. A la vue de notre analyse, il semble la période clé d'inscription pour ces sujets politiques a été entre 2009 et 2011. Loin d'être une nouveauté, la présence sur *Twitter*, média de la rapidité et de la concision, de certains politiques français semble encore se faire en tâtonnant. Par leur présence, voire omniprésence, sur le web, les sujet politiques construisent une « nouvelle scène politique grâce aux plateformes numériques »¹⁰⁶. Ainsi l'irruption du politique, dans son acceptation extensive dans des espaces qui ne lui sont pas dédié fait naître nombre de débat autour de la forme digitale du politique. C'est un fait, aujourd'hui *Twitter* est devenu incontournable pour les politiques. Historien des médias, Christian Delporte déclare « Ils n'ont pas le choix, c'est obligatoire dans la mesure où les autres y sont »¹⁰⁷.

Graphique 1 : Répartition des inscriptions sur Twitter des sujets de notre corpus politique.



Comme l'individu lambda, on retrouve maintenant les sujets politiques continuellement leur téléphone à la main. « Ils parlent, ils écrivent, ils filment et (se) photographient pour mettre en

¹⁰⁶ DALSUET, Anne. *T'es sur Facebook ? Qu'est-ce que les réseaux sociaux changent à l'amitié*. Paris, Edition Flammarion, 2013, 128p.

¹⁰⁷ DELPORTE, Christian. *Une histoire de la langue de bois*. Paris, Editions Flammarion, 2011, 382p.

ligne instantanément la vidéo ou l'image qu'ils commentent et/ou donnent à commenter »¹⁰⁸. Nous pouvons ici appuyer notre analyse avec le « concept d'informalité » dressé par Caroline Le Caroff. Cette dernière qualifie par cela les « formes plus souples de parole politique »¹⁰⁹. Cela nous amène à nous interroger sur le pouvoir d'information de ce type de discours politiques. C'est aussi ce qu'a mis en exergue Cas Wouters par le phénomène « d'informalisation » de nos sociétés, où l'égalisation des conditions conduirait à une volonté d'élargir le périmètre des comportements et des émotions socialement acceptées. Par le mode écrit et silencieux de la communication, le mini-message que propose *Twitter* lève toutes les contraintes liées aux contextes extérieurs, les appréhensions ou pudeurs d'expressions liées à la confrontation à l'autre inscrite dans la parole orale. L'inédit de cette forme de communication réside dans la possibilité d'extérioriser un contenu à tout moment de la journée. Rivière parle d'une « situation tout à fait nouvelle où le désir impulsif d'émotions peut s'exprimer sans aucune retenue. Et à la différence de l'échange épistolaire, il conserve sa spontanéité en raison de l'instantanéité de la transmission »¹¹⁰. Avec *Twitter*, tout va plus vite et les politiques comme les internautes s'en donnent à cœur joie pour se moquer ou critiquer leurs opposants. Avec les réseaux sociaux, on se retrouve dans le fantasme de la participation et de l'abondance¹¹¹. Auparavant les propos des politiques étaient diffusés à la télévision, aujourd'hui posséder un compte, une présence sur les réseaux sociaux est indispensable. Les réseaux sociaux sont devenus moyens de capter l'attention du public et des médias, et de les laisser braqués sur les sujets politiques. Avec ces plateformes et les emojis, les sujets politiques s'adonne contemporanément à des jeux d'écriture mais aussi rapprochement ou mise à distance.

¹⁰⁸ LARDELLIER, Pascal, LIENARD, Fabien, BELLENGER, Clément. « Des émoticônes à « l'hyper-ception ». Les modalités « technico-relationnelles » de l'expression des émotions en situation de communication interpersonnelle électronique ». *Revue de synthèse à orientation sémiologique, Helbo*, 2014, « Sémiotique des émotions » p2.

¹⁰⁹ Définition complète d'informalité « englobe les manière de parler, d'exprimer les opinions selon les formats qui renvoient à ceux de la conversation ordinaire, du bavardage, de l'expression des émotions et des affects, de la polémique qui peuvent toutefois supporter une critique profane bien qu'ils n'endossent pas forcément les régimes distancés requis dans les espaces publics traditionnels » (Le Caroff, p 90).

¹¹⁰ Rivière, « La pratique du mini-message. Une double stratégie d'extériorisation et retrait de l'intimité dans les interactions quotidiennes » *Réseaux*, n°112-113, pp 139-168.

¹¹¹ ZAPPA, Pierre-Olivier. Communication politique et réseaux socionumériques, le cas de mybarackobama.com. Mémoire en ligne. Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en communication, Université du Québec à Montréal. Avril 2012.

Tableau 2 : Description et analyse du corpus d’observation *Twitter* des membres du gouvernement.

Membres du gouvernement	Age moyen (en année)
36 nommés	48,3
dont 17 femmes	52,2
et dont 19 hommes	44,7

Paragraphe B : Politisation ou dépolitisation de la parole politique numérique ?

Espace de régime de parole commun, les réseaux sociaux sont devenus paradoxalement les espaces d’une parole lambda de plus en plus politisée, et d’une parole politique de plus en plus dépolitisée. Manuel Castells dans *La Galaxie Internet* (2001), parle d’une « démocratisation de la parole publique ». Selon Olivier de France : « La technologie sociale qu’incarnent les réseaux sociaux est une mélange de software (un logiciel), de hardware (un écran) et d’un mode d’organisation du monde. Elle établit et renforce le lien direct des individus les uns avec les autres, sans filtre social ou éditorial. Elle met en contact direct les idées, les valeurs, les émotions et les colères. Elle peut aussi les renforcer, car elle rend leur contact plus fréquent et plus immédiat »¹¹². La participation politique dans les espaces numériques médiatiques, nous amène, en outre, à questionner les transformations du lien social qui accompagnent le développement des réseaux en ligne¹¹³. Caroline Le Caroff, déclare : « La dimension instantanée et interactionnelle des dispositifs ont contribué à alléger les contraintes énonciatrices pesant sur la publication, ce qui conduit à un abaissement des exigences argumentatives et rationnelles de la délibération classique »¹¹⁴. La parole politique sur les plateformes numériques se retrouve au milieu d’une formidable hétérogénéité de registres de prises de parole et de ressources argumentatives¹¹⁵. En effet, *Twitter* constitue davantage une

¹¹² DE FRANCE, Olivier. « La géopolitique des humeurs. L’individu et le citoyen face aux bouleversements technologiques », *Revue internationale et stratégique* 2018/2 (N° 110), p. 74.

¹¹³ LE CAROFF, Coralie. Les usages sociopolitiques de l’actualité en ligne. S’informer, partager et commenter sur Facebook. Thèse (En ligne). Thèse de doctorat en Sciences de l’Information et de la Communication. Paris, Université Panthéon-Assas, 2015, p 11.

¹¹⁴ Idem, p42.

¹¹⁵ MARCOCCIA, Michel. « La représentation du nonverbal dans la communication écrite médiatisée par ordinateur », *Communication et Organisation*, pp 265-284.

plateforme de réseau social public, sont utilisation par les politique est donc à appréhender comme contre-pied aux régimes de parole classiques. Le réseau social s'affiche comme un moyen de communication associé à une forme de démocratisation politique et de transparence.

Sur *Twitter*, notons que trois niveaux de relation existent :

- **One-to-many** : lien faible entre le politique et le lecteur du tweet.
- **One-to-few** : lien modéré et interactions avec les twittos.
- **One-to-one** : lien fort avec les influenceurs qui vont propager le message.

A travers l'étude de notre corpus, nous avons pu reconnaître une prédominance certaine pour la relation « one-to-many » qu'entretiennent les politiques français sur *Twitter*. En effet, sauf de rare exception, avec Marlène Schiappa notamment, les communications politiques sur *Twitter* sont unilatérales et ne cherchent pas l'interactivité. On en vient à penser que la communication politique sur *Twitter*, se dresse comme une actualisation, une simple numérisation de la communication politique traditionnelle, et contrecarre en tout cela la pensée plus sociale qui peut ressortir de l'imaginaire des réseaux sociaux. Ainsi même si Le Caroff reconnaît deux modes d'énonciation dans cette communication, il nous semble important de relativiser celle interactionnelle. En effet, Le Caroff, reconnaît un mode d'énonciation informel, qui renvoi à l'humour, à l'opinion brute, à de vives réactions indignées, puis un mode d'énonciation interactionnel, qui renvoi non pas à l'échange simple que l'on peut imaginer, mais plutôt à la polémique, au débat politique. Dès lors nous comprenons que la communication sur *Twitter* des politiques s'illustre par son storytelling, les sujets politiques parlent d'eux, se mettent en scène ne photo, etc. Devenu assez bavard en ligne, les acteurs politiques manient des textes de 140 caractères, accompagnés des photos, de vidéos, ou d'emoji, qui leur permettent de réagir en direct sur un sujet, une actualité, mais aussi de faire directement la promotion de leurs idées. L'espace médiatique est devenu exposition de soi, et espace de commentaires politiques. L'émergence des réseaux sociaux a cristallisé les attentes et désirs des politiques en matière de transparence, d'immédiateté, de proximité avec les citoyens. Les politiques semblent avoir compris que sur *Twitter*, et les réseaux sociaux dans leur généralité, les pratiques fructueuses passent par la compréhension des attentes des lecteurs, et de leurs nouveaux usages. Se priver de compte c'est ne pas profiter du levier de la réputation numérique. Cependant, il nous semble important de relativiser l'adresse que font les politiques sur *Twitter*, car la majorité des publics des politiques sur *Twitter* se trouve dans les faits être des journalistes,

des analystes ou d'autres politiques, et dans une minorité des gens lambda. Avec l'hybridation entre public et privé, on en vient à s'interroger sur une politisation ou une dépolitisation de la parole digitale. Les lieux culturels que sont les réseaux sociaux, paraissent politiquement innocents, mais sont en fin de compte manifestement très chargés politiquement¹¹⁶.

Paragraphe C : L'emojisation du discours politique, le nouvel outil du marketing politique.

S'efforçant d'accompagner au plus près l'évolution de médias toujours plus performants, la communication politique s'est très vite saisie d'Internet, lequel a accru sa force de frappe et a considérablement étendu sa zone d'influence. Ainsi les médias sociaux sont devenus des outils de diffusion instantanée de l'information et des vecteurs de marketing politiques importants. Dans un marketing toujours plus visuel, si l'image vaut mille mots, l'emoji permet de s'adresser simplement à une cible très réceptive et de créer du lien et du sens au-delà des mots.

Revenons quelque peu sur les différents objectifs correspondant à l'usage des emojis en marketing général. Ceci peut donc aisément se trouver retranscrit pour le domaine politique :

- Approche générationnelle centrée sur les générations X ou Y.
- Rajeunir l'image (modernité, connivence).
- Simplifier les interactions.
- Donner du sens et un contexte de façon ludique.
- Visualiser les messages et faciliter leur suivi (à l'instar du hashtag)
- Amplifier l'impact émotionnel de ses communications (utiliser les codes du public cible).

Le marketing politique considère le politicien comme un produit et tente de répondre alors aux attentes des consommateurs-électeurs. L'utilisation des emojis semble alors être une façon d'humaniser et d'adapter le ton de la communication politique à l'audience qu'elle vise.

¹¹⁶ Alexander Galloway (2006) « it is precisely those places in culture that appear politically innocent that are at the end of the day the most politically charged ».

Particularité française, la plateforme *Twitter* convient d'un véritable intérêt au domaine politique. Les politiques l'ayant compris, on appréhende donc aisément le conséquent investissement de leur part spécifiquement sur cette plateforme. En effet, c'est sur *Twitter* que les politiques sont le plus représentés. Terrain de prédilection de la sphère médiatique, il est assez naturel d'y retrouver la classe politique dans ses grandes largeurs. La puissance communicationnelle de l'oiseau bleu est indubitable. La plateforme de microblogage se fonde sur la théorie du petit monde de Milgram (1967). Il permet de discuter, relayer de l'information, suivre des individus, et a donc été élu par les politiques comme un formidable moyen de communication. Avec un style éditorial singulier, l'utilisation de *Twitter* est une véritable performance communicationnelle. Maîtriser la littéracie numérique s'est aussi se doter de compétence scripturale électronique, avec plusieurs dispositifs, que l'on pourrait qualifier de relationnels, à gérer comme le hashtag (#) ou l'arobase (@). L'usage du hashtag renvoie à une thématique et référence le tweet, quand l'utilisation de l'arobase permet d'interpeller directement d'autres personnes, qui reçoivent une notification¹¹⁷.

Les réseaux sociaux sont devenus les nouvelles manières de s'informer à l'ère numérique. Par leur présence et leur communication, les sujets politiques illustrent leur capacité d'adaptation à ces nouvelles modalités de consultation des nouvelles sur les réseaux socionumériques. L'omniprésence et l'évolution de TIC poussent les politiques à adopter de nouveaux usages pour coller à une société qui paraît fonctionner de plus en plus autour d'une communication permanente¹¹⁸. Ainsi les relations se veulent continues sur les réseaux sociaux, qui sont devenus les nouveaux organisateurs de la vie sociale des individus, et des sujets politiques. Les TIC permettent aux acteurs politiques d'être informés et d'informer, d'échanger et de communiquer électroniquement instantanément où qu'ils se trouvent. Aujourd'hui *Twitter* n'est plus un lieu de simple partage, il est devenu comme tout réseau un terrain où s'exercent hommes et femmes politiques. Ces derniers se plaisent à s'accrocher aux nouveautés, visant ainsi se rapprocher encore plus de leur électorat.

Outre marquer de leur présence les réseaux sociaux, les sujets politiques parent leur nouvelle communication, leur langage de nouveaux signes, les emojis. Mais alors, que signifie et soulève cette emojisation du discours politique ? Sortit de la sphère privée, l'usage des emojis illustre

¹¹⁷ Voir Annexe 4

¹¹⁸ LARDELLIER, Pascal, LIENARD, Fabien, BELLENGER, Clément. « Des émoticônes à « l'hyper-ception ». Les modalités « technico-relationnelles » de l'expression des émotions en situation de communication interpersonnelle électronique ». Revue de synthèse à orientation sémiologique, Helbo, 2014, « Sémiotique des émotions » p4.

une pensée de Community manager politique, celle de chercher à engager une communauté en publiant des contenus pertinents et cohérents avec la cible. En employant les emojis, les acteurs politiques reprennent les codes des communications électroniques de tout à chacun. Selon Gunthert, la visibilité conférée par les réseaux sociaux a accéléré leur diffusion et a érigé les emojis comme normes autoproduites. Les emojis permettent aux sujets politiques de jouer une inédite carte communicationnelle, tout en écrivant comme ils le souhaitent, se rapprochant sans conteste des communications lambda quotidienne, car l'objectif avant tout de communiquer. Cette utilisation des emojis est une pratique qui se retrouve aujourd'hui diffuse dans le corps politique, touchant même les sujets politiques les plus âgés. Par leurs actes de communications médiatisées, les politiques nous montrent la façon dont ils se sont emparés de ce phénomène, en s'appuyant notamment sur ces marqueurs de modus. Ces nouveaux signes engagent une stratégie et une économie sentimentale et émotionnelle. Pour Olivier de France, il s'agit du « naturalisme contemporain qui érige l'émotion brute au rang de déterminant politique et qui élève le ressenti de tout un chacun au rang d'universel indiscutable »¹¹⁹. Outil de management, de marketing, incitation à l'intelligence émotionnelle, la sphère politique nous renvoie la société reptilienne dans laquelle elle s'est établie. Le modus du locuteur, l'émotion sert dans cette communication de définition de la situation, de cadrage et du même coup de ménagement des faces¹²⁰. L'expression et la circulation en ligne des affects posent la question des cadres d'interactions et des rôles des participants¹²¹. La prolifération des contacts étant garante du lien, selon Liccope (2009), le marketing politique a joué une nouvelle stratégie avec les réseaux sociaux et les emojis, celle de s'adapter aux pratiques des nouvelles générations, des nouveaux usages. Que le politique choisisse plusieurs stratégies entre contenu, ou buzz, la gestion des réseaux sociaux doit être parfaitement maîtrisée si elle veut avoir du sens pour le public qu'elle vise. Sans cela, c'est l'image même du corps politique qui est décrédibilisé. Ainsi le nouveau lien qui unie *Twitter* et la politique, est-il à voir plus sous le prisme du risque ou de l'opportunité ?

¹¹⁹ DE FRANCE, Olivier. « La géopolitique des humeurs. L'individu et le citoyen face aux bouleversements technologiques », *Revue internationale et stratégique* 2018/2 (N° 110), p. 75.

¹²⁰ Sauvegarde des faces (Goffman) : « la valeur sociale positive qu'une personne revendique effectivement à travers la ligne d'action que les autres supposent qu'elle a adoptée au cours d'un contact particulier » (1974)

¹²¹ ALLARD, Laurence, ALLOING, Camille, LE BEHEC, Mariannig et PIERRE, Julien, « Introduction », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 11 | 2017, mis en ligne le 01 août 2017, consulté le 18 février 2019.

Chapitre 5 : Les champs émotionnels ou non des communications politiques sur *Twitter*.

« Distinctes et pourtant indissociables de la parole et de l'action, les émotions seraient une façon d'apparaître aux autres qui n'est pas simplement celles d'autres objets vivants, ou inanimés, mais une manifestation spécifique d'humanité »

Hanna Arendt, dans *Condition de l'homme moderne*.

Véhiculés en même temps que le message, les emojis se dressent pour les politiques comme des adjuvants qui viennent enrichir leurs communications. Les emojis nourrissent la rhétorique des hommes politique. Utiliser comme ponctuation expressive et subjective, ils sont typiques du caractère informel que prennent les communications en situation de CMO. Il s'agit dans cette partie d'explorer les significations émotionnelles ou non qu'ont les emojis utilisés par la sphère politique. Quelles sont les conditions de ce possible partage d'émotions ? Quelle est l'importance donnée aux normes sociales ? Les emojis seraient reconnus et interprétés comme de l'information non verbale, une communication non de mots mais d'émotions. Mais alors que les usages lambda affichent une prédominance des emojis émotionnels, l'usage s'en trouve être tout autre pour les politiques. A travers cela, nous analyserons de manière précise le rôle des emojis dans la communication numérique des politiques.

Paragraphe A : Les catégorisations possibles des emojis dans l'usufruit politique.

Nouveau registre de l'écrit informel, les emojis contiennent une véritable force illocutoire, notamment en terme d'indication des intentions du locuteur. Nouvelle forme numérique de l'éloquence politique, on en vient à comparer les emojis aux didascalies du théâtre (Mourlhon-Dalliès et Colin 1995 et 1999). Les emojis ont fait se dresser le concept « d'image conversationnelle » d'André Gunthert, dans ce nouvel univers de conversation, cet

univers linguistique augmenté, où l'image est venue ajouter de nouveaux degrés de signification. Selon lui « Sur Internet, l'emoji est un code universel, compréhensible par tous »¹²². Nous l'avons vu, les emojis sont des nouveaux moyens d'introduire dans les écrits numériques des fonctions et des mécanismes habituellement propres à l'oral. Anis déclare à ce sujet : « Dans l'espace virtuel de la communication électronique, les scripteurs dématérialisés doivent, pour se positionner comme sujets de l'énonciation, utiliser des artefacts symboliques verbaux et iconiques »¹²³. En effet, cette donc une certaine intelligibilité et cohérence des messages qui est influencées par la présence des emojis¹²⁴. Véritable aide dans l'expression d'intention, les emojis seraient donc un moyen de lever ou réduire l'ambiguïté et de détendre l'atmosphère : « Emoji are useful components for working socially across computational media (...) Frequently serving to complement or complicate speech, emoji can also function as instance of phatic expression »¹²⁵. Mettre des emojis, c'est choisir de traduire en signes iconiques des données d'expérience que l'on pourrait exprimer par des mots. Rôle descriptif, monstratif, voire performatif, les emojis sont de véritable indices d'émotions, d'idées, d'objets signifiants. Servant d'une part à la convivialité et l'affect, l'utilisation des emojis par les politiques s'avère aussi, et de façon majoritaire être de l'utilitaire et du pratique¹²⁶. Ainsi on peut considérer que l'utilisation des emojis répond en partie à une logique de manifestation d'appropriation des codes communicationnels contemporains¹²⁷. Ces symboles ont un impact indéniable dans notre société. Dans cette utilisation est pré-inscrit le visible et le dicible politique.

Nous l'avons vu, les emojis sont présents en nombre. Divers et classés, certains ont tentés d'en faire des catégorisations, selon différents niveaux, afin de mieux les appréhender. Michel Marcoccia (2007) a produit dans ses recherches une division en plusieurs catégories des smileys, celle-ci est particulièrement percutante une fois adaptée à notre analyse des emojis :

¹²² BOURGOIS, Raphaël et CHALANDON, Mélanie. *Parlez-vous l'émoticône ?* Diffusée le 28/07/2017 sur France Culture.

¹²³ ANIS, Jacques. Approche sémiolinguistique des représentations de l'ego dans la Communication Médinée par Ordinateur. In: *Langages*, 35^e année, n°144, 2001, p37.

¹²⁴ MARCOCCIA, Michel, GAUDUCHEAU, Nadia. « L'analyse du rôle des smileys en production et en réception : un retour sur la question de l'oralité des écrits numériques ». *Tech-CICO (ICD, CNRS : Université de technologie de Troyes)*, Glottopol, N°10, juillet 2007, p51.

¹²⁵ STARK, Luke, CRAWFORD, Kate. « The Conservatism of Emoji: Work, Affect, and Communication ». *Social media + Society*, 2015, p6.

¹²⁶ LARDELLIER, Pascal, LIENARD, Fabien, BELLENGER, Clément. « Des émoticônes à « l'hyper-ception ». Les modalités « technico-relationnelles » de l'expression des émotions en situation de communication interpersonnelle électronique ». *Revue de synthèse à orientation sémiologique, Helbo*, 2014, « Sémiotique des émotions » p10.

¹²⁷ MARCOCCIA, Michel, GAUDUCHEAU, Nadia, op.cit.

- **Emojis expressifs** : permettent de rendre plus accessibles les sentiments et les émotions de l'auteur du message. Ici, la relation entre un emoji expressif et le contenu verbal du message est d'apporter une information sur l'état émotionnel de l'émetteur, qui est accessible par son contenu verbal. On parle alors d'un enrichissement par une modalisation appréciative (Le Querler 1996). A noter que l'emoji peut être outre permettre d'explicitier la dimension émotionnelle d'un message lorsque son contenu verbal rend possible plusieurs interprétation.
- **Emojis d'ironie et d'humour** : permettent de désambiguïser le contenu des messages.
- **Emojis relationnels de proximité** : permettent à un locuteur d'indiquer qu'il entretient ou aimerait entretenir une relation de familiarité ou de connivence avec son destinataire. Certains emojis peuvent ainsi être analysés comme des taxèmes de proximité (Kerbrat Orecchioni 1987) qui seront en corrélation avec d'autres indices discursifs (tutoiement, utilisation d'un registre familial).
- **Emojis de politesse** : peuvent être vus comme des procédés de politesse qui servent à atténuer le caractère froid, ou menaçant du contenu verbal d'un message.

Avec cette catégorisation, il est maintenant plus aisé d'appréhender l'utilisation des emojis par les politiques à travers quatre dimensions : l'émotion, la cohérence, la familiarité et la politesse. On peut en outre rapprocher ces quatre dimensions des fonctions habituelles du non verbal et du paraverbal dans la communication en face-à-face. La fonction expressive du non verbal et du paraverbal se fonde sur l'expression faciale des émotions de basa (Ekman 1993). La fonction interprétative du non-verbal renvoie à la « mimogestualité connotative » (Cosnier & Brossard 1984), qui participe à la constitution et à l'interprétation des énoncés. La communication non verbale et paraverbale contribue en outre au maintien de la relation et à la synchronisation interactionnelle (Cosnier & Brossard 1984). Et enfin, le non verbal peut être vu comme contribuant à la politesse, parce qu'il permet de limiter le travail cognitif de l'interlocuteur et de maintenir une relation satisfaisante¹²⁸.

Outre ceci, nous nous devons aussi d'évoquer ensemble une seconde catégorisation, celle-ci plus simple, entre smiley positif, négatif ou phatique. Cette catégorisation formulée par Marcoccia et Gauducheau se centre elle plus sur les attitudes du locuteur, et l'utilisation des emojis comme de véritable appel à la communication, à l'échange. Ainsi nous retrouvons bien

¹²⁸ MARCOCCIA, Michel. « La représentation du nonverbal dans la communication écrite médiatisée par ordinateur », *Communication et Organisation*, p3-4.

l'idée des emojis comme « social technics »¹²⁹. Perçus comme de belles icônes, dans une profusion de couleurs et de signification, les emojis se retrouvent, dans l'utilisation politique qu'il est en fait, avoir un rôle de maintien des relations sociales, dans des logiques d'économie et d'efficacité. De cette transformation sémiotique, la parole politique devenue iconisée est donc dépendante d'objectifs et de codes sociaux. Les emojis sont employés pour leur signification, mais on leur reconnaît une force illocutionnaire, agissant dans la parole comme peut le faire la ponctuation. Ces symboles font un travail considérable pour souligner le ton, introduire de l'humour, ou donner aux individus un moyen rapide et efficace d'apporter une certaine personnalité dans les espaces d'expression monochrome que sont les réseaux. Utiliser des emojis dans sa communication revient, pour un sujet politique, à partager ses idées avec une certaine créativité et expressivité. Les emojis sont une nouvelle forme d'expression créative, même si ils sont fonctions de limites réelles que nous venons de voir. Les emojis complexifient les communications contemporaines avec l'essor de l'iconicité, créent de nouvelles avenues pour l'expressivisme numérique, tout en restant en fin de compte au service du marché. Il est parfaitement intéressant dès lors de percevoir l'usage contemporain des emojis, par les politiques notamment, nous renvoyer à un ensemble d'images apparemment banales mais qui sont en fait sujet à manipulation pour produire une telle diversité communicative.

Paragraphe B : La stratégie de l'émotion en politique

L'expression des émotions en situation de communication interpersonnelle électronique n'est plus une nouveauté. Mais c'est la stratégie digitale de l'émotion des politiques, sous ce type de format, qui inédite. Abordons dès à présent les dimensions émotionnelles des communications politiques sur *Twitter*. En recontextualisant ces communications, on comprend mieux la place des émotions dans le contrat de communication qui est sous-jacent aux échanges, et à une certaine intimité que les politiques tentent, via les emojis, de (re)créer. Selon Rimé (2005), le partage social des émotions peut conduire à modifier les rapports et instaurer un rapprochement affectif entre des personnes qui ne possèdent pas de liens préalables. A la distance physique imposée par la technologie s'oppose donc un certain rapprochement affectif.

¹²⁹ STARK, Luke, CRAWFORD, Kate. « The Conservatism of Emoji: Work, Affect, and Communication ». Social media + Society, 2015, p4.

La place de l'émotion dans le champ politique contemporain est désormais capitale, et semble corroborer avec une croyance en l'efficacité du symbole, ici les emojis.

Nous l'avons vu les emojis posent de manière évidente la question de leur rapport aux émotions. L'un des objets typiques de l'arsenal d'émotion à notre disposition est l'emoji « face ». Pour ce qui est de notre analyse, nous entendons dans la catégorie « emojis expressifs », tous les emojis liés aux émotions, sentiments, affects : c'est-à-dire les emojis « face », « cœur », etc. Ces emoji expressifs sont les indices ou index conventionnels d'un modus, c'est-à-dire, d'une émotion, ou plus généralement d'une attitude subjective que le locuteur fait porter sur l'énonciation d'un dictum¹³⁰. Les emojis face s'apparentent à l'immédiateté de la reconnaissance des émotions qui désigne naturellement le visage comme le lieu le plus évident de leur détection¹³¹. Symbole figuratif de mimiques faciales, sujet de conventions, ils reposent sur le même principe que la combinaison de kinèmes en kinémorphèmes dans la théorie de Birdwhistell. Expressif, l'emoji a une fonction d'autoportrait ou d'illustration de celui qui produit le message.

Intéressons-nous maintenant plus spécifiquement au contenu émotionnel des emojis dans l'usage des sujets politiques de notre corpus d'analyse. Premièrement, nous pouvons remarquer dans notre dépouillement une prédominance d'emojis dits positifs sur ceux dits négatifs. (Voir tableau de dépouillement, en Annexe 7). Outre ceci, la multiplicité et diversité des emojis face est incontestable. L'ensemble, à quelques rares exceptions, des emojis faces proposé dans le set de *Twitter* sont utilisés par la classe politique française actuelle (Annexe 3).

¹³⁰ HALTE, Pierre. Les marques modales dans les chats : étude sémiotique et pragmatique des interjections et des émoticônes dans un corpus de conversations synchrones en ligne (En ligne). Thèse de doctorat en Science du langage. Luxembourg, Université du Luxembourg et de Lorraine, 2013, p232.

¹³¹ EVANGHELOU Athanassios D. « Voyages virtuels et transport d'émotions sur Internet ». In: *Quaderni*, n°39, Automne 1999. Transport matériel et immatériel. pp. 105.

Illustration 6 : Cas d'utilisation d'emoji face positif au sein d'un tweet politique.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de Sophie Cluzel conduite par l'auteure.

Illustration 7 : Cas d'utilisation d'emoji face négatif au sein d'un tweet politique.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de Sophie Cluzel conduite par l'auteure.

Illustration 8 : Cas illustrant la diversité des emojis employés au sein d'un tweet politique.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de Sophie Cluzel conduite par l'auteure.

L'on reconnaît avec ces quelques captures de tweet de Sophie Cluzel, la diversité des emojis face utilisés par un sujet politique. À noter que les messages pourvus d'emojis positifs sont retweetés plus souvent que ceux négatifs, ce qui joue sans conteste sur leur utilisation par les sujets politiques. Le smiley, l'emoji face peut être une aide apportée au destinataire pour qu'il puisse aisément interpréter les énoncés. On peut, comme Mourlhon-Dalliès & Colin (1995), parler de smiley interprétatif. L'emoji « clin d'œil », par exemple, a généralement cette fonction car il permet de lever les ambiguïtés des énoncés ironiques ou humoristiques »¹³². Pour les politiques, les emojis face semblent souligner le sentiment, et l'expressivité personnelle qui se dégage de chacune de leurs participations aux réseaux.

Il y a toujours eu dans nos communications des signes qui ont eu comme fonction spécifique d'indiquer les émotions du locuteur : les interjections, les onomatopées, etc. Ainsi la place de l'émotivité et de la subjectivité dans la communication s'est toujours avérée importante, seulement avec les emojis elle est rendue plus visible. Plus visible que jamais, les emojis témoignent néanmoins assez finement des émotions du locuteur. Les emojis se dressent comme

¹³² MARCOCCIA, Michel. « La représentation du nonverbal dans la communication écrite médiatisée par ordinateur », Communication et Organisation, p3.

de puissant vecteur d'affectivité dans la communication politique numérique. Les sujets politiques les utilisent pour incarner leurs émotions. L'emoji face traduit le visage du locuteur alors contraint à être absent en situation de communication électronique. A partir des composants physiques de l'émotion, l'emoji est un marqueur de présence du locuteur rendu possible par une modélisation informatique. Considérés comme des indices privilégiés marquant les états émotionnels du locuteur, nous retrouvons les gestes, la posture du corps et l'expression faciale¹³³, ce qui explique la prédominance de ce type d'emoji dans les sets. Les emojis nous incitent à prendre en compte le corps à l'écran. On ne peut nier la valeur émotionnelle des emojis, qui sont utilisés pour les sujets politiques comme une « plus-value émotionnelle », pour reprendre les termes de Cyrus North.

Il semble, en outre, que nous pouvons considérer l'usage des emojis face par les politiques comme une stratégie de séduction iconique. L'expression des émotions jouant fortement dans les interactions sociales, le sourire virtuel se retrouve utilisé pour paraître sympathique. L'emoji face permet au locuteur d'indiquer la relation qu'il désire instaurer avec le lecteur, en donnant ainsi une tonalité particulière à l'échange¹³⁴. L'émotion figure alors comme un ressort majeur de l'expression sociale. Les manifestations émotionnelles des politiques ne sont donc pas si contingentes que l'on aurait pu les penser, elles sont médiatisées par des intentions sociales marquées. L'usage d'un emoji face semble répondre à des règles sociales comparables à celles de la production d'expressions faciales émotionnelles¹³⁵. Les emojis s'inscrivent dans un processus de cadrage plus large qui est de faire du face-à-face avec de l'écrit, car en effet l'utilisation d'emoji face reste principalement un moyen de réduire l'aspect désincarné de la CMO¹³⁶. Entre renforcement ou atténuation, la présence d'emojis, ces facteurs affectifs, modifie la compréhension, l'interprétation ainsi que la mémorisation du message. En traitant les emojis face comme des signes de ponctuation expressive, comme c'est le cas dans nos exemples, nous soulignons leur dimension relationnelle, car nombre d'emoji face ont avant tout une fonction phatique, de maintien de contact¹³⁷. Sur un média perçu comme froid et anonyme,

¹³³ LAZAR, Jan. « Communication à caractère émotionnel dans l'espace virtuel : questions quantitatives sur un corpus tchaté, *Romanica Olomucensia*, 2015 vol 27, Numéro 1, p74.

¹³⁴ Idem, p3.

¹³⁵ GAUDUCHEAU, Nadia. « La communication des émotions dans les échanges médiatisés par ordinateur : bilan et perspectives ». *Bulletin de Psychologie*, tome 61, 2008, p9.

¹³⁶ MARCOCCIA, Michel. « Les smileys : une représentation iconique des émotions dans la communication médiatisée par ordinateur », dans C. Platin, M Doury, V Traverso (dirs), *Les émotions dans les interactions communicatives*, Lyon, ARCI, Presses Universitaires de Lyon, 2000, pp 249-263.

¹³⁷ MARCOCCIA, Michel, GAUDUCHEAU, Nadia. « L'analyse du rôle des smileys en production et en réception : un retour sur la question de l'oralité des écrits numériques ». *Tech-CICO (ICD, CNRS : Université de technologie de Troyes)*, Glottopol, N°10, juillet 2007, p46.

dépourvu de « présence social »¹³⁸, les politiques s'expriment pour créer et entretenir du lien social, pour coopérer et diffuser. Les bruyants affectés des politiques sur *Twitter* sont en effet à comprendre à travers le social, leurs témoins, nous. L'émotif se dresse alors à la fois comme constatatif, il décrit une réalité sensible, et performatif, car il modifie la production du locuteur et la réception de son interlocuteur. L'emoji qualifie un état émotionnel, mais influe aussi sur l'interaction en cours et les états subjectifs des individus¹³⁹.

Nous l'avons vu, les emojis cœur font pour nous partie de la catégorie « *emojis expressifs* ». De manière ponctuelle/rare, les emojis cœurs ne sont pour autant pas inexistant dans la communication des politiques sur *Twitter*. Ceci a été un des facteurs étonnants dans notre travail de dépouillement. En effet, ces derniers illustrent un niveau supérieur d'irruption du caractère émotionnel, et privé dans les tweets.

Illustration 9 : Cas d'utilisation d'emoji cœur au sein d'un tweet politique.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de Benjamin Griveaux conduite par l'auteure.

¹³⁸ WALTHER, Joseph B, D'ADDORIA, KYLE P. "The Impacts of Emoticons on Message Interpretation in Computer-Mediated Communication". Rensselaer Polytechnic Institute, Social Science Computer Review, Vol 19, Sage Publications 2001, p 326.

¹³⁹ DELUERMOZ Quentin, FUREIX Emmanuel, MAZUREL Hervé et OUALDI M'hamed. « Écrire l'histoire des émotions : de l'objet à la catégorie d'analyse », Revue d'histoire du XIXe siècle [En ligne], 47 | 2013, p6.

Illustration 10 : Cas supplémentaire de l'emploi d'emoji cœur au sein d'un tweet politique.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de Benjamin Griveaux conduite par l'auteure.

Aisément utilisé dans nos communications électroniques quotidiennes, l'usage de l'emoji cœur a pu dans un premier temps nous étonner. Nous avons pensé irruption du privé dans le public, visibilité de la vie privée des sujets politiques sur *Twitter*, adoption des codes personnels pour utilisation professionnelle, etc. Il n'en est rien, car comme nous le voyons par ces captures de tweets de Benjamin Griveaux, l'usage des emojis cœurs illustrent exclusivement un contenu politique. Dans les deux cas présents, les emojis remplacent les mots « cœur », il n'est pas question d'une redites de contenu. Ce remplacement nous informe du pouvoir illocutoire des emojis, et de leur pouvoir performatif. Ici l'emoji est préféré au mot par le politique. Il est intéressant aussi de voir l'affectivité comme composante du message, au même titre que l'information, et non seulement comme un complément¹⁴⁰. L'usage de l'emoji cœur constitue à lui seul un discours expressif en tant que tel. Stratégiquement intelligent, les emojis permettent aux acteurs politiques de communiquer sur l'affect sans pour autant avoir à l'explicitier.

Par les quelques exemples que nous venons de traverser, nous avons pu appréhender le ressort émotionnel, apporté par les emojis, dans le discours politique numérique comme sujet d'un bon nombre de stratégies communicationnelles. Cela nous fait revenir sur notre dénomination. Comme cela a été fait par Marty (1908), Caffi et Janney (1994) marque une distinction entre ce que l'on nomme « communication émotive » et « communication émotionnelle » (p 348). La

¹⁴⁰ EVANGHELOU Athanassios D. « Voyages virtuels et transport d'émotions sur Internet ». In: *Quaderni*, n°39, Automne 1999. Transport matériel et immatériel. pp. 107.

communication émotive convient des signes, d'usage intentionnel, de stratégie des émotions rationnelle, soit d'une « désorganisation organisée », quand la communication émotionnelle convient d'irruption des émotions vécues, soit d'une « désorganisation inorganisée »¹⁴¹. Ainsi l'usage intentionnel, communicationnel et stratégique des émotions est opposé à l'irruption des émotions dans l'activité langagière. La problématique entre l'expression et la communication des émotions se pose alors. Pour ce qui est de l'usage politique que nous avons analysé, celui-ci illustre un usage presque exclusivement stratégique, ce qui remet en doute l'accès aux subjectifs des sujets politiques que semblait permettre les emojis. La production ou la captation d'émotions se retrouve ici être un enjeu de pouvoir. Avec les émotions c'est une nouvelle « politique des émotions » qui est tissée d'un double effort de régulation et de mobilisation¹⁴². Selon Deluermoz & Fureix encore, « l'expression et l'attribution des émotions dans une interaction sociale contribuent à produire de nouvelles positions entre individus, attestant l'existence d'une « micropolitique des émotions »¹⁴³. En étudiant la charge émotionnelle des emojis utilisés par les politiques, on en vient à se rappeler combien les grecs considéraient le pathos comme une partie intégrante de l'art oratoire¹⁴⁴. Dans une société qui marche aux désirs et aux affects, les interventions politiques jouent avec un certain équilibre affectif, qui affecte les individus sous le ressort de l'institution¹⁴⁵. Véritable « catalyseur émotionnel »¹⁴⁶, les emojis illustrent l'expression ritualisée des émotions dans nos interactions contemporaines et la pertinence de cet outil émotionnel dans la communication politique. Cela Lordon, les emojis renvoie à la « part passionnelle des configurations institutionnelles »¹⁴⁷. La médiation par l'écran offre aux politiques des possibilités d'expression et de mise en récit inédites. Les emojis, procédés d'expression des émotions typique d'Internet, sont devenus les accompagnants quasi-naturels du discours politique. Marques linguistiques des affects dans le discours argumentatif, ils sont les traces d'un métadiscours trahissant ou disant la stratégie expressive des acteurs

¹⁴¹ **Emotive communication:** the intentional strategic signalling of affective information in speech and writing (e.g. evaluative dispositions evidential commitments, volitional stances, relational orientations, degrees of emphasis, etc) in order to influence partner's interpretation of situations and reach different goal.

Emotional communication: a type of spontaneous, unintentional leakage or bursting out of emotion in speech.

¹⁴² DELUERMOZ Quentin, FUREIX Emmanuel, MAZUREL Hervé et OUALDI M'hamed. « Écrire l'histoire des émotions : de l'objet à la catégorie d'analyse », *Revue d'histoire du XIXe siècle* [En ligne], 47 | 2013, p8.

¹⁴³ Idem, p5.

¹⁴⁴ BEHAGUE, Dominique. Analyse multimodale de l'émotion dans un discours convaincant. Thèse en ligne. Thèse de doctorat en Psychologie Sociale. Paris, Université Paris 8, 2007, p71.

¹⁴⁵ LORDON, Frédéric. *La société des Affects. Pour un structuralisme des passions*. Paris, Editions du Seuil, 2013, p16.

¹⁴⁶ SALARIS, Coline. « Mobiliser par émotions, mobiliser les émotions. Le cas des victimes du Distillbène », *Revue française de science politique* 2017/5 (Vol. 67), p 875

¹⁴⁷ LORDON, Frédéric, op.cit. p13.

politiques. Cette « compétence d'expression émotionnelle »¹⁴⁸ semble indispensable politiquement, car répondant à des objectifs autant pragmatiques qu'argumentatifs. Les émotions sont à la fois mobilisatrices et publiquement mobilisables, et deviennent par l'objet emoji de véritable « pathèmes »¹⁴⁹ dans le discours politique. La communication des émotions sur Internet est complexe car elle implique des comportements particuliers pour s'adapter à la situation. Cette communication imagée repose en grande partie sur une pédagogie émotionnelle d'affects collectivement partagés et retraduits. A travers la fréquence de l'expression des émotions, la détermination des émotions qui peuvent être exprimées, leur intensité, leurs procédés d'expression, et les destinataires auxquels elle s'adresse, nous rendons compte des fonctions informatives que prennent les emojis pour les politiques : expressive, interprétative, amplificatrice, marqueur de relation, procédé de politesse, ou encore marqueur personnel.

Paragraphe C : Une majorité d'emojis distants de l'émotionnel.

A la vue de nos résultats de recherche, il semble que, contrairement à nos pensées et hypothèses initiales, la majorité des emojis utilisés par les politiques n'ont de lien avec un aspect émotionnel, ou affectif. Dans l'usage lambda, les emojis les plus utilisés sont les emojis faces, mais dans l'usage politique, on se rend compte *ipso facto* que ce sont d'autres catégories qui sont préférées. En effet, dans l'usage des emojis, politique ou non, on ne doit pas négliger le caractère utilitaire voire esthétique de ces procédés graphiques qui renvoient à la tradition du figuratif dans l'écrit¹⁵⁰. Dans les faits, l'usage des emojis par les politiques se trouve très technique, et didactique. Selon Marccoccia (2000) une nouvelle fois, on peut considérer que les emojis ont avant tout une fonction sociale, ils relèvent d'un sociolecte et sont des indices de l'appartenance du locuteur au groupe des internautes et de la maîtrise des codes de ce groupe. Ainsi mesurer le pouvoir d'information et de communication des discours politiques sur *Twitter*, c'est aussi appréhender les emojis comme des modélisateurs de parole. Les emojis donc, supportent en eux une polysémie, une plurifonctionnalité, une diversité de sens qu'ils

¹⁴⁸ PLANTIN, Christian, DOURY, Marianne et TRAVERSO, Véronique. *Les émotions dans les interactions*. Presses Universitaires de Lyon, 2000, p 13.

¹⁴⁹ COLLETTA, Jean-Marc et TCHERKASSOF Anna. *Les émotions. Cognition, langage et développement*. Paris, Edition Mardaga, 2003, p 118.

¹⁵⁰ MARCCOCIA, Michel. « Les smileys : une représentation iconique des émotions dans la communication médiatisée par ordinateur », dans C. Platin, M Doury, V Traverso (dirs), *Les émotions dans les interactions communicatives*, Lyon, ARCI, Presses Universitaires de Lyon, 2000, p6.

disséminent en fonction des souhaits des scripteurs (Marcoccia et Gauducheau, p 52 ; Lardellier, Liénard, Bellenger, p12). La signification varie donc, et dépend largement des objectifs, de la perception, de l'usage et de la signification visée. Ainsi l'on voit nombre de catégories, que nous avons répertoriées en annexe, qui se sont vu approprié par le corps politique pour recevoir ensuite une sémantisation spécifiquement contextuelle. La production et l'interprétation des emojis, ici dans leur utilisation politique, se trouve donc déterminée par des conventions. Les emojis prennent une connotation politique. De notre corpus d'analyse, et notre tableau de dépouillement, nous découvrons alors plusieurs catégories d'emojis les plus utilisés par les sujets politiques. En voici deux, qui sont manifestement les plus utilisés et rende compte de l'objectif qui couvrent l'usage des emojis par les politiques sur les réseaux sociaux.

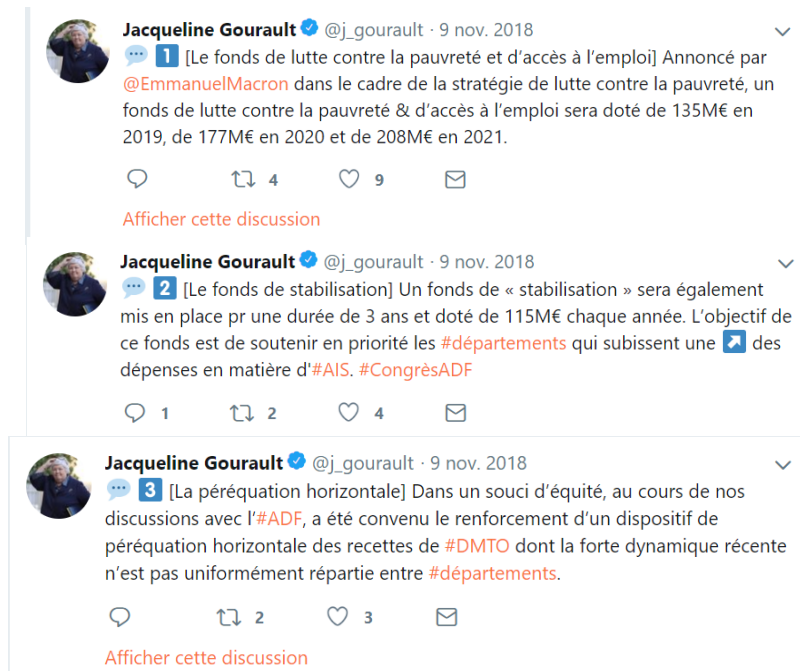
➤ **Les emojis signalético-signifiants.**

Illustration 11 : Cas d'utilisation d'emojis signalético-signifiants au sein d'un tweet politique.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de Bruno Le Maire conduite par l'auteure.

Illustration 12 : Cas supplémentaire de l'emploi d'emojis signalético-signifiants au sein d'un tweet politique.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de Jacqueline Gourault conduite par l'auteure.

➤ Les emojis médiatico-signifiants

Illustration 13 : Cas d'utilisation d'emojis médiatico-signifiants au sein d'un tweet politique.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de Mounir Mahjoubi conduite par l'auteure.

Illustration 14 : Cas supplémentaire de l'emploi d'emojis médiatico-signifiants au sein d'un tweet politique.



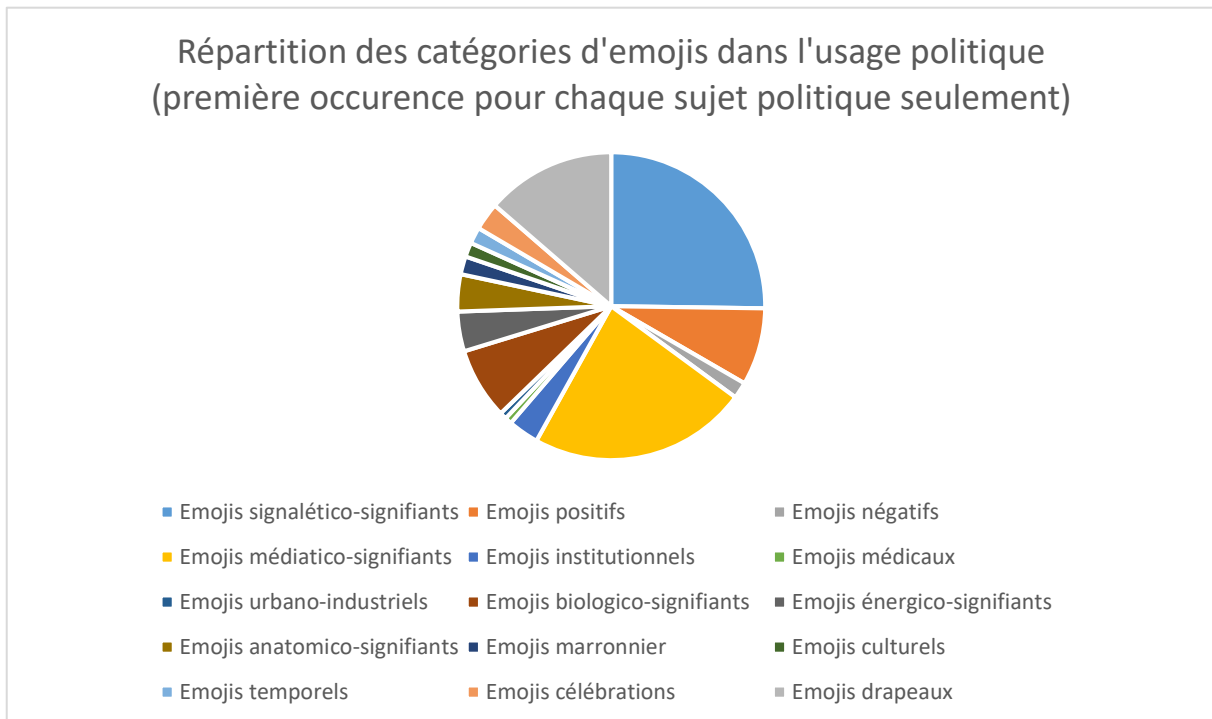
Source : Capture d'écran du compte Twitter d'Agnès Pannier-Runacher conduite par l'auteure.

Autres catégories qu'il nous a été donné d'étudier (par ordre d'importance) :

- Emoji drapeau
- Emoji biológico-signifiant (environnement + alimentation)
- Emoji énergi-co-signifiant (énergie + transport)
- Emoji anatomico-signifiant.
- Emoji célébration
- Emoji temporel
- Emoji institutionnel (économie-politique-justice)
- Emoji marronnier
- Emoji médicaux
- Emoji urbano-industriel.
- Emoji culturel

Hypothétiquement, nous pensions que la présence et la multiplication des signes graphiques dans la communication politique ajoutait au message une valeur émotive ou affective. Comme nous le voyons, les emojis ne se limitent pas à véhiculer une émotion spécifique, mais rendent compte de nombreux sujets de significations, et d'une valeur plus expressive qu'émotive. Nous découvrons que la part prise par les modalités connotatives, c'est-à-dire exprimant un sentiment est minime comparée à celle des modalités fonctionnelles ou « opératoire ». Sur les réseaux sociaux, les images semble donc se mettre à parler, elles servent explicitement l'expression personnelle, l'exposé de la bonne action politique. Les emojis dans la communication politique sur *Twitter* servent de définition contextuelle de la situation, une sorte de cadrage de l'expression politique. Pas seulement éloquent, l'emoji est aussi vecteur de normes socioculturelles. Toujours sujet à ambiguïté, une image tient sa force de sa puissance évocatrice qui doit cependant être maîtrisé par l'utilisateur qui part son utilisation affirme son appropriation de nouveaux éléments et codes de langages contemporains.

Graphique 2 : Répartition des typologies d'emojis dans leur usage politique.



Chapitre 6 : Les profils emojis des politiques.

« *La parole a été donnée à l'homme pour déguiser ses sentiments* »

Talleyrand

La constatation du fait que les partis politiques, et les chefs ou membres possèdent des « présences connectées », au sens de C.Licoppe¹⁵¹, distinctes n'est pas nouvelle dans la vie politique sur Internet, et illustre le caractère particulier des profils digitaux de chacun. En politique comme ailleurs, l'heure digitale est celle d'un individualisme de masse. A l'évidence la redécouverte des émotions tient beaucoup au retour en force, depuis plusieurs décennies, des figures de l'individu, remis au centre du paysage théorique des sciences sociales. Selon Laurence Allard, la culture digitale rend possible une individuation expressive porteuse de promesses pour une société des multitudes comme singularités cherchant le commun. La politique digitale semble être à appréhender comme une « communauté des égaux »¹⁵².

Paragraphe A : La personnalisation des profils numériques

Le site de microblogging *Twitter* propose relativement peu d'outil de personnalisation des pages personnelles qui sont publiques par défauts, c'est-à-dire accessibles à tous les membres mais aussi aux personnes qui ne sont pas inscrites sur *Twitter*. Avec la photo de profil, le texte de présentation, la couleur de l'interface, le contenu et la forme sont les seuls éléments d'une possible personnalisation. Ceci en sachant que la formation de publication est stricte et se limite à des posts ne dépassant pas 140 caractères, et donc ne laissant pas grande place à la forme, à l'esthétique. Les réseaux socionumériques supportent des modalités d'expression qui

¹⁵¹ Christian Licoppe, dir, L'évolution des cultures numériques. De la mutation du lien social à l'organisation du travail. Paris, FYP Éd., coll. Innovation, 2009, 256 p.

¹⁵² RANCIERE, Jacques. *Le partage du sensible*. Hors Collection, La Fabrique Editions, 2000, 74p.

se situent du côté de l'évolution des mœurs dans nos sociétés dans le champ de la communication et de la présentation de soi. Les dimensions techniques des dispositifs en ligne agissent en retour dans le formatage de ces expressions informelles. Fondés sur l'échange en non co-présence, ajoutés à l'instantanéité du dépôt de messages sur les plateformes, ils favorisent une libération des émotions¹⁵³. La dimension politique du réseau social est maintenant indéniable, mais ce qui est rendu visible aujourd'hui c'est « l'individualisation du champ politique »¹⁵⁴. L'exercice digital des politiques s'accompagne de l'exhibition d'une singularité. Outre les outils esthétiques, le politique publiant est individualisé par le processus même de l'écriture. La publication se trouve alors être prétexte à une présentation de soi, à l'importance de sa personnalité. En effet, nous constatons que les politiques utilisent *Twitter* avant tout comme un outil de gestion des impressions, surtout à des fins d'autopromotion, l'objectif étant la construction d'une image positive¹⁵⁵. Ici, l'utilisation de repères visuels avec du texte semble générer une attitude plus positive à l'égard de la personnalité politique qu'un contenu discursif textuel seul. Les interfaces se font accueil, bureau et foyer, ainsi les enjeux de présentation de soi, de personnalisation et d'hospitalité se voient rejoués en miniature à la surface de l'écran¹⁵⁶.

Publications fondamentalement normées, les tweets offrent au scripteur un inédit rapport au langage. Par l'utilisation des emojis, le politique procède semble-t-il à une tentative de réincarnation du langage. L'énonciateur et sa subjectivité étant réintroduit dans son énoncé, le langage se dresse alors comme un nouveau support identitaire, de monstration et de mise en visibilité de soi. Les emojis font partie de ces minuscules qui construisent la « stylistique de l'existence » de Michel Foucault. Ayant une fonction d'autoportrait, ou d'illustration de celui qui produit le message, les emojis se retrouve être le nouveau moyen d'identification sur la toile. De la même manière que la variation orthographique, les interjections et de nombreux autres, les emojis, qui caractérisent en partie l'écriture électronique, permettent aux scripteurs de marquer identitairement et émotionnellement leur discours numériques¹⁵⁷. Les emojis sont

¹⁵³ LE CAROFF, Coralie. Les usages sociopolitiques de l'actualité en ligne. S'informer, partager et commenter sur Facebook. Thèse (En ligne). Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication. Paris, Université Panthéon-Assas, 2015, p46- 90.

¹⁵⁴ LE BART, Christian. « Publier pour exister. Le livre politique, un média pour accéder aux médias », Politiques de communication 2016/2 (N° 7), p 70.

¹⁵⁵ VERVILLE, Mélanie et GIASSON, Thierry. « Les partis politiques provinciaux québécois à l'heure du Web 2.0 et des médias sociaux ». Congrès de l'Association canadienne de science politique, Waterloo, 16-18 mai 2011.

¹⁵⁶ CASILLI, Antonio. *Les Liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?* Paris, Couleur des idées, Edition du Seuil, 2010, 336p.

¹⁵⁷ LARDELLIER, Pascal, LIENARD, Fabien, BELLENGER, Clément. « Des émoticônes à « l'hyper-ception ». Les modalités « technico-relationnelles » de l'expression des émotions en situation de communication

donc à appréhender comme des « marques modales », ou plus généralement du « modus » propre à chaque sujets politiques intervenants. Ce langage de l'image performe leurs identités. Pour Olivier de France « Cette description de la politique contemporaine exprime à sa manière le lent mouvement tectonique qui amène l'individu à construire désormais ses propres repères et à raconter son propre récit »¹⁵⁸. L'aspect déictique, et indiciel d'attitude subjective de la part des emojis semble indéniable. Ils sont les marqueurs d'un engagement et d'une implication dans la situation d'énonciation et d'une prise en charge du discours par le locuteur¹⁵⁹. Nouvelles formules modales, les emojis remplissent des fonctions énonciatives et plus généralement pragmatiques. Introduits par le locuteur pour accompagner son propre énoncé, il s'agit pour lui, en général, de donner des indices interprétatifs révélant son modus, c'est-à-dire la façon dont il se positionne par rapport aux contenus et aux représentations qu'il énonce¹⁶⁰. En portant notre attention sur l'emploi des emoji par les individus politiques, notre analyse semble prendre un caractère quelque peu psychologisant/psychanalysant. Dans le chemin d'accès aux emojis, avant d'obtenir tous les emojis classés par thématique et onglets, une première page convient des emojis utilisés récemment et fréquemment. Ainsi, dans cette optique nous percevons que l'utilisation des emojis est fortement structurée par des caractères personnelles, culturelles ou encore sociaux. *De facto*, certains emojis, comme certaines émotions, sont appropriés à certaines circonstances, chez certaines personnes qui ont un certain statut.

Paragraphe B : Quatuor type de profils emojis des politiques.

A l'analyse de notre corpus, différents types de profils s'avèrent éloquentes. Nous avons choisi de nous concentrer sur quatre exemples d'entre-eux, ceux qui nous semblaient les plus signifiants pour comprendre dans leur ensemble les logiques qui sous-tendent l'utilisation d'emoji par cette sphère. Sur *Twitter*, l'ensemble des modalités discursives permet finalement

interpersonnelle électronique ». Revue de synthèse à orientation sémiologique, Helbo, 2014, « Sémiotique des émotions » p8.

¹⁵⁸ DE FRANCE, Olivier. « La géopolitique des humeurs. L'individu et le citoyen face aux bouleversements technologiques », *Revue internationale et stratégique* 2018/2 (N° 110), p. 73.

¹⁵⁹ HALTE, Pierre. Les marques modales dans les chats : étude sémiotique et pragmatique des interjections et des émoticônes dans un corpus de conversations synchrones en ligne (En ligne). Thèse de doctorat en Science du langage. Luxembourg, Université du Luxembourg et de Lorraine, 2013, p216.

¹⁶⁰ Idem p248.

aux scripteurs de construire, à l'aide du discours électronique, leur identité numérique¹⁶¹. Nous l'avons vu, les stratégies de présentation de soi sont fortement individualisées, et par l'écriture, les emojis sont à appréhender comme une nouvelle façon de se présenter. Même si indéniablement l'emoji le plus répandu et utilisé par les sujets politiques français est celui « index du revers » en couleur jaune, nous ne sommes pas sans remarquer que les comptes *Twitter* diffèrent véritablement d'une personne à l'autre. L'usage du média, et ses conditions sont distincts selon les personnalités et caractères mais aussi selon les statuts de chacun. En effet, la nature même de la fonction politique contient de l'explicatif. Ainsi, la signification même des emojis va au-delà des positions affectives et varie avec le contexte social et l'identité de l'auteur. Le tournant émotionnel, ici à travers les emojis, semble donc porter à son comble le retour théorique à l'individu¹⁶². Cela se joue entre besoin de représentation et besoin d'expression. Outil de modalisation du contenu propositionnel faisant porter sur lui la subjectivité du locuteur, le recours aux emojis semble répondre à un souci de différenciation. Compte tenu de cette tendance grandissante sur le plan de la communication politique, il est donc compréhensible que l'utilisation de *Twitter* par les sujets soit personnalisée et intime à chacun. Malgré l'insertion du politique dans cette exposition de soi précisément, l'on reconnaît après analyse de multiples et singulières signatures emoji en fonction de chaque personnalité ou institution politique étudiée. Les emojis deviennent la nouvelle signature personnelle des politiques, ils sont l'illustration de l'ancrage énonciatif du locuteur. Ajouté au langage habituel, le sujet politique, avec les emojis, se met en scène dans son propre discours. Mais alors, que nous apprennent ces emojis sur les personnalités politiques qui les utilisent ?

> *Emmanuel Macron : l'inexpressif.*

Président depuis mai 2017, Emmanuel Macron est, comme tous les sujets politiques contemporains et dans leur temps, présent sur les réseaux sociaux, ici *Twitter*. L'utilisation des emojis par Emmanuel Macron est indéniablement rare, cependant nous voulions en préciser les contours et tenter quelques explications de ce recours aussi discret aux emoji. Inscrit depuis

¹⁶¹ LARDELLIER, Pascal, LIENARD, Fabien, BELLENGER, Clément. « Des émoticônes à « l'hyper-ception ». Les modalités « technico-relationnelles » de l'expression des émotions en situation de communication interpersonnelle électronique ». *Revue de synthèse à orientation sémiologique, Helbo*, 2014, « Sémiotique des émotions » p 13.

¹⁶² LORDON, Frédéric. *La société des Affects. Pour un structuralisme des passions*. Paris, Editions du Seuil, 2013, p9.

octobre 2013, Emmanuel Macron compte le nombre d'abonnés le plus important 3,29M (à la date de fin de dépouillement). A la vue du profil, l'utilisation d'image, de vidéo, de liens hypertextes, mais aussi de procédés communicationnels propre à *Twitter*, tels que l'arobase @ et le hashtag #, l'accoutumance aux techniques de communication électronique semble se tenir en contradiction avec son utilisation, presque inexistante, des emojis. Au sein de notre corpus d'analyse, un seul emoji utilisé a pu être répertorié. En prenant en considération le classement qui a été le nôtre pour l'ensemble de cette recherche, l'emoji utilisé est catégorisé dans les « emojis signalético-signifiant ». Il s'agit de celui-ci : 🇫🇷 . Outre l'utilisation des emojis, qui est une marque de subjectivité dans l'écriture, nous reconnaissons dans les publications électroniques d'Emmanuel Macron une volonté de réserve. Ainsi les tweets du président sont concis, une à trois phrases se suivent marquée par une ponctuation souvent peu expressive. Le contenu ne convient lui non plus d'une expressivité flagrante, au contraire, les propos tiennent principalement sur des relais d'actualité, et des énoncés informatifs. Il semble notoire de relever pour autant que le président est le seul à avoir certains tweets en langues étrangères (allemand ou anglais).

Illustration 15 : Cas d'analyse de l'expression du Président sur *Twitter*.



Source : Capture d'écran du compte Twitter d'Emmanuel Macron conduite par l'auteure.

Concernant les tentatives d'explication à cette unique utilisation d'emojis par le président, il semble que cela ne peut être qu'une question de personnalité de l'individu. En effet, la tonalité émotionnelle et subjective, et en cela l'usage de emojis, semble globalement liée à une

situation. Selon leurs rôles et qualités, les politiques ne peuvent pas communiquer les mêmes choses. Le statut politique étant ubiquiste, les sujets politiques sont contraints de prendre en compte leur rôle, et ses impératifs dans leur communication, ici électronique, même si celle-ci se veut informelle.

> *Marlène Schiappa : la méthodique.*

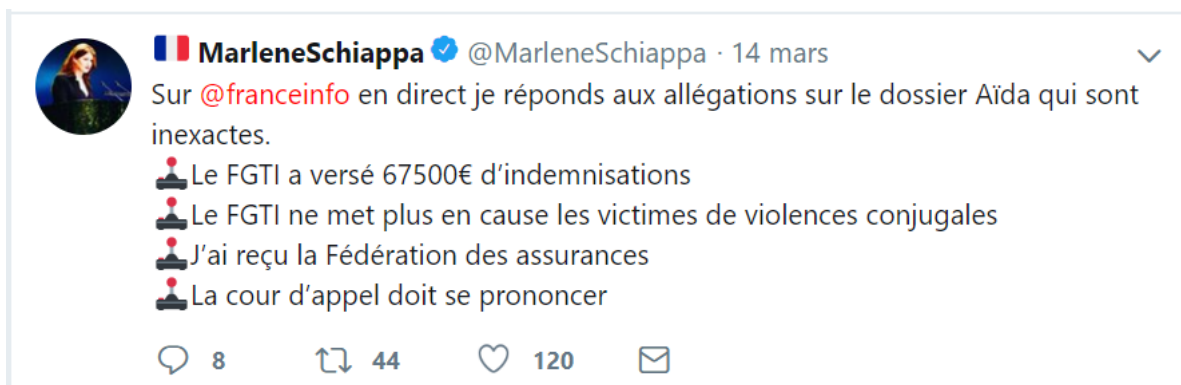
Secrétaire d'Etat à l'égalité femmes-hommes et à la lutte contre les discriminations, Marlène Schiappa est inscrite sur *Twitter* depuis mars 2008. Son profil *Twitter* est remarquable, au sein de l'ensemble de notre corpus, aux vues du caractère pionnier de sa présence numérique. Celle-ci se trouve aussi remarquable par le nombre de ses tweets : 33,1K (à la date de fin de dépouillement), ainsi que par le nombre de « mention j'aime » : 46,3K (à la date de fin de dépouillement). Ces deux derniers éléments, et singulièrement le second exprime une manière toute différente des autres de la part de Marlène Schiappa d'utiliser la plateforme *Twitter*. L'utilisation prend ici un caractère plus social, plus dialogique, contrairement à l'utilisation totalement monologique que nous venons de voir avec Emmanuel Macron. En effet, Marlène Schiappa fait partie des sujets politiques qui tweet et retweet beaucoup, utilise de manière importante les photos, vidéo, ou emoji, et qui semble bien marquer un désir d'interagir avec sa « communauté ».

En ce qui concerne l'utilisation des emojis, Marlène Schiappa se singularise par son usage de l'emoji « drapeau français » au sein même de son pseudonyme. Placé avant son identité, l'emoji se retrouve plus qu'on ne le pensait au centre de l'identité du sujet communicant. Ici, en tant qu'actrice politique, Marlène Schiappa semble manier les emojis dans tous les compartiments de son jeu. Nous noterons que l'utilisation des emojis dans les présentations mêmes reste assez rare. Le profil du Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, comporte ainsi un drapeau français, et celui du Ministère des sports, lui deux étoiles en lien avec la dernière Coupe du Monde. Outre le placement d'emoji au sein même du pseudonyme, d'autres profil font l'usage d'emoji dans leur contenu de description, à l'instar du Ministère de la Transition écologique et solidaire (planète terre, centrée sur l'Europe), de François de Rugy (planète terre centrée sur l'Europe, et drapeau français), de Jean-Baptiste Lemoyne (drapeaux français et européen) ou encore de Franck Riester (drapeau français).

Outre cela, l'utilisation des emojis faites par Marlène Schiappa rend compte d'une utilisation typique de la sphère politique. Tenir ses profils sans cesse à jour semble devenu une norme pour les sujets politiques, cela leur permet de rendre compte de leur activité et ainsi de donner une image très active. Ainsi communiquer sur des événements médiatiques (matinales radio, passage télévisé, etc), ou dans un tout autre registre sur des textes de lois, des décisions politiques, des mises en application semble être une manière de rappeler à ses électeurs qu'ils ont eu raison de lui faire confiance. Il y a un aspect presque documentaire dans l'utilisation que fait Marlène Schiappa, comme la majorité des politiques, de *Twitter*.

Dans le premier tweet, placé ci-dessous, nous parvenons à comprendre que l'emoji sert de « puce » pour classifier le propos politique. Les emojis les plus utilisés dans cette configuration par les sujets politiques sont : ✅ ou encore ➡ et 👉

Illustration 16 : Cas de l'utilisation d'emoji signalético-signifiants par Marlène Schiappa.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de Marlène Schiappa conduite par l'auteure.

Illustration 17 : Cas de l'utilisation d'emoji médiatico-signifiants par Marlène Schiappa.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de Marlène Schiappa conduite par l'auteure.

Outre cela, nous soulevons l'utilisation singulière par Marlène Schiappa de la possibilité de carnation de peau des emojis. En effet, l'ensemble des emojis humano-signifiant utilisés par la Marlène Schiappa apparaissent sous la carnation de peau « ton moyen ». *Ad hoc* pour parler et rendre visible la diversité, Marlène Schiappa use de cette possibilité de carnation afin de rendre compte de la multiplicité de celle-ci. Ici, l'emoji est porteur en lui d'un véritable propos politique.

Illustration 18 : Cas de l'utilisation d'emoji à carnation de peau choisie par Marlène Schiappa.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de Marlène Schiappa conduite par l'auteure.

Illustration 19 : Cas supplémentaire d'emploi d'emoji à carnation de peau choisie par Marlène Schiappa.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de Marlène Schiappa conduite par l'auteure.

> Benjamin Griveaux : le confident.

Secrétaire d'Etat auprès du Premier ministre, et porte-parole du gouvernement, nous datons l'inscription sur *Twitter* de Benjamin Griveaux à juin 2011. En ce qui concerne les données chiffrées de son profil *Twitter*, nous ne constatons aucune information signifiante, restant alors dans la moyenne de l'ensemble des sujets politiques. Chose qui nous a étonnés par ailleurs, c'est l'utilisation, le contenu et les directions que prennent les tweets de Benjamin Griveaux. En effet, la majorité des sujets politiques considèrent *Twitter*, comme les autres réseaux sociaux, comme un espace public et évitent d'y communiquer des informations sensibles, personnelles, et privées, sauf certain à l'instar de Benjamin Griveaux. En effet, même si les contenus affichés sur ce site par les politiques se rapportent à des questions politiques et au travail officiel des politiciens, certains y dévoilent aussi des aspects de leur vie personnelle¹⁶³. Les tweets de Benjamin Griveaux portent avant tout sur son activités de leader, cependant à plusieurs reprises des informations privées se sont immiscer dans sa communication. On voit alors dans la communication électronique *Twitter* de celui-ci, s'entremêler des aspects et des codes de la

¹⁶³ CLARKE, Amanda. « Les médias sociaux, Utilisations politiques et conséquences pour la démocratie représentative ». In : Bibliothèque du Parlement, Publication n°2010, p1.

sphère privée à la celle publique et politique. En ligne, pour les sujets politiques comme pour tous, s'écrit une subtile dialectique du dévoilé, du montré et du caché¹⁶⁴. Figure de proue de ces codes, nous reconnaissons les emojis. En effet, les utilisateurs chevronnés des communications numériques, comme semble l'être Benjamin Griveaux, associent spontanément un propos, une émotion à un emoji¹⁶⁵. Aussi, ceux qui ont tendance à utiliser des signaux émotionnels dans le « monde réel », comme un sourire, pourraient-ils avoir plus tendance à un certain degré à le faire dans le monde virtuel ? Pourrions-nous voir ici une explication entre l'utilisation importante notamment d'emoji face par Benjamin Griveaux, avec son rôle « social » au sein du gouvernement, et son statut de représentant et de médiateur de la parole politique du gouvernement ? Car c'est de soi que l'on parle quand on envoie un emoji, et cela dépend aussi du destinataire. Adjuvant visuel à la parole politique numérique, les emojis sont caractéristiques d'une visibilité de plus en plus importante de l'espace privé, qui se retrouve sur le devant de la scène. Ainsi quand Benjamin Griveaux énonce des propos d'ordre politique, il y a toujours un, voire des emojis. Son usage des emojis est répétitif, comme une ponctuation de fin de message, ou comme organisateur de propos¹⁶⁶.

Illustration 20 : Cas de l'utilisation d'emojis dans un cadre humoristique par Benjamin Griveaux.



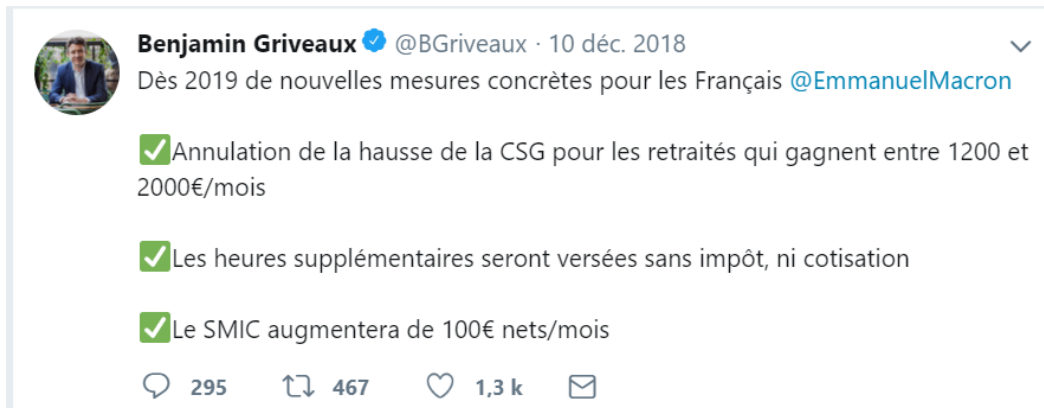
Source : Capture d'écran du compte Twitter de Benjamin Griveaux conduite par l'auteure.

¹⁶⁴ Lardellier, Liénard, Bellenger, op.cit p18.

¹⁶⁵ HALTE, Pierre. Les marques modales dans les chats : étude sémiotique et pragmatique des interjections et des émoticônes dans un corpus de conversations synchrones en ligne (En ligne). Thèse de doctorat en Science du langage. Luxembourg, Université du Luxembourg et de Lorraine, 2013, p 229.

¹⁶⁶ ANIS, Jacques. « Approche sémiolinguistique des représentations de l'ego dans la Communication Médiée par Ordinateur ». In: *Langages*, 35^e année, n°144, 2001. Psycholinguistique et intelligence artificielle. P 27.

Illustration 21 : Cas d'analyse de l'expression de Benjamin Griveaux sur *Twitter* illustrant son statut politique.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de Benjamin Griveaux conduite par l'auteure.

Outre ceci, l'élément marquant des communications *Twitter* de Benjamin Griveaux est son dévoilement d'aspect personnels et son emploi d'emojis « cœur » à plusieurs reprises. Evoquant une première fois sa « fierté d'être père », nous avons l'utilisation de l'emoji : 🙌. Ceci est à appréhender comme un exemple typique, puis il y a l'utilisation plurielle des emojis « cœur » de couleur bleu et rouge, en remplacement de mot « cela me tient à ❤️ ». Ainsi l'aspect purement émotionnel et personnel est indéniablement utilisé par Benjamin Griveaux. Nous pouvons proposer l'hypothèse de l'usage de ces codes émotionnels afin d'optimiser au mieux sa présence numérique et sa réputation¹⁶⁷. En effet, l'émotion réhumanisant, elle peut se dresser comme une véritable stratégie de communication pour les politiques, pour sortir du lot et faire vibrer la corde sensible du destinataire, surtout des plus jeunes très sensibles aux emojis. Conjuguées au pluriel, les émotions comme les emojis qui en rendent compte se retrouvent alors considérées comme des marqueurs de l'identité individuelle du locuteur, et comme de nouveaux guides infallibles dans la conduite de la communication, ici politique.

¹⁶⁷ ALLOING, Camille et PIERRE, Julien. *Le Web affectif, une économie numérique des émotions*. Bry-sur-Marne : INA Editions, 2017, 124p.

> *Les figures de l'amateurisme numérique politique.*

Toutefois, si l'utilisation des réseaux sociaux a été une immense saillie, elle n'est pas toujours aussi fructueuse pour tous les politiques. L'amateurisme semble parfois, au sein de certains profils, régner en maître. Figures de cet amateurisme numérique, nous avons découvert à l'analyse de notre dépouillement de corpus et avec différents enjeux explicatifs, des personnalités politiques comme Jean-Yves Le Drian, Didier Guillaume ou encore Emmanuelle Wargon.

Ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, Jean-Yves Le Drian se trouve être le plus âgé des sujets politiques étudiés. Son utilisation de *Twitter* est sommaire, et le panel d'emojis qu'il emploie est assez restreint et faible en nombre. Ainsi nous remarquons que les emojis récurrents pour Jean-Yves Le Drian sont en lien avec son poste. Nous retrouvons donc la prédominance d'usage de drapeaux nationaux, même si cela s'en tient à six drapeaux différents. Dans un registre assez similaire, Didier Guillaume, Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation, fait usage en préférence d'emoji que nous avons catégorisé comme « biológico-signifiant » (environnement & alimentation). Bien que présents sur la plateforme depuis janvier 2013 pour le premier, et avril 2012 pour le second, l'analyse rend compte d'une utilisation des modalités communicationnelles de *Twitter* que d'une manière très minime et résumée à leurs seuls domaines d'exercice. Les images ou vidéos sont alors préférées aux emojis, qui semblent être mal compris et appréhendés dans leur usage et pouvoir informationnel et de séduction. En cela, nous retrouvons semble-t-il des caractéristiques assez personnelles des deux sujets dont il est question, peut-être plus habitués à une communication politique traditionnelle et qui ont plus de mal que des personnalités comme nous venons de le voir avec Benjamin Griveaux et Marlène Schiappa qui sont véritablement plus au fait des ressorts qui sous-tendent la communication électronique. D'une manière encore différente, nous retrouvons Emmanuelle Wargon, Secrétaire d'Etat depuis le 16 octobre 2018. Concordance des dates, Emmanuelle Wargon ne procède à son inscription sur *Twitter* qu'en octobre 2018, ce qui illustre la normalisation de cette présence numérique pour les membres du gouvernement actuel français et pour les membres de la sphère politique dans ses grandes largeurs. Dernière inscrite, les données chiffrées de son profil *Twitter* sont encore très bas et son usage des emojis encore très restreint, seulement moins d'une dizaine d'emplois. Figure nouvelle de l'échiquier politique actuel, venant du privé, Emmanuelle Wargon illustrent par ses raisons la réalité d'un certain amateurisme des sujets politiques sur *Twitter*.

Paragraphe C : La face cachée de ces profils

Au vue de cette précédente analyse, nous pourrions dégager donc deux tendances : celle du politique qui utilise *Twitter* à titre informatif, comme un répertoire en plus pour communiquer, et l'autre, c'est celle du politique qui utilise pleinement l'avantage conversationnel de *Twitter*, les emojis, les hashtag, les arobases, pour établir sa présence et ses opinions. Cependant, aussi crédule que peut-nous rendre la vie digitale qu'il nous est donné de vivre, une chose sur laquelle revenir nous semble importante. Tout l'enjeu de *Twitter* est d'avoir accès à la source, ici le sujet politique, mais cela n'est pas aussi simple. Les politiques ne sont pas à la source de toutes leurs publications de contenus *Twitter*. Bien entourés, les politiques ont évidemment à côté d'eux une équipe constituée d'un chef de cabinet et de communicants rodés. Pour déterminer la façon dont les communicateurs des partis utilisent *Twitter*, la première question à se poser est celle de la fréquence de leur utilisation de cette technologie. Et la réponse est quotidienne, d'une à une dizaine de fois par jour. Nonobstant notons que pour les politiques qui ne gèrent pas leur compte, la règle veut qu'ils signent de leurs initiales les tweets qu'ils dictent ou écrivent eux-mêmes. Durant tout notre dépouillement, nous n'en avons rencontré aucun. Cela va alors à l'encontre donc de l'authenticité que viennent chercher sur *Twitter* les utilisateurs lambda, ou les journalistes par exemple. N'écrivant pas tous leur message, l'enjeu devient donc de donné au destinataire l'impression, voire la certitude d'être en ligne direct avec son interlocuteur politique. Cela brouille complètement la notion d'auteur. Cette désacralisation du rôle politique, cette irruption du subjectif est en réalité issue d'une réflexion et d'une stratégie communicationnelle. Finalement, la proximité inédite qui semblait avoir lieu, n'est que simulacre. Ainsi, ce « self-management » peut être considéré comme fonction nécessaire utilitaire des médias sociaux où les candidats politiques mettent en valeur leur côté personnel et privé pour accroître leur image publique. Nous venons de le voir la production d'un univers symbolique à travers un réseau de communication de plus en plus complexe vient brouiller les vieux mécanismes traditionnels de la représentation comme ceux du propos politique.

Comprenons le bien, l'utilisation des emojis par les sujets politiques conditionne en elle la question de l'intentionnalité, de la vision stratégique des outils discursifs. Le marquage affectif des individualités politiques est un dessein stratégique de ces dernières. La ligne éditoriale de chaque sujet sur *Twitter* est pensée et adoptée aussi comme une influence sur les communautés ciblées par cette communication. Rancière l'avait d'ailleurs évoqué : « Dans cette ère d'individualisation qui sévit depuis plusieurs décennies, les notions de communauté et de

partage se sont infiltrées dans le discours »¹⁶⁸. Dans leur ensemble, les sujets politiques utilisent principalement *Twitter* comme un moyen de diffusion additionnel, pouvant possiblement toucher un public subsidiaire à leur électorat classique. Dès son origine essentiellement investie par des veilleurs d'information et des journalistes, la plateforme *Twitter* est pour autant conçue pour et utilisée par un public plus conséquent. En ce qui concerne les réseaux sociaux, dans leur généralité, il s'agit donc d'espace visant la diffusion large d'informations envers des publics difficiles à atteindre pour la sphère politique, notamment les jeunes. L'avantage de repeupler les présences digitales des structures et les institutions par des individus, est que sans être des sujets libres, ceux-ci sont des pôles d'activité puissants¹⁶⁹. Si sur Internet « dire c'est être », alors il n'y a pas d' « humanisme numérique » mais un « existentialisme digital »¹⁷⁰.

L'analyse des emojis se dresse donc comme point d'observation du politique à l'intersection de l'individuel et du collectif, de l'automatique et de l'intentionnel. Les emojis permettent une mise en scène de soi par l'appropriation de contenus, d'outils propres à l'ère et la génération digitale. Les emojis sont les « traces manifestes et volontaires »¹⁷¹ de l'appartenance des scripteurs à des communautés numériques, des communautés sociolinguistiques virtuelles. On se reconnaît et on exprime l'identité d'un groupe par ces images. La subjectivité, et les affects éprouvés en première personne sont socialement déterminés et socialement destinés. Censément spontanée, vue comme l'intimité d'un sujet, cette utilisation politique de *Twitter* incline vers une vue subjectiviste du monde social. Ce qui compte aujourd'hui c'est le profil émotionnel complet de l'utilisateur, ici du sujet politique. Alors que la compréhension des messages électroniques semble nécessiter des outils supplétifs pour percevoir l'émotion, l'attitude et les intentions du locuteur, les emojis se dressent comme un indispensable outil de la communication politique digitale contemporaine. Perçue comme une communication dites informelle, la présence des politiques sur *Twitter* se trouve finalement être sujette à un caractère formel.

¹⁶⁸ RANCIERE, Jacques. *Le partage du sensible*. Hors Collection, La Fabrique Editions, 2000, p 34.

¹⁶⁹ LORDON, Frédéric. *La société des Affects. Pour un structuralisme des passions*. Paris, Editions du Seuil, 2013, p16.

¹⁷⁰ ALLARD, Laurence. « Images au numérique. Vers un nouveau rapport aux images ». In : *Passeurs d'images*, 14/12/12.

¹⁷¹ LARDELLIER, Pascal, LIENARD, Fabien, BELLENGER, Clément. « Des émoticônes à « l'hyper-ception ». Les modalités « technico-relationnelles » de l'expression des émotions en situation de communication interpersonnelle électronique ». *Revue de synthèse à orientation sémiologique, Helbo*, 2014, « Sémiotique des émotions » p12.

PARTIE 3 – L’emojisation du discours politique, véritable signe de recrudescence émotionnelle dans la société contemporaine ?

Dans cette ultime et dernière partie de réflexion, il s’agit de relever les dynamiques induites par ce phénomène d’emojisation du discours politique. La présence et l’action du politique sur des territoires informels, nous allons le découvrir révèlent des usages et enjeux latents quant à ces pratiques politiques nouvelles, menant sommes toutes à une inédite langue de bois du politique.

Chapitre 7 : Une liaison intime entre deux sphères

« Sur Internet, la première fonction des images est donc de les faire parler de soi, des autres et du monde »

Allard Laurence

Comme nous l'avons vu les conditions d'apparition des emojis dans les communications électroniques politiques s'attachent à combler un manque expressif au passage entre l'oral et l'écrit des échanges numériques contemporains. Alliant les conditions de spontanéité de l'oral – on communique presque comme en face-à-face – l'exercice d'écriture électronique utilisant des emojis se dresse comme empli d'enjeux communicationnels pour les sujets politiques. Il s'agit au sein de cette partie d'identifier les rôles et objectifs donnés à ces outils inédits dans la communication politique. Ne sont-ils adoptés par les professionnels de la politique que comme un outil supplémentaire dans la gamme de tout ce qui fonde l'Internet politique, ou fait-on face à une nouvelle transformation de la communication politique, en raison des spécificités d'usage, notamment sociaux, de ces nouveaux dispositifs et de leur succès de masse ?

Paragraphe A – Les emojis comme prise en main du monde

Une communication politique qui se différencie de la communication traditionnelle, qui prend d'autres voies et d'autres formes, révèle d'une volonté de maîtrise supérieure de la part des sujets politiques. Cela montre à quel point il est devenu facile pour une personnalité politique de communiquer avec son électorat. Entre jeux d'écriture et de mise à distance, les emojis semblent s'insérer dans une dialectique générale du rapport entre dominants et dominés,

plutôt que d'une révolution dramatique de l'image¹⁷². Ces procédés scripturaux permettent de communiquer de manière particulière certes, mais aussi de structurer (et de revendiquer) un nouveau rapport à l'autre¹⁷³. Selon Deluermoz et Fureix, l'émotion, à travers les emojis ici, « se niche au croisement d'enjeux aussi redoutable que l'incorporation des ordres sociaux, le jeu fluctuant des hiérarchies sociales, la diversité possible des appartenances, les rapports entre disposition et situation, la dynamique des identifications et des désaffiliations, qu'elles soient temporaires ou pérennes, volontaires ou contraintes, conscientes ou inconscientes. De là tout l'intérêt de cet outil pour la description du monde social »¹⁷⁴. Ainsi nous le comprenons la gamme d'expressivité et de subjectivité que proposent les emojis est indissociablement articulée à notre société et à son organisation. Les emojis portent en eux des processus complexes de différenciation et d'individuation et permet une certaine construction de l'autorité par l'écriture. C'est imposer une distance en y mettant « les formes », à proprement parlé. Phénomène purement graphique. Les emojis sont à saisir à travers de leur pouvoir de résistance et de contrôle. Ils contribuent, nous l'avons vu au sein de notre corpus, à mettre en scène la maîtrise des problèmes, la capacité à les expliquer et à les résoudre. Dans un souci et une contrainte d' « écologie du discours numérique » (Longhi 2012, Paveau 2013, 2015), les emojis semblent finalement permettre une prise en main du monde par les acteurs politiques.

Il semble qu'une distinction s'impose concernant la typologie des tweets politiques. Grâce à la réflexion que nous a permis notre corpus, nous en venons à distinguer les tweets « sociaux », de ceux dit « de diffusion ». Comme le rappelle Mayfield (2008), puisque les médias sociaux ont pour principe de faciliter la conversation, l'échange horizontal et l'interaction entre usagers, les tweets « sociaux » s'opposent aux messages de diffusion, qui eux s'inscrivent dans une communication unidirectionnelle, verticale et hiérarchisée. Dans le contexte de notre étude, les tweets de diffusion sont, d'une manière générale, tous les tweets qui n'ont pas de portée d'interaction sociale ou de conversation avec d'autres usagers du réseau (sans @ ou RT). Ainsi nous proposons d'analyser cette liaison entre la sphère politique et celle des médias sociaux à travers une catégorisation, des différentes dimensions prises par l'usage politique des réseaux sociaux, pensée par Bastien & Greffet¹⁷⁵ :

¹⁷² RANCIERE, Jacques. *Le partage du sensible*. Hors Collection, La Fabrique Editions, 2000, 74p.

¹⁷³ LIENARD, Fabien. *TIC, Communication électronique écrite, communautés virtuelles et école*. ELA, Etudes de linguistique appliquée, 2012/2 n°166, p 150.

¹⁷⁴ DELUERMOZ Quentin, FUREIX Emmanuel, MAZUREL Hervé et OUALDI M'hamed. « Écrire l'histoire des émotions : de l'objet à la catégorie d'analyse », *Revue d'histoire du XIXe siècle* [En ligne], 47 | 2013, p 10.

¹⁷⁵ BASTIEN, Frédéric et GREFFET, Fabienne. « Les campagnes électorales sur Internet : une comparaison entre France et Québec ». In : *Hermès La Revue*, CNRS Editions, 2009/2 N°54, pages 213.

- **Dimension information/promotion** : réfère à la communication descendante, soit une transposition du contenu habituellement diffusé sur des supports traditionnels, qui vise à donner de l'information ou à promouvoir le parti, son chef, ses membres et leurs activités politiques.
- **Dimension d'interaction** : réfère aux relations horizontales impliquant un échange entre parti et internautes, mais qui ne visent pas –explicitement- une mobilisation en faveur du parti.
- **Dimension participation/mobilisation** : réfère aux modalités de mobilisation de l'électorat impliquant un engagement de la part des internautes.

Tableau 3 : Fonctions de communication utilisées sur *Twitter* par les politiques.

Type d'emoji	Dimension	Effet	Fonction
Emoji face positif (illustration 6 et 20)	Cohérence et émotion	Renforce la joie.	Promotion/personnalisation
Emoji face négatif (illustration 7)	Emotion	Renforce la colère	Participation
Emoji loisir (illustration 8)	Familiarité	Renforce la surprise	Interaction
Emoji cœur (illustration 9 et 10)	Emotion Politesse	Renforce la proximité	Mobilisation
Emoji flèche (illustration 11 et 21) et numéro (illustration 12)	Cohérence	Renforce la cohérence	Information
Emoji médias (illustration 13)	Familiarité	Renforce la proximité	Information/ promotion

En analysant l'utilisation des emojis par le corps politique, nous pouvons notifier que l'orientation politique des profils étudiés ne permet pas de remarquer d'écart significatif sur la vingtaine de critères pris en compte. Les emojis semblent être employés de manière similaire selon les politiques, d'un point de vue pragmatique, ils apparaissent aux mêmes endroits de la chaîne syntaxique, et ont les mêmes fonctions¹⁷⁶. Nous découvrons que ce sont essentiellement la fonction d'information qui est exploitée, alors que les échanges horizontaux sont moins prisés. Les usages d'Internet, par les politiques ici, s'avèrent encore largement verticaux. En termes d'adhésion aux principes sociaux, il semble que les sujets politiques misent sur une interaction limitée et contrôlée. La conception du Web 2.0 que nous avons se définit par une

¹⁷⁶ HALTE, Pierre. Les marques modales dans les chats : étude sémiotique et pragmatique des interjections et des émoticônes dans un corpus de conversations synchrones en ligne (En ligne). Thèse de doctorat en Science du langage. Luxembourg, Université du Luxembourg et de Lorraine, 2013, p41.

participation massive des internautes à la production de contenu sur le web, à l'échange entre les individus, cependant l'usage politique des réseaux sociaux n'est pas principalement à appréhender comme un outil de coproduction et d'échange, mais plutôt d'information.

C'est dans cette disposition, que nous faisons alors appel au travail de Mélanie Vervillegiason¹⁷⁷ qui dégage six grandes tendances dans l'usage des médias sociaux par les politiques :

- La standardisation : transposition en ligne des modes de communication hors ligne
- Le conservatisme : faible usage des possibilités interactives du web
- Le ciblage
- La présence active des partis mineurs en ligne
- L'interactivité contrôlée
- L'usage du web pour la sollicitation de ressources

Ainsi, nous prenons acte ici des différents usages de *Twitter*, suppléé aussi de l'usage des emojis, par les politiques, qu'il soit purement professionnel ou à tendance conversationnel. L'utilisation d'emojis entre dans cette optique autant par rapport à la cohésion textuelle qu'à la dynamique conversationnelle visée. Contrairement à notre hypothèse de départ, la posture politique sur les réseaux sociaux, via les emojis, n'est pas seulement une question d'état affectif. Les utilisateurs politiques se livrent sur *Twitter* à des tâches plutôt impersonnelles et spécifiques à des activités de maintenance plus que de développement relationnel. Les emojis sont à appréhender dans leur fonction pragmatique. Leur portée et leur visée, politiquement parlant, convient de leur perspective de prise de position de celui qui les utilisent, mais aussi de leur amélioration tant dans la modération que le référencement du propos de celui-ci¹⁷⁸. L'usage politique des emojis se dresse donc comme une « forme de contrôle du social », selon Alloing Pierre.

¹⁷⁷ VERVILLE, Mélanie et GIASSON, Thierry. « Les partis politiques provinciaux québécois à l'heure du Web 2.0 et des médias sociaux ». *Congrès de l'Association canadienne de science politique*, Waterloo, 16-18 mai 2011.

¹⁷⁸ ALLOING, Camille et PIERRE, Julien. *Le Web affectif, une économie numérique des émotions*. Bry-sur-Marne : INA Editions, 2017, 124p.

Paragraphe B : Le territoire affectif et ludique du politique

Réservée il y a peu aux seuls adolescents, et aux échanges privés, la dite « culture emoji » s'insinue aujourd'hui jusque dans les communications les plus officielles, et particulièrement celle qui fait l'objet de notre travail : la sphère politique. Ces dessins expressifs ont conquis les stratégies de communication d'univers divers, allant de l'entreprise aux personnalités politiques. Se voulant enrichissant pour nos échanges, les emojis ont fait se dresser, et se ritualiser au sein de nos échanges des « microémotions interactionnelles »¹⁷⁹. En effet, en face-à-face comme en contexte numérique, les interactions sont régies par des rituels et l'émotion semble le socle de la communication interhumaine et de l'organisation sociale (Max Pagès 1986). On comprend dès lors mieux l'engouement politique pour cette culture des affects, où l'expression des émotions se veut jouer un rôle central dans la régulation des interactions humaines et dans la construction des relations sociales¹⁸⁰. Le partage d'émotions est une activité courante dans les situations de CEMO, et l'usage nouveau des emojis par les politiques semble être le reflet d'un statut général de rapports et de rituels sociaux. Pour Casilli, « la société en réseau (peut) être lue comme un espace social où des corps interagissent pour créer des liens de coexistence ». En effet, les politiciens contemporains pensent cette inédite communication sous le prisme d'une « idéologie de la proximité »¹⁸¹. Internet viendrait alors satisfaire un désir généralisé de sociabilité, mythe officiel contemporain selon Rancière. Les emojis rendent compte et visible l'aspiration de proximité des sujets politiques. Les politiciens, persuadés que le discrédit dont ils peuvent être sujets vient de ce qu'ils ne sont pas assez proches des gens, font l'usage des moyens de communication du public qu'il vise. Les emojis bousculent les frontières de l'intime et du social, ils donnent à voir, à lire et à évaluer dans l'espace public les émotions et la présence subjective de chacun. Selon Paperman, « cette intelligibilité est inscrite dans des routines d'action et d'interprétation. Comme d'autres types de conduites, les émotions sont des phénomènes publics »¹⁸². Les emojis sont, nous l'avons vu, bien plus que des signes de ponctuation émotionnelle. Ils introduisent la nuance, et permettent au sujet politique de jouer avec les mots et de s'exprimer de manière imagée. Représentant presque toutes les situations de la vie quotidienne, les emojis permettent de rendre visible voire

¹⁷⁹ COSNIER, Jacques. *Psychologie des émotions et des sentiments*. Paris, Edition Retz, 1994, p64.

¹⁸⁰ GAUDUCHEAU, Nadia. « La communication des émotions dans les échanges médiatisés par ordinateur : bilan et perspectives ». *Bulletin de Psychologie*, tome 61, 2008. p 2.

¹⁸¹ RANCIERE, Jacques. *Le partage du sensible*. Hors Collection, La Fabrique Editions, 2000, 74p.

¹⁸² PAPERMAN Patricia. « Les émotions et l'espace public ». In: *Quaderni*. N. 18, Automne 1992, p 103.

d'amplifier des informations parfois difficile à verbaliser. Par leur usage des emojis, il semble que c'est une connexion, une relation particulière avec la culture populaire à quoi aspire la sphère politique. Les emojis sont devenus des éléments cruciaux dans le maintien d'une relation. Les emojis se veulent avant tout « fun » et liés à celui qui les produit. Leur utilisation dans une communication politique devient alors une véritable arme rhétorique, ludique et distinctive.

A ce sujet, André Gunthert reconnaît trois dimensions essentielles des emojis :

- **Esthétique** : car un message avec des images est plus joli, c'est décoratif.
- **Ludique** : car cela apporte un degré de fantaisie au contenu.
- **Sémiotique** : une image peut signifier plusieurs choses et peut être interprétée de façon plus large qu'un message linguistique.

Utiliser les emojis pour un acteur politique c'est écrire au loin, mais aussi écrire vite, assumant un choix sémantique imagé, pensé comme plus facilement interprétable. Le côté ludique très puissant avec les emojis sous-tend l'ouvrage d'un véritable tissu de sociabilité. Selon Ben Mansour¹⁸³, les acteurs politiques sont tentés grâce à ces nouveaux moyens et ces nouvelles technologies de réduire l'écart qui existe entre les citoyens et la politique, quand bien même cela reste mesuré. La reprise par les politiques des mêmes codes de communication rend cette typologie de communication politique plus naturelle et plus proche du peuple. Avec le Web 2.0, même les citoyens non engagés et désintéressés sont susceptibles d'être exposés accidentellement à des messages politiques via les réseaux sociaux. Les emojis ont donc cette fonction d'adresse, fonction spécifique qui indique le type de relation que le locuteur veut installer avec son interlocuteur¹⁸⁴. C'est en cela que les emojis jouent un rôle indéniable dans l'accomplissement de rites sociaux ou langagiers sur Internet. Les politiques participants aux communications électroniques ajustent en permanence leurs propos en fonction des lecteurs et des lectures possibles, pour tenter de construire une certaine accessibilité de l'inaccessible

¹⁸³ BEN MANSOUR, Bader. (2017). « Le rôle des médias sociaux en politique : une revue de littérature ». *Regards politiques* 1(1) : 3-17

¹⁸⁴ HALTE, Pierre. Les marques modales dans les chats : étude sémiotique et pragmatique des interjections et des émoticônes dans un corpus de conversations synchrones en ligne (En ligne). Thèse de doctorat en Science du langage. Luxembourg, Université du Luxembourg et de Lorraine, 2013, p385.

politique, et un sentiment de communauté.¹⁸⁵ En précisant leurs intentions, tout en cherchant à donner un caractère spontané à leurs écrits, les sujets politiques fondent dans leurs usages numériques une véritable stratégie communautaire, où ils tentent de développer leur notoriété et la cohésion avec leur cible. A ce titre, Schneebeli parle d'une « utilisation phatique des emojis »¹⁸⁶, où par exemple l'emoji face souriant se dresse comme un phénomène purement social. De notre corpus, nous pouvons retirer l'information que les emojis les plus employés par les politiques sont toujours les plus simples. Supplémentaire et complémentaire à la fonction phatique, nous retrouvons la possible simple fonction esthétique des emojis. En effet, l'usage politique d'emojis dans les tweets politiques est aussi à comprendre comme purement stratégique pour rendre le message plus coloré, et ainsi plus attrayant et plus agréable voire simple à lire. Selon Allard, dans un contexte d'économie de l'attention, le recours aux emojis vise à produire un effet sur ceux à qui l'on s'adresse¹⁸⁷. Derrida déclarait lui : « ce qui compte n'est pas tant l'image en soi que le fait de l'adresser ». Car il est indéniable que l'usage social de ces images est de remplir une fonction conversationnelle. Les emojis ce sont dressés comme la matière interactionnelle du web¹⁸⁸.

¹⁸⁵ HERT Philippe. « Quasi-oralité de l'écriture électronique et sentiment de communauté dans les débats scientifiques en ligne ». In: Réseaux, volume 17, n°97, 1999. Internet, un nouveau mode de communication? p 220.

¹⁸⁶ SCHNEEBELI, Célia. *The Interplay of Emoji, Emoticons, and verbal modalities in CMC: A Case study of YouTube comments 2017*, Nov 2017, Neuchâtel, Switzerland, p12.

¹⁸⁷ ALLARD, Laurence, ALLOING, Camille, LE BEHEC, Mariannig et PIERRE, Julien, « Introduction », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 11 | 2017, mis en ligne le 01 août 2017, consulté le 18 février 2019.

¹⁸⁸ Cité dans ALLARD, Laurence. « Images au numérique. Vers un nouveau rapport aux images ». In : Passeurs d'images, 14/12/12.

Illustration 22 : Cas de l'usage des emojis structurant le discours au sein d'un tweet politique.

Source : Capture d'écran du compte Twitter de Gérald Darmanin conduite par l'auteure.

Ce tweet nous renvoie et illustre une utilisation précise des emojis. Ici, les emojis ont pour but de structurer le discours. Il semble que les emojis font autorité et confèrent assez naturellement cette vertu à ceux qui les utilisent. En utilisant dans cette diversité les emojis, Gérald Darmanin, aspire asseoir son autorité d'énonciateur. La présence des emojis habille et stimule, sans conteste, le discours numérique. Le rendant dynamique, vivant, voire augmenté, la présence même des emojis dans un message « insuffle l'idée d'implicite et/ou de sous-entendu mais aussi d'imaginaire (de soi et de l'Autre) »¹⁸⁹. Dans ce cas précis, les emojis contribuent au contenu propositionnel du message¹⁹⁰. Par les emojis, le discours du ministre est augmenté, comme son écriture, qui dit davantage que ce qu'il ne dit concrètement. L'iconographie même des emojis contient de nombreuses connotations, alors même que l'usage d'emojis comme nous l'avons vu en dit long sur le locuteur. L'interprétation est toujours déjà là en puissance. Dans l'exemple ci-dessus, les emojis sont des repères au sein même de la communication¹⁹¹. Le caractère

¹⁸⁹ LARDELLIER, Pascal, LIENARD, Fabien, BELLENGER, Clément. « Des émoticônes à « l'hyper-ception ». Les modalités « technico-relationnelles » de l'expression des émotions en situation de communication interpersonnelle électronique ». *Revue de synthèse à orientation sémiologique, Helbo*, 2014, « Sémiotique des émotions » p13.

¹⁹⁰ SCHNEEBELI, Célia. *The Interplay of Emoji, Emoticons, and verbal modalities in CMC: A Case study of YouTube comments 2017*, Nov 2017, Neuchâtel, Switzerland, p7.

¹⁹¹ Idem p10.

illustratif des emojis est très prégnant dans ce tweet, où les emojis se trouvent être les plus conventionnels, et majoritairement utilisés comme marqueurs textuels. Ils permettent, semble-t-il, de calibrer la force de l'énoncé, de réguler le verbiage et d'en rendre l'intelligibilité plus accessible. En classant, distribuant chaque idée politique à l'aide des emojis, le politique fait de ces derniers ce que Schneebeli nomme une « utilisation ludique »¹⁹². En communication électronique, soutenu de plus par l'usage des emojis, il y a deux niveaux de lecture et de connaissance : la lecture linéaire standard et la compréhension globale. L'emoji comme signe nu fait sens, mais il fait aussi sens comme adjuvant, ou commentaire du contenu verbal. En rendant le niveau de signification plus précis ou au contraire plus flottant, l'emoji renforce toujours la signification de ce qui est dit avec des mots, et du message dans sa globalité. Dans notre exemple ci-dessus, l'usage des emojis permet de renforcer une assertion, un prédicat, à l'instar de ce que pourrait faire un adjectif ou un adverbe d'intensification¹⁹³. Nous avons en outre pu rencontrer, au sein de notre corpus d'analyse, des cas d'utilisation nominale d'emoji, où ces signes iconiques viennent représenter des objets et donc avoir un usage référentiel. En cela, nous voyons que les emojis sont des signes qui ont, et cela a bien été compris par la sphère politique, des capacités à générer de l'attention, des facilités à imiter ou à transposer une idée, une émotion, un rapport à l'actualité, etc. Outre l'aspect significatif des emojis, nous ne devons omettre l'idée que leurs usages par les sujets politiques en plus de faciliter la communication, permet de faire baisser le nombre de datas et de caractères présents au sein d'un tweet. L'usage pratique et stratégique se trouve donc prépondérant.

Dans un régime temporel majoritairement présentiste, on retrouve dans notre corpus, que certains politiques utilisent *Twitter* de la façon dont le site a été conçu à l'origine. Autrement dit, le sujet politique répond généralement à la question « Que faites-vous ? », et fait usage de *Twitter* pour rappeler son agenda politique.

¹⁹² Ibid p7

¹⁹³ Ibid p 10

Illustration 23 : Cas d'analyse d'une expression politique spécifique sur *Twitter* : « Que faites-vous ? ».

Sophie Cluzel @s_cluzel · 24 sept. 2018

📅 Agenda prévisionnel de Sophie Cluzel du lundi 24 septembre au vendredi 28 septembre 2018

Agenda prévisionnel de Madame Sophie CLUZEL
du lundi 24 septembre au vendredi 28 septembre 2018
Paris, le 24 septembre 2018

Lundi 24 septembre

18h00 : Intervention à l'occasion de la Journée d'information et de sensibilisation sur les troubles du développement du jeune enfant et du lancement de la campagne « Handicap, Agir Tôt »
(Secrétariat d'Etat chargé des Personnes handicapées)

18h30 : Bureau exécutif de La République En Marche
(Paris 15^{ème})

Mardi 25 septembre

09h30 : Intervention à l'occasion de l'atelier « Emploi & Handicap » de la Direction interministérielle de la transformation publique
(Secrétariat d'Etat chargé des Personnes handicapées)

16h45 : Questions d'actualité au Gouvernement
(Sénat)

18h30 : Entretien avec les représentants du Syndicat National Unitaire des Instituteurs, Professeurs des Ecoles et PEFC, affilié à la FSU (SNUipp-FSU)
(Secrétariat d'Etat chargé des Personnes handicapées)

Mercredi 26 septembre

09h00 : Déplacement sur le thème de l'habitat inclusif
(Détails à venir)

17h00 : Entretien avec Jean-Paul Delevoye, Haut-commissaire à la réforme des retraites
(Secrétariat d'Etat chargé des Personnes handicapées)

18h00 : Entretien avec Pierre Jamet, Conseiller-maître à la Cour des Comptes
Habitat inclusif pour personnes âgées et personnes handicapées
(Secrétariat d'Etat chargé des Personnes handicapées)

Jeudi 27 septembre

Déplacement dans l'Essonne :

- Visite d'une Unité d'enseignement externalisé pour les enfants autistes
- Visite d'un centre de formation d'apprentis (CFA) « handi accueillant » et rencontre avec des jeunes en situation de handicap et leur maître d'apprentissage
- Visite d'une entreprise adaptée du secteur de la logistique

19h00 : Réunion publique sur la société inclusive
(Auditorium de Breuille, Essonne)

Vendredi 28 septembre

09h00 : Remise du prix européen Access City Award à la ville de Lyon
L'Access City Award récompense la volonté et les efforts d'une ville pour devenir plus accessible et garantir l'égalité d'accès à des droits fondamentaux
(Hôtel de Ville de Lyon)

18h00 : Cérémonie de remise des prix du Forum « à la découverte des territoires positifs »
A l'invitation de Jacques Attali, Président de Positive Planet
(Le Havre)

Handicap_gouv

2 7 19

Source : Capture d'écran du compte Twitter de Sophie Cluzel conduite par l'auteure.

Pour ce qui est de cet exemple, Sophie Cluzel publie son agenda hebdomadaire sur *Twitter*, et fait l'usage de deux emojis. Il semble que l'emploi des emojis se dresse contemporanément comme systématique au sein des conversations écrites. Ici, l'emoji « agenda » placé en première position du contenu, n'est qu'une répétition du mot « agenda » qui suit. Cette redondance est un caractère majeur de ce que nous avons retenu de notre analyse. Largement connus et généralement reconnus, l'usage de ces symboles est donc une arme communicationnelle. Selon Walther « il se peut que les emojis soient un signe d'attachement indiquant un savoir commun »¹⁹⁴. Plus qu'une arme ludique, l'emoji répond également à un besoin de commun, et d'union. Les emojis aident donc à transmettre l'acte de langage accompli à travers les productions de l'énoncé,¹⁹⁵ c'est-à-dire aider à transmettre un aspect important du langage : ce que l'utilisateur souhaite par ce qu'il tape. Même si il semble difficile pour un emoji d'atteindre

¹⁹⁴ WALTHER, Joseph B, D'ADDORIA, KYLE P. "The Impacts of Emoticons on Message Interpretation in Computer-Mediated Communication". *Rensselaer Polytechnic Institute, Social Science Computer Review*, Vol 19, Sage Publications 2001, p 343.

¹⁹⁵ Dresner & Herring 2010, p 255-256

la précision du langage verbal¹⁹⁶, il est indéniable que celui-ci contribue à l'interprétation du message politique. Qu'ils soient employés au début, en cours ou bien à la fin des tweets, les emojis vise attirer l'attention du lecteur et améliorer la compréhension du message¹⁹⁷. Notons à titre informatif que le travail de Krali nous révèle que les emojis ne sont pas exclusivement placés à la fin des tweets, et qu'en moyenne, un emoji apparaît à 213 de la longueur d'un tweet¹⁹⁸.

Malgré une fonction ludique voire sociale que nous venons d'évoquer, l'usage des emojis dans la communication sur *Twitter* des politiques n'illustre que dans une faible proportion une recrudescence émotionnelle. Le caractère public de ces déclarations politiques électronique revient à donner une valeur davantage prescriptive, et non descriptive, des émotions quand elles apparaissent iconisées. Positivement ou négativement, les emojis incarnent et figurent la subjectivité d'un sujet politique, mais cela reste très normé. Les emojis se dressent comme l'aboutissement de processus diachroniques de figement des conventions¹⁹⁹. Le phénomène très répandu qu'est le partage social des émotions, dont parle Colleta²⁰⁰, ne semble contre toute hypothèse pas avoir lieu concernant la sphère politique. A ce titre, P Paperman évoque la rationalité sociale des émotions, définit comme « la relation entre un concept d'émotion et des circonstances lui garantissant une application appropriée »²⁰¹. Alors qu'Ekman voyait dans les émotions la régulation de notre pensée, les réseaux sociaux contemporains eux ont basés leur logique sur l'invasion de l'espace social par l'émotion, qui est devenue appréciative voire évaluative de tous types de situation. Analyser la relation entre ces « affects » et les contextes sociaux dans lesquels ils apparaissent nous a permis de voir que l'usage politique des emojis n'est en rien synonyme ou signe d'une recrudescence émotionnelle dans le discours politique. Même si la présence d'emoji dans les tweets politiques a un impact indéniable sur la perception émotionnelle humaine des tweets, leur usage convient d'une fonction émotive, soit expressive²⁰², et non pas émotionnelle.

¹⁹⁶ SCHNEEBELI, Célia. *The Interplay of Emoji, Emoticons, and verbal modalities in CMC: A Case study of YouTube comments 2017*, Nov 2017, Neuchâtel, Switzerland, p 8.

¹⁹⁷ KRALJ NOVAK, Petra, SMAILOVIC, Jasmina, SLUBAN, Borut, MOZERIC, Igor. *Sentiment of Emojis*, Jozef Stefan Institute, 2015, p1.

¹⁹⁸ Idem p10

¹⁹⁹ HALTE, Pierre. Les marques modales dans les chats : étude sémiotique et pragmatique des interjections et des émoticônes dans un corpus de conversations synchrones en ligne (En ligne). Thèse de doctorat en Science du langage. Luxembourg, Université du Luxembourg et de Lorraine, 2013, p 238.

²⁰⁰ COLLETTA, Jean-Marc et TCHERKASSOF Anna. *Les émotions. Cognition, langage et développement*. Paris, Edition Mardaga, 2003, p 91

²⁰¹ PAPERMAN Patricia. « Les émotions et l'espace public ». In: *Quaderni*. N. 18, Automne 1992, p 103.

²⁰² Roman Jakobson, *Closing statements: Linguistics and Poetics*, Style in language, T.A. Sebeok, New-York, 1960. Pour la traduction de Nicolas Ruwet : « Linguistique et poétique », Essais de linguistique générale, Éditions de Minuit, Paris, 1963.

Paragraphe C : Les emojis, la carte socialo-médiatique du politique

Aujourd'hui, les dispositifs de CMO ne sont ignorés d'aucune sphère, qu'elle soit personnelle comme professionnel. Ainsi les emojis refaçonnent nos échanges électroniques, tant dans la sphère privée que dans celle corporative, parce que nos interactions dans les deux cas ont lieu sur les mêmes plateformes, et participent des mêmes rituels²⁰³. Replacé de manière prédominante dans les usages en contexte de communication électronique personnelle, on ne trouve pas d'emoji dans les journaux, les rapports scientifiques, la littérature, les communications officielles en générale, alors cela questionne une nouvelle fois l'usage qui en est fait par les politiques sur *Twitter*. La notion de visibilité, travaillée notamment par Nathalie Heinich (2012), se révèle particulièrement pertinente si l'on veut comprendre la production médiatique de ces personnalités, et plus précisément pour rendre compte des stratégies qu'elles développent pour se rendre visibles bien au-delà des scènes politiques et institutionnelles classiques²⁰⁴. Nous l'avons vu, cette rencontre entre deux sphères, celle politique et celle numérique n'a abouti pas à un épanchement émotif au sein de la communication politique.

Indéniablement, les médias sociaux offrent aux acteurs et aux institutions politiques, comme il est aussi cas pour la population lambda, des possibilités d'interaction novatrices²⁰⁵. En choisissant une interaction plus directe, les politiques semblent tenus à un certain dévoilement des coulisses politiques, monde connu pour son opacité. L'impact des CMO reconnu sur les relations sociales en général est à mettre en perspective ici avec l'usage politique. La construction des relations, la conscience de Soi et des Autres, ou encore la prégnance des normes sociales au sein des communications numérique a fait l'objet de nombreuses recherches, et n'est plus à démontrer comme nous l'apprend Gauducheau²⁰⁶. Nous l'avons vu, l'entrée des acteurs politiques sur les médias socionumériques a entraîné leurs usages des outils types de cette communication électronique : les emojis. Désormais, certains comme Le Bart en sont à évoquer hypothétiquement une dépendance croissante des politiques aux médias, notamment

²⁰³ STARK, Luke, CRAWFORD, Kate. « The Conservatism of Emoji: Work, Affect, and Communication ». Social media + Society, 2015, p6.

²⁰⁴ LE BART, Christian. « Publier pour exister. Le livre politique, un média pour accéder aux médias », Politiques de communication 2016/2 (N° 7), p. 56.

²⁰⁵ CLARKE, Amanda. « Les médias sociaux, Utilisations politiques et conséquences pour la démocratie représentative ». In : Bibliothèque du Parlement, Publication n°2010, p1.

²⁰⁶ GAUDUCHEAU, Nadia. « La communication des émotions dans les échanges médiatisés par ordinateur : bilan et perspectives ». Bulletin de Psychologie, tome 61, 2008, p1.

sociaux²⁰⁷. Cette production communicationnelle des personnalités politiques nous donne à voir ces dernières comme « tiraillées entre la nécessité d'investir les institutions et les rôles et la tentation de jouer la carte médiatique »²⁰⁸. On en vient à lier le capital politique au capital médiatique de chaque sujet politique. Chacun de ces derniers établit sa stratégie de médiatisation distinctive, tout autant ajustée aux exigences du rôle politique qu'aux attentes des médias, comme nous avons pu le voir. La puissance des logiques médiatiques propre au numérique ne sont pour autant pas à minimiser. Elles peuvent venir troubler le jeu politique. En effet, le droit de parole du politique étant traditionnellement fondé sur ce qu'il représente, ce au nom de quoi il s'exprime : un parti, un gouvernement, un territoire, avec le numérique la parole politique est chargée d'information sur la subjectivité de l'acteur politique.

Les politiques se servent de *Twitter* comme mécanisme de diffusion²⁰⁹. Les politiques savent qu'ils disposent là d'un relai médiatique de premier plan à même d'amplifier leur visibilité. Lilleker (2006) associait à la diffusion d'information dans la littérature sur les usages politique à « l'exercice de transmission d'éléments d'information vers un large public, sans attente de rétroaction »²¹⁰. Les médias socionumériques semblent donc faire partie intégrante des stratégies de communication politique. Small soutient que nombre de politicien utilisent ces nouvelles applications électronique, comme *Twitter*, surtout pour diffuser des informations officielles concernant la vie politique et sociale actuelle. Le contenu des tweets des ministères comme des sujets politiques semble dans la totalité mettre l'accent sur des communications officielles. Les tweets constituent souvent des titres de communiqué de presse, des annonces, ou encore des liens vers des documents officiels ou des vidéos. Le réseau social devient alors un formidable moyen de communication politique et de promotion de l'action publique. Selon Clarke (2010), là où l'information est une fonction capitale et nécessaire à la mobilisation, l'utilisation de médias sociaux devient un moyen qui semble approprié pour revitaliser la sphère politique et l'engagement citoyen. Moyen additionnel de communication, l'utilisation des médias sociaux et des emoji semble s'inscrire dans une aspiration politique à revitaliser et élargir l'attractivité de la sphère politique. Les médias sociaux deviennent ainsi populaires auprès des politiciens et de leurs organisation comme moyen de diffuser des messages politiques, de découvrir les domaines d'intérêt et les besoins des électeurs et de la population

²⁰⁷ LE BART, Christian. « Publier pour exister. Le livre politique, un média pour accéder aux médias », Politiques de communication 2016/2 (N° 7), p 55.

²⁰⁸ Idem p 75.

²⁰⁹ SMALL, Tamara A. « La politique canadienne en 140 caractères : la vie des partis dans l'univers Twitter ». Revue Parlementaire canadienne, Automne 2010, p 47.

²¹⁰ Lilleker 2006, cité dans Small 2012.

en général, mais aussi d’outrepasser les médias traditionnels pour diffuser de l’information²¹¹. D’après l’analyse de notre corpus, il s’avère que tous les partis, comme tous les sujets politiques utilisent le microblogage pour informer leurs abonnés des activités politiques passés, en cours ou à venir. De manière prédominante, nous avons retrouvé des tweets se rapportant à des communications officielles, à des publications de communiqués de presse, ou encore à des annonces relatives aux équipes du gouvernement et à leurs activités internes ou externes. La récurrence de ce genre de messages indique la volonté de la sphère politique de livrer une information officielle, contrôlée et prudente et surtout de demeurer « on message ». En occupant ainsi l’espace médiatique, cela permet aux politiques, selon C. Delporte, une expression directe et une visibilité médiatique inédite. Les réseaux sociaux permettent une expression autonome et indépendante du système médiatique sans un temps précis à respecter. La force de la plateforme est de permettre de maîtriser les messages, bien plus que dans les médias traditionnels. Amplificateur conséquent, l’usage des réseaux sociaux et de leurs codes touche un nombre important et une diversité de gens, tout en ayant un coût beaucoup moins imposant que toute autre type de communication politique traditionnelle, du type meeting, etc.

Illustration 24 : Cas de l’annonce d’un communiqué de presse au sein d’un tweet politique.



Source : Capture d’écran du compte Twitter du Ministère des Armées conduite par l’auteure.

²¹¹ VERVILLE, Mélanie et GIASSON, Thierry. Les partis politiques provinciaux québécois à l’heure du Web 2.0 et des médias sociaux. Congrès de l’Association canadienne de science politique, Waterloo, 16-18 mai 2011, p1.

Pour que la diffusion et la propagation soit majorée, nous découvrons que les sujets politiques retweetent sur leurs fils officiels des messages provenant d'autres comptes partisans : le ministère, d'autres membres, ou encore des associations locales ou régionales du parti. Selon nous, cet usage s'apparente davantage à une pratique de diffusion qu'à un usage social, puisque les messages ainsi relayés sont issus des instances du parti, le fil *Twitter* de l'organisation ou du sujet est alors utilisé comme courroie de transmission de discours partisans produits et diffusés initialement sur d'autres comptes du parti. A proprement parler, nous pensons les « retweets » comme sociaux dès lors qu'ils relayent les messages produits par des citoyens ou par les médias d'information sur lesquels le locuteur veut attirer l'attention. Alors que les relais de propos citoyen sont rares voire inexistant, nous découvrons aussi que de nombreux tweets sont liés à des sites web, des pages profils de partis ou du gouvernement, à *Facebook*, à des photos et vidéos, mais aussi et surtout à des reportages dans les médias. Une des choses qui se dégage clairement est l'utilisation d'hyperlien. Après avoir eu recours à des sites de compression pour abrégé les URL et afin que les liens entre dans la limites de 140 caractères, les politiciens font usage des liens vers d'autres sites semble-t-il dans une stratégie de renforcement du tweet. Le renvoie à d'autres autorité donne de la crédibilité aux tweets, au lieu de paraître simplement politique²¹². Nous l'avons vu au sein de notre corpus, le lien et la retransmission en vidéos de propos ou événements sont au centre des stratégies numériques des politiques. Ici, les nouveaux médias répondent aux anciens médias.

Illustration 25 : Cas de retweet d'une information médiatique.



Source : Capture d'écran du compte Twitter de BFM TV conduite par l'auteure.

²¹² SMALL, Tamara A. « La politique canadienne en 140 caractères : la vie des partis dans l'univers Twitter ». *Revue Parlementaire canadienne*, Automne 2010, p 46.

Illustration 26 : Cas de relais d'une information médiatique extérieure au sein d'un tweet politique.



Source : Capture d'écran du compte Twitter d'Olivier Dussopt conduite par l'auteure.

De nombreuses études pensent les réseaux sociaux comme en phase de devenir le premier canal d'information pour la majorité des internautes. Comme le déclarait Ben Mansour²¹³, les nouvelles plateformes numériques ont permis un accès direct à un volume important d'information ; ainsi certains acteurs politiques espèrent court-circuiter le travail des journalistes pour pouvoir mieux transmettre leur parole en évitant les contraintes de fond et de forme. Gratuit et simple d'utilisation, *Twitter* est une opportunité pour les personnalités politique de mener leurs communications et de tenir au courant la population de leur travaux quotidiens. Cette information non touchée par le filtre de la couverture journalistique est pensée par la sphère politique comme éventuellement utile à la réflexion d'électeurs flexibles. Stratégiquement, utiliser *Twitter* comme un outil de diffusion plutôt que d'interaction comporte des nombre d'avantages : assurer que le message rejoint un auditoire difficile à atteindre ailleurs, diffuser une communication contrôlée et cohérente et limiter les risques de dérapages.

Nous l'avons vu et illustré, la diffusion d'informations demeure une dimension importante de l'utilisation du web par les politiques. Outre cette stratégie d'adresse efficace à destination d'un public inédit, il s'avère que la communication et la diffusion d'actualités politiques aspire à un autre objectif : celui d'être repris par la sphère médiatique traditionnelle. Adopté depuis plus d'une décennie par les journalistes, la communication *Twitter* des politiques trouve une nième explication. En commentant, en annonçant, mais aussi en critiquant, l'idée est d'avoir la possibilité d'être repris par les médias traditionnels. Ainsi nous comprenons que les acteurs politiques utilisent les réseaux sociaux avec l'objectif de peser sur l'agenda médiatique.

²¹³ BEN MANSOUR, Bader. (2017). « Le rôle des médias sociaux en politique : une revue de littérature ». *Regards politiques* 1(1) : 3-17

Chapitre 8 – La politique sans en avoir l’air.

« Quel que soit le nom coloré qui la désigne, la langue de bois prospère sous toutes les latitudes. Comme si elle était devenue, à nos yeux fatigués, l’expression même de la politique »

Christian Delporte²¹⁴

Nous l’avons vu, le déploiement des stratégies de communication politique est intimement lié au développement des technologies de communication. Il est probant que les réseaux sociaux, et notamment *Twitter*, ont transformés la communication des politiques. La présence sur les réseaux est indéniablement utile sur le plan politique. Outre la visibilité, ceux-ci offre aussi de l’interaction, or le politique passe son temps à vouloir nouer un lien direct avec son électorat. Internet s’emploi pour ainsi dire à favoriser l’échange entre gouvernants et gouvernés. L’une des figures emblématique du web, l’emoji, illustre de la même manière cet emploi utilitaire et communicationnel des techniques numériques dans la communication politique. L’intégration progressive par les élus, les dirigeants politiques et les partis des réseaux socionumériques à leurs répertoires d’action politique nous oblige donc à revisiter les questions traditionnelles de la communication politique.

Rappelons un instant les différentes fonctions reconnues aux images :

- **Narrative** : divertir, raconter
- **Argumentative** : dénoncer, communiquer, convaincre, persuader
- **Explicative/Descriptive** : décrire, expliquer, compléter un texte.
- **Esthétique** : être beau, donner une émotion, imaginer.

²¹⁴ DELPORTE, Christian. Une histoire de la langue de bois. Paris, Editions Flammarion, 2011, 382p.

Paragraphe A – Les aspects de la politique informelle

Loin des cadres officiels de la politique, interrogeons-nous maintenant sur les frontières politiques inédites que détruit et construit le numérique, sur la manière dont le fonctionnement du jeu politique peut être troublé²¹⁵. D'ordinaire réservé aux usages personnels, notre travail rend visible un essor indéniable de l'usage des emojis par les institutions et les personnalités politiques. Nous en venons dès lors à penser cet emploi comme illustration d'une inédite et informelle forme du politique. Le choix du terme « informel », qui se veut heuristique, vise à décaler le regard et incite à étudier les formes, les pratiques, les expressions qui bénéficient ordinairement d'une reconnaissance et d'une légitimité en dehors du champ et mais qui sont ici utilisés par ce champ. Yves Delorge pensait notamment que « l'informalité ne se situe pas forcément en dehors des formes conventionnelles et des manifestations officielles, mais s'imisce dans les interstices, les « coulisses » et les « à-côtés »²¹⁶.

Désormais, les réseaux sociaux s'imposent comme un outil de communication politique, ils sont considérés comme ces nouveaux « écritaires ». La sphère politique a saisi les mutations médiatiques à l'ère du numérique²¹⁷ afin de multiplier la visibilité de ces acteurs. La politique est contemporanément hypermédialisée, et considère les médias à l'ère du numérique comme de véritables flux²¹⁸. Une communication bien menée et de grande ampleur sur ces nouveaux médias, les réseaux, permet de disposer d'une forte visibilité, mais aussi de draguer un électorat moins sensible aux médias traditionnels. L'investissement de ces espaces virtuel par les politiques français est en effet à appréhender du fait que ces derniers constituent de véritables viviers d'électeurs. En s'immiscent dans les territoires quotidiens de chacun, la politique devient une politique à caractère « ordinaire »²¹⁹. Maîtriser les codes des réseaux sociaux est devenu un enjeu déterminant pour les politiques afin de pouvoir promouvoir leurs idées de manière simple et rapide. Support communicationnel complémentaire, les réseaux, en raison de leur adaptabilité et de leur immédiateté, sont d'excellents biais de prise de parole et de puissants outils politiques. *Twitter* notamment a rapidement été intégré aux stratégies de communication

²¹⁵ LE GALL, Laurent, OFFERLE, Michel, PLOUX, François. « La politique sans en avoir l'air. Aspects de la politique informelle, XIXème- XXIème siècle, Rennes. Presses universitaires de Rennes, 2012, p186.

²¹⁶ Cité dans Deloye.

²¹⁷ GEBHARD, Loïc. L'image en boucle : une sociologie du GIF (en ligne). Mémoire de Master en sociologie de la communication et de la culture. Université de Lausanne, Faculté des sciences sociales et politiques, 2017, p16

²¹⁸ Idem p16

²¹⁹ Le Gall & Ploux, op.cit. p 185.

des personnalités politiques. Selon Aurore Bergé, femme politique française, « *Twitter* permet une interpellation plus directe. On sait davantage ce que les gens pensent de vous, car il n'y a pas de filtre. *Twitter* ne sera jamais une représentation de la société, mais ça permet de prendre le pouls ». Ainsi la présence sur ce grand panneau d'affichage qu'est *Twitter*, permet de faire de la « politique sans en avoir l'air »²²⁰. Les réseaux sociaux et leur langage type : les emojis, procure aux sujets politiques une indéniable éloquence et efficacité²²¹ dans le discours tout en donnant cette impression d'être l'air de rien. Numériquement et avec les emojis, c'est une politique des symboles (emojis), symbolique, qui se joue. C'est une véritable instrumentation de la société qui est à l'œuvre. Par cet inédit exercice de puissance publique et d'action rhétorique, le pouvoir politique manifeste sa présence et exerce son emprise²²². En effet, il est indéniable que de cette informalité se dresse d'une certaine manière l'autorité même du locuteur. Comme le pensait Bourdieu, l'ethos est due à l'autorité extérieur du rhéteur et l'efficacité du discours ne dépend pas de ce qui est dit mais pas qui il est dit. Avec subtilité, cet informel est codifié, maîtrisé, et relève sommes toutes d'une pratique d'Etat. Employer des emojis pour les politiques permet alors d'indiquer une véritable prise de position. L'utilisation des emojis crée une qualité informelle et quotidienne à sa parole politique²²³. Objet type de cette informalité, les emojis emballe dans un seul signe graphique les formes, les modalités, les intentions, les enjeux, les cadres et les circonstances dans lesquels surgit cette inédite forme informelle du politique. Porteur de potentialités politiques certes, les emojis sont aussi capable de reproduire des mécanismes de contraintes, de rationalisation ou de domination. Les émotions par exemple, à travers les emojis, deviennent une voie d'accès, parmi d'autres, à cette politique informelle et à des formes éphémères de socialisation politique ou infra-politique²²⁴. Le langage des émotions peut conduire à mieux les contrôler ou à leur imposer un ordre. Les émotions impliquent une prise de position par rapport à la réalité perçue et comprise en commun²²⁵. Pour Yves Citton (2008) notamment, la montée d'une économie des affects est à comprendre comme une modalité informelle d'influence, de domination, de mise sous contrôle. Auparavant, à travers la communication institutionnelle, les sujets politiques délivraient une parole forte en

²²⁰ Le Gall & Ploux, op.cit. p 186.

²²¹ BEHAGUE, Dominique. Analyse multimodale de l'émotion dans un discours convaincant. Thèse en ligne. Thèse de doctorat en Psychologie Sociale. Paris, Université Paris 8, 2007, p 71.

²²² AUPIAIS, Grégory. « Les politiques symboliques », *Hypothèses* 2005/1 (8), p 17.

²²³ WALTHER, Joseph B, D'ADDORIA, KYLE P. "The Impacts of Emoticons on Message Interpretation in Computer-Mediated Communication". *Rensselaer Polytechnic Institute, Social Science Computer Review*, Vol 19, Sage Publications 2001, p 326.

²²⁴ DELUERMOZ Quentin, FUREIX Emmanuel, MAZUREL Hervé et OUALDI M'hamed. « Écrire l'histoire des émotions : de l'objet à la catégorie d'analyse », *Revue d'histoire du XIXe siècle* [En ligne], 47 | 2013, p 14.

²²⁵ PAPERMAN Patricia. « Les émotions et l'espace public ». In: *Quaderni*. N. 18, Automne 1992 p 105.

direction des électeurs, aujourd'hui, ils sont sommés de s'adapter aux contraintes et stratégies de la société contemporaine, qui a moins le temps et écoutent moins une parole politique décrédibilisée. En allouant de grandes ressources à sa propagande digitale, et en en intégrant tous les codes communicationnels, les politiques semblent faire passer par le jeu, quelque chose qui n'en est pas un. Le jeu politique qui a lieu sur la plateforme relève par nature de la mise en scène, il se « présente comme » la politique contemporaine.

Paragraphe B – Les emojis comme nouvelle langue de bois du politique

Nous l'avons vu et analysé tout au long de ce travail, les emojis sont à appréhender par la visibilité de l'expressivisme du locuteur au sein du langage qu'ils permettent. Ils sont la nouvelle forme de visibilité du locuteur. Caractère intentionnel, les emojis sont produits volontairement. Contrairement au non-verbal, l'absence d'emoji n'indique pas l'absence ou le non-ressenti du locuteur. Inversement, la présence d'un emoji n'indique pas que le modus ou l'émotion est véritablement vécue et ressentie²²⁶. Pierre Halté évoquait déjà dans son travail sur les émoticônes cette dialectique entre émotion réelle et émotion jouée²²⁷. Nous le comprenons ici, il est difficile de faire coïncider une émotion avec ce qui manifeste sa présence.

L'acte de langage numérique et l'usage des émotions dans l'espace public par les politiques se fait sous couvert d'intentionnalité. Les emojis sont les signes d'une parole politique qui se veut informelle et toujours plus sincère et sensible. En utilisant des symboles dans leur communication, les sujets politiques nous réfèrent à Peirce et à sa modélisation des raisonnements inductifs, déductifs, et adductifs :

- **Déduction** : à partir d'un usage généralisé d'un emoji l'interprétation déduit une information particulière.
- **Induction** : à partir d'un usage répété d'un emoji, il se constitue comme indice conventionnel d'une forme de subjectivité du locuteur.

²²⁶ MARCOCCIA, Michel, GAUDUCHEAU, Nadia. « L'analyse du rôle des smileys en production et en réception : un retour sur la question de l'oralité des écrits numériques ». Tech-CICO (ICD, CNRS : Université de technologie de Troyes), Glottopol, N°10, juillet 2007, p 53.

²²⁷ HALTE, Pierre. Les marques modales dans les chats : étude sémiotique et pragmatique des interjections et des émoticônes dans un corpus de conversations synchrones en ligne (En ligne). Thèse de doctorat en Science du langage. Luxembourg, Université du Luxembourg et de Lorraine, 2013, p 108.

- **Abduction** : ce procédé de raisonnement est plus complexe. Il se décline en quatre phrases, et permet d'expliquer les détournements possibles, par ironie ou humour, dans l'emploi d'emojis. Il permet aussi de rendre compte l'attitude d'un interprétant devant un signe qu'il n'a pas encore rencontré et dont il ne connaît pas ces convention d'usage, comme c'est souvent le cas avec des emojis peu connus.

En effet, nous le comprenons, l'usage des emojis par les politiques ne se dresse pas purement comme facilitateur de l'échange avec la population. Les emojis sont des manifestations volontaires et chargées d'intentionnalité par le locuteur, mais aussi les sujets du décodage subjectif des récepteurs. L'iconicité de l'emoji n'est pas intransigeante. Soit, l'usage des emojis par les politiques se fait sous couvert de conventions d'usages de ces signes. A ce propos, Pierre Halté déclarait : « c'est parce que l'emoji imite un sourire, et que le sourire est dans la culture occidentale l'indice de joie ou du bien-être, qu'elle en devient elle aussi l'indice. On peut faire l'hypothèse que, dans le processus d'interprétation du sens d'un emoji, en réception, il y a d'abord reconnaissance de l'iconicité (c'est une imitation de sourire), puis actualisation de l'indice (cette imitation de sourire est l'indice de sa joie »²²⁸. Les émotions politiques se dirigent avec les emojis vers ce que P. Paperman nomme le caractère public des émotions²²⁹. Donnée directement à la compréhension, elles sont méthodiquement ordonnées, et leur signification est accessible. Ainsi, nous comprenons que les émotions, qui sont données à voir par cet usage politique des emojis, sont des émotions situées et saisies dans un espace de rationalité, qui se réfère à des critères publics d'identification de l'émotion²³⁰. Le contrôle social de l'expression des émotions a conduit les mimiques expressives à devenir conventionnelles et à pouvoir se détacher de l'émotion réellement vécue²³¹. Ainsi sur la dimension subjective de cette communication semble prendre petit à petit des distances avec le locuteur. Les émotions et gestes rendus visibles par ces emojis conviennent-ils véritablement de la représentation de ces pensées ? L'emploi des emojis est donc l'usage d'un second langage complexe, subordonné au langage principal dont il vient contextualiser le message et préciser les intentions. En usant des emojis dans leur communication, les politiques traversent autant de niveau de compréhension, que leur langage ne se trouve plus du tout aussi primaire et essentiel (au sens de, caractère de ce qui est essence) qu'il en a l'air. Les signes que sont les emojis sont soumis aux pressions sociales induites, d'une part, par le contexte fortement institutionnalisé du type d'interaction

²²⁸ HALTE, Pierre, op.cit. p 229.

²²⁹ PAPERMAN Patricia. « Les émotions et l'espace public ». In: *Quaderni*. N. 18, Automne 1992, p 102.

²³⁰ Idem p 104.

²³¹ COSNIER, Jacques. *Psychologie des émotions et des sentiments*. Paris, Edition Retz, 1994, p 2038.

considéré, et d'autre part, par le travail de figuration des interlocuteurs²³². Marcel Mauss (1921, p88) parle de « l'expression obligatoire des sentiments (...) Toutes ces expressions collectives, simultanées à valeur morale et à force obligatoire des sentiments de l'individu et du groupe, ce sont plus que de simples manifestations, ce sont des signes, des expressions comprises, bref, un langage. Ces cris, ce sont comme des phrases et des mots. Il faut dire, mais s'il faut le dire c'est parce que tout le groupe les comprends. On fait donc plus que manifester ses sentiments, on les manifeste aux autres, puisqu'il faut les leur manifester. On se les manifeste à soi en les exprimant aux autres et pour le compte des autres. C'est essentiellement une symbolique ».

Vivant dans une société bien au fait des pratiques de communication, nous reconnaissons sans problème l'agir communicationnel politique, dédoublé entre affect vécu et expression numérique. Notre rapport à la communication semble de moins en moins sujet à l'innocence. L'éducation aux médias a fait son œuvre, et nous avons appris à décoder des discours et des images. Outre ceci, le fait que chacun soit aujourd'hui producteur de sa propre image sur les réseaux sociaux nous familiarise avec un certain trucage et nous permet d'appréhender l'usage politique des emojis finalement dans son caractère le plus cosmétique. Le recours à l'émotion et aux emojis dans leur généralité est devenu l'une des figures imposées de la vie publique, aussi vraie pour les acteurs politiques. Muni de ce filtre émotionnel, et subjectif que sont les emojis, les politiques ne mèneraient-ils pas par leurs usages une étonnante manipulation moderne ? Jeu d'accordéon émotionnel, l'instrument de la nouvelle langue de bois politique semble être l'emoji. Pour les responsables politiques, en ce qui concerne les emojis, il s'agirait semble-t-il de masquer et de justifier une certaine impuissance, et de relever la feinte fatalité des mesures qu'ils ont pris ou s'appêtent à prendre. Paravent de l'impuissance ou de la veulerie politique, le recours aux emojis a alors vocation à se mettre au service de la dimension rhétorique et argumentative des discours politiques. La classe dirigeante semble s'en servir pour dépolitiser son propos, et maintenir leur cible dans une position d'accoutumance et de domination à un objet pour eux infraordinaire. Les emojis se dressent alors comme de redoutables défis de par leur envahissement de l'espace social et leur objectif de subtiliser d'une certaine manière l'analyse du propos dans la réception du message. Attractives quasi magnétiquement, ces icônes graphiques prennent une place considérable dans le discours politique, spécialement de par leur portée argumentative. Le « politique des émotions ou des

²³² COLLETTA, Jean-Marc et TCHERKASSOF Anna. *Les émotions. Cognition, langage et développement*. Paris, Edition Mardaga, 2003, p 200.

sentiments » est alors à comprendre comme une technique de pouvoir²³³. Cachés derrière l'écran, on pense la confiance des sujets plus libre qu'en échange à découvert, en face-à-face, mais notons qu'il est toujours difficile d'établir les enjeux implicites de chacun en contexte de communication, ici numérique. Si les emojis sont aussi importants pour communiquer dans l'univers numérique que le sourire et le ton de la voix dans le monde réel, quid si leur utilisation politique servait alors à une certaine manipulation de ses interlocuteurs ? La consécration des réseaux sociaux, et de l'usage des emojis par les sujets politiques s'inscrit dans un contexte de crise de la parole institutionnelles et de défiance à l'égard de tout ce qui s'apparente à la langue de bois²³⁴. Cependant, tout notre travail de réflexion nous amène à questionner l'emoji comme le nouvel avatar de la langue de bois gouvernementale. Selon Delporte, dont le travail conséquent porte sur le sujet, « la parole politique étant plurielle et concurrentielle, la langue de bois emprunte des voies plus complexes », soit dans notre société contemporaine, les réseaux sociaux. Selon lui, toute époque connaît sa langue de bois comme forme de communication politique. Aujourd'hui l'éloquence est multimédia, et en étant sur *Twitter*, les politiques se veulent « leaders d'opinions ». *Twitter* n'est ni plus ni moins qu'une occasion de contrôler sa parole, et d'assurer sa prééminence sur la pensée collective, en rassemblant, séduisant et convainquant. Ainsi savoir bien communiquer et discourir, en prenant en considération le caractère inédit de la médiation, fait partie d'un succès politique persuasif. L'utilisation des emojis relève semble-t-il d'une communication, plus qu'intentionnelle, mais ostensive, symptôme d'une aspiration séductrice de la part des sujets politiques. Les emojis constituent de véritables « indicateurs de force illocutoire »²³⁵. Le statut politique a ça de particulier, en contexte numérique, c'est qu'il ne semble plus quitter le sujet qui le porte. Contemporainement, les politiques sont constamment en représentation. Le politique publiant numériquement revendique, dans l'acte d'écriture même sa subjectivité et sa sincérité, cependant cet acte est politiquement dirigé, et n'est finalement que le fruit de diverses stratégies communicationnelles. Plus que du pouvoir de l'image, avec l'emoji il s'agit du pouvoir de l'adresse, soit la manière dont se règle par la communication les rapports entre la domination et ceux sur qui elle s'exerce, le pouvoir de rappeler aux gens que l'on est leur représentation²³⁶.

²³³ DELUERMOZ Quentin, FUREIX Emmanuel, MAZUREL Hervé et OUALDI M'hamed. « Écrire l'histoire des émotions : de l'objet à la catégorie d'analyse », *Revue d'histoire du XIXe siècle* [En ligne], 47 | 2013, p 12.

²³⁴ LE BART, Christian. « Publier pour exister. Le livre politique, un média pour accéder aux médias », *Politiques de communication* 2016/2 (N° 7), p 70.

²³⁵ Dresner & Herring 2010

²³⁶ RANCIERE, Jacques. *Le partage du sensible*. Hors Collection, La Fabrique Editions, 2000, p 40.

Paragraphe C – Les limites de ce type d’usage, entre langage et communication.

L’ensemble des caractéristiques que nous venons de passer en revue nous offre un panorama des nouveaux enjeux de la politique 2.0, entre langage et communication. Les concepts soulevés jusqu’ici émanent sans conteste de la relation entre un discourent, le politique, et son public. Avec Internet, la communication politique s’est voulue devenir plus interactive et de moins en moins unidirectionnelle. Disposant de certaines potentialités participatives et interactives, qui pourraient révolutionner littéralement les formes de communication traditionnelle, les politiques nous l’avons vu font exercice des réseaux sociaux comme le médium de diffusion d’une information dont le contenu est normalisé, et où la participation et l’interactivité ne sont finalement que limitées et contrôlées. Il semble que le marketing politique agit comme sur un inédit produit : les personnalités politiques, les institutions politiques, de manière à favoriser leur adéquation avec les « consommateurs », les citoyens. Le politique en contexte numérique se doit donc de répondre aux critères d’expressions de ceux qu’ils tentent d’approcher par sa communication. En encodant le discours politique d’emojis, les acteurs politiques se mettent à fréquenter une nouvelle forme de langage, de discours et de modalité de communication. Les réseaux sociaux permettent de jouer sur divers registres, en privilégiant selon les cas une posture institutionnelle ou plus proche, plus informelle. De plus, le stratège politique n’a plus à imaginer le public auquel il s’adresse, il peut le connaître jusqu’à des degrés d’intimité impressionnant, ce qui lui permet d’adapter son discours, autant le contenu que le contenant. Encourageant les réactions, les réseaux sociaux sont en cela de véritables caisses de résonance du propos politique. Bien maîtriser *Twitter* pour les personnalités politiques, c’est se rapprocher de son électorat, partager ses idées, proposer du contenu pour créer une communauté, l’un des points clés du web 2.0. Selon Guy Debord, « *Twitter* donne l’illusion d’un dialogue avec une opinion publique fantasmée et apparaît, aux politiques et aux autres, comme de le dernier stade du spectacle comme un rapport social entre des personnes, médiatisé par des images ». Ce nouvel outil de communication est donc à ne pas surestimer, face à la mythologie participative et collaborative qui est associée aux dispositifs sociotechniques offerts par ces réseaux. Nous l’avons vu, le recours des politiques à *Twitter* semble jusqu’à présent donner peu de signes d’échange. Alors, la fonction communicative des émotions, par les emojis, que nous avons pu imaginer s’en trouve contrainte. Selon A. Gunthert notamment, « si la matérialisation du corps, des émotions, et l’utilisation de l’image à ces fins dans la communication ne sont pas choses nouvelles, la convergence des techniques, des usages

et des pratiques actuelles invitent à un changement de paradigme qui suggère de décrire les pratiques ordinaires de l'image comme un nouveau langage ». A aucun moment à prendre comme un moyen idéal de communication politique, les emojis ne sont pas à appréhender comme une nouvelle langue, mais plutôt comme une nouvelle manière d'écrire celles qui existent déjà. Les emojis vont venir « en plus » ou « à la place de », mais ce n'est pas un mouvement de substitution graphique du texte communicationnel politique. Il semble que l'usage des emojis par les sujets politiques rend compte d'un moment de créolisation²³⁷ du langage politique. La perspective de considérer l'image comme un moyen de communication n'est pas nouvelle, mais contemporanément, la palette dont nous disposons pour nous exprimer est riche de mots, d'images, de mots-images, de pictogrammes. Nous avons la langue alphabétique et le langage idéographique des emojis qui, en somme, se mélangent : c'est ce mélange que l'on appelle la créolisation. Ayant dans les mains pour s'exprimer plus de signes, qu'ils soient visuels, textuels, sonores ou idéogrammatique, cela conduit semble-t-il à un enrichissement culturel et communicationnel de la politique. Les émotions, et donc les emojis, sont à concevoir sous l'angle des communications : englobant communication avec soi-même et avec les autres. Il est indéniable que les symboles ont un impact considérable dans notre société. Même si à notre connaissance, aucune recherche n'a démontré les effets réels des emojis sur le sens de la communication électronique, on ignore leur impact, ces icônes permettent remarquablement d'attirer l'œil et d'établir, à long terme, un lien plus fort émotionnellement avec ceux qui voient le message. Ce que nous remarquons dans les écrits-d'écran contemporains, c'est que le numérique, et la connexion électronique des politiques a vu se révolutionner leur écriture communicationnelle, notamment par ce métissage de différents langages, différents systèmes de signe. Les emojis constituent, dans leurs usages observables, un langage de mots-images²³⁸. La révolution de l'écriture électronique politique convient dans un premier temps de son accès à l'expression informelle. Avec les emojis, c'est un véritable élargissement de la palette expressive qui a lieu, le politique communiquant mobilise donc différents types d'alphabets. En hybridant la matière langagière du politique, il semble que nous soyons entrées dans une multimodalité, combinant texte et image, de la communication politique. Nous l'avons vu, l'usage des emojis est profondément lié à la nature de l'énonciation, au contexte dans lequel elle est produite, et aux objectifs, aux enjeux de dialogue, et au type de

²³⁷ ALLARD, Laurence dans ROSIER, Catherine, BLANES, Camille, VINCENTI, Aurore, CARTIER, Caroline et PAOLI, Stéphane. *Semaine de la Francophonie : et des mots-images ?* Diffusée le 15/03/2015 sur France Inter.

²³⁸ ROSIER, Catherine, BLANES, Camille, VINCENTI, Aurore, CARTIER, Caroline et PAOLI, Stéphane. *Semaine de la Francophonie : et des mots-images ?* Diffusée le 15/03/2015 sur France Inter.

relation qu'elle vise²³⁹. Les emojis permettent d'injecter des éléments iconiques, visuels au milieu de la linéarité scripturale²⁴⁰, qui se situent entre les extrêmes du non-langage et du langage²⁴¹. Etudier les emojis dans la communication politique est donc les associer à leur rôle social, en tant que normes sociales, soit socialement comprise et transmissible. En prenant ainsi mesure de la dynamique temporelle des emojis, nous appréhendons cette inédite stratégie de communication politique dans ces dimension d'expression d'abord, puis dans ces dimensions techniques, qui relève de convention dynamique, puisque partagée par les interscripteurs, et en évolution constante²⁴².

L'appropriation par le monde politique de technologies numériques, de ces codes langagiers, et la reconfiguration des habitudes et des comportements politiques à l'ère d'Internet, ont en outre renouvelé les questionnements concernant les contours d'une démocratie électronique éventuelle ou potentielle. En exploitant le digital, les sujets politiques ont pour objectif de se rendre visible et accessible. Cela dépasse largement le bouche à oreille car la communauté des réseaux sociaux est immense. Cependant, nous l'avons vu, cette communication se caractérise comme une communication ficelée et bien maîtrisée sous couverture d'expression et de démocratie directe. Selon André Gunther « D'un côté il y a ce qui relève de l'activité politique proprement dite, où les discours sont très important et où les nuances d'une parole élaborée sont précieuses, et de l'autre il y a ce qui relève de la communication, qui se manifeste sur les réseaux sociaux et qui sert plutôt à « faire moderne »²⁴³. A travers par exemple la stratégie et le règne de la petite phrase, soit les tweet polémique, les politiques aspirent reprendre la main sur le débat public. N'oublions pas pour autant que l'écueil de la communication à l'heure de *Twitter* est que contraints par la forme, les politiques en oublient parfois le fond et accumulent les petites interventions chocs, pour créer un certain buzz. Il est indéniable que l'enjeu est de réussir à exister dans un flux d'information toujours plus dense. Sommes toutes, ces petits pictogrammes demeurent limités pour faire passer un discours politique complexe. Nous l'avons vu, notamment par ses effets d'attractivité l'usage des emojis par les politiques est un épiphénomène révélateur de la place qu'a pris *Twitter* dans la communication politique.

²³⁹ LARDELLIER, Pascal, LIENARD, Fabien, BELLENGER, Clément. « Des émoticônes à « l'hyper-ception ». Les modalités « technico-relationnelles » de l'expression des émotions en situation de communication interpersonnelle électronique ». Revue de synthèse à orientation sémiologique, Helbo, 2014, « Sémiotique des émotions », p 12.

²⁴⁰ Idem, p12.

²⁴¹ Dresner and Herring (2010).

²⁴² Ibid, p 17.

²⁴³ BOURGOIS, Raphaël et CHALANDON, Mélanie. Parlez-vous l'émoticône ? Diffusée le 28/07/2017 sur France Culture.

L'usage des emojis révèle donc davantage de la communication que de l'innovation rhétorique. Effet de mode ou pas, la plateforme est parfaitement dans la logique de la communication contemporaine, entre omniprésence et informalité. Avec l'avènement d'Internet, et plus précisément du Web 2.0 et des médias sociaux, plusieurs se sont penchés sur les potentialités de revitalisation des pratiques démocratiques et de l'engagement citoyen²⁴⁴. Les réseaux sociaux donnant un accès inédit de la politique aux électeurs, cela nous questionne sur leur participation réelle au jeu politique. Ce type d'outil qui se dresse comme possiblement aidant à développer la démocratie participative, est aussi à appréhender à travers le risque qu'il soit considéré par les sujets politiques comme le seul moyen de parler avec la population. En effet, une part majoritaire des usagers demeurent passifs. Le réseau rappelle d'ailleurs dans ses règles d'utilisation « qu'il n'est pas nécessaire de tweeter pour profiter de *Twitter* ». Dans leur communication électronique, les politiques se retrouvent face à un véritable marché cognitif, où ils se battent pour une visibilité et des voix sur base de leurs tweets. La communication politique dans sa généralité, ainsi que la diffusion d'information par les sujets politiques sur les médias sociaux n'est pas antinomique avec l'exercice démocratique. Cependant la généralisation de *Twitter* ne va pas sans dérives, et le nombre de caractère étant limité, l'approfondissement en devient difficile et ne favorise pas le débat d'idées. Pour marquer les esprits à une époque où tous les politiques ou presque ont un compte *Twitter*, mieux vaut faire court et percutant au risque de choquer et de clôturer la communication.

Il est pour autant revenu dans notre analyse que, canaux de communication indissociables à la vie politiques, les réseaux sociaux et leurs codes sont encore globalement mal et sous exploité par la classe politique française. L'emojisation du discours politique reste nous l'avons vu très technique. Ce nouveau langage est embrassé à bras le corps, mais cela ne se distingue en rien du contenu propositionnel politique proposé traditionnellement. Il n'en est que la forme adaptée qui met en lumière l'incapacité d'innovation des politiques à s'emparer de nouveaux médiums. Doit-on y voir une certaine forme de bureaucratisation ? Au-delà d'un acte de présence et de tentatives plus ou moins réussies d'exploiter ces supports, c'est la maîtrise des codes, des usages et de la puissance de ces nouveaux médias qui en feront demain un facteur clé de la communication politique et un véritable prise d'observation de la société.

²⁴⁴ VERVILLE, Mélanie et GIASSON, Thierry. Les partis politiques provinciaux québécois à l'heure du Web 2.0 et des médias sociaux. Congrès de l'Association canadienne de science politique, Waterloo, 16-18 mai 2011, p 2.

CONCLUSION

Pour Ferdinand de Saussure, « c'est dans la parole que se trouve le germe de tous les changements ; chacun est lancé d'abord par un certain nombre d'individus avant d'entrer dans l'usage ». Les langues empruntent, intègrent, et se transforment selon les époques. Contemporainement, c'est une partie prenante de l'histoire de l'écriture que réactualisent les emojis. L'emoji d'aujourd'hui, ce qu'il y avait hier et ce qui sera demain. Mais il est nécessaire de prendre beaucoup de distance pour comprendre ce qu'ils ont d'impacts sur notre communication, car c'est dans ces actions réciproques d'échanges les plus quotidiennes, sans importance apparente, que se construit la société. Ce phénomène en dit long sur notre société, et nous-mêmes. Les emojis incarnent à leur manière une certaine culture web qui envahie l'ensemble des sphères constituantes de notre société. Ainsi, nous comprenons que l'irruption des emojis dans la sphère politique est à appréhender comme le signe de quelque chose. Signe d'un besoin de compensation du langage politique. L'iconique emoji rend compte d'un moment intéressant au niveau de l'histoire des langages et des écritures, car deux types de langages se rencontrent à la faveur de la révolution numérique qui n'est autre qu'une révolution de l'écriture. Les emojis ne doivent pas être déracinés, coupés des matrices sociales, politiques, mythologiques et culturelles qui les créent, les modèlent et permettent leur expression. La façon moderne de communiquer aujourd'hui est celle sur les réseaux sociaux, ce qui n'a pas, nous l'avons vu, échappée au corps politique. Celle-ci pointe le renouveau de l'écriture politique, à travers l'icônisation de leur communication électronique. La rhétorique politique est devenue expressive, voire subjective, numériquement. Contemporainement extrêmement facile d'emploi, par l'espace qu'ils occupent au sein de nos interfaces de communication ou leur automation, les emojis sont communicatifs mais aussi génératifs. Ils symbolisent et représentent une sphère politique qui tente de renouveler son discours, cependant moins dans le contenu que dans la forme. Dotés d'une grande diversité de significations, la simple idée typologique des émotions ne suffit pas à contenir l'ensemble des emojis. L'emojisation du discours politique,

nous l'avons analysé, s'avère stratégique. Pour André Gunthert notamment, l'usage politique ne correspond pas à la vocation première de l'emoji. Opportunistement, l'emojisation exacerbe et dénature le politique, en devenant semble-t-il un véritable outil de propagande de la politique contemporaine. L'obligation d'adresse publique, s'expliquant par le statut même du politique, s'étend sur le numérique, les réseaux sociaux, et voit se dresser avec elle une dynamique centripète, où l'expression politique se doit d'être fondamentalement expressive. Difficile à saisir dans un premier temps, l'usage des emojis par les politiques se doit, nous l'avons vu, d'être étudié et saisi par ses intrications entre nature et culture, langage et expérience, individu et collectif. L'analyse que nous avons menée nous a amené à aborder, sous l'usage d'un groupe donné, les hypothèses d'un standard communicationnel visuel de la culture contemporaine. Car si Internet a fait son entrée en politique il y a plusieurs décennies, il est aujourd'hui considéré comme indispensable à la pratique et à la modernisation de cette sphère de la société. La technologie numérique a eu de profondes incidences sur la communication politique actuelle, désormais 2.0. Dans une multiplication incessante des communications électroniques, nous en sommes venus à interroger les signes que sont les emojis selon le rôle qu'ils jouent dans la structuration des échanges politiques/population contemporains, en s'intéressant aux processus idéologiques et autres mécanismes de contrainte qui planent au-dessus d'eux. Devenu l'icône du langage des nouveaux médias, les emojis ont semble-t-il redynamisés la participation politique à l'espace public. Ils ont notamment accrus la sensation de proximité, c'est-à-dire d'immédiateté de la communication interpersonnelle, entre la population et les personnalités politiques. Les relations entre les sujets politiques et le peuple changent indéniablement avec le temps. L'ère digitale est celle du brouillage des frontières traditionnelles, duquel naît justement des potentialités, des façons de redistribuer les cartes, ou tout simplement d'actualiser le concept de communication politique que l'on pensait acquis et statique.

Ceci dit, l'usage moderne des emojis par le corps politique n'est pas sans enjeux. La stratégie des émotions, à l'instar des emojis, est un outil politique bien huilé et loin d'être neutre. Si le maniement des emojis appelle à la révérence, il suscite aussi la méfiance comme les différentes formes de langage politique, comme la politique et les politiciens. L'ambiguïté semble être une caractéristique majeure du discours politique, qu'il s'écrive avec des emojis ou avec des lettres. Jean-Paul Sartre écrivait « l'émotion est subie. On ne peut pas en sortir à son gré, elle s'épuise d'elle-même, mais nous ne pouvons l'arrêter. Lorsque toutes voies étant barrées, la conscience se précipite dans le monde magique de l'émotion, elle s'y précipite toute entière en se dégradant

(...) la conscience qui s'émeut ressemble assez à la conscience qui s'endort »²⁴⁵. Pour Kant, comme tant d'autres donc, « être soumis aux émotions est toujours une maladie de l'âme puisque toutes deux excluent la maîtrise de la raison ». *Hic et nunc*, ce qui fonctionne c'est l'appel à l'instinct, à l'émotion, plutôt qu'à la réflexion. Les réseaux sociaux se dressent alors comme des lieux de polarisation, renforçant uniquement les avis et petites phrases *ad nauseam* de chacun. De fait, par sa nature même, le microblogage encourage les communications fréquentes, abaissant le besoin de temps et d'investissement dans une réflexion en vue de la génération de contenus. Les caractéristiques pragmatiques ont nous l'avons vu un impact direct sur les discours qui sont tenus sur ces nouveaux médias. Ainsi l'usage politique des emojis s'apparente à la reprise par ces sujets des codes communicationnels propre aux réseaux sociaux, codes iconiques, paradoxalement simplificateurs et significativement démultiplicateurs, de discours et dominés par leurs caractères informel et émotif. Dans leur usage politique, les emojis nous ont ainsi interrogés sur leurs conséquences sur l'expression politique discursive et sa réception. Ce plébiscite d'usage politique en vient dès lors à interroger, dans leur caractère méthodique ces dispositifs de sensibilisation, quand la neutralité démocratique de ces plateformes. Selon Paul Virilio, « On est face à la menace, non seulement d'une démocratie d'opinions, qui déjà succède à la démocratie représentative des élus, mais du passage à une démocratie d'émotion, une émotion synchronisée à l'échelle du monde »²⁴⁶.

Cependant, en ayant présent à l'esprit ces réflexions, si l'on veut saisir pleinement ce qui nous affecte socialement dans le numérique, au-delà des signes en circulation sur les interfaces, il nous faut comprendre comment ces signes sont affectés dans des bases de données. Des flux. Car l'émotion reste une information. Pareillement aux emojis. Une information sur ceux qui les partagent. Elle remet en question la valeur de nos expressions en ligne. En effet, le numérique, et les données bouleversent le processus politique. Cela change comment se fait la politique. La sphère politique n'est, nous l'avons vu, pas en reste quant au tournant affectif et émotionnel porté par le web, à la circulation des signes affectifs et plus largement l'économie du numérique. Les emojis sont signes des effets du partage social des émotions sur la récupération émotionnelle. Des signes, nous sommes passés à des données informationnelles à valeur économique. Les données sont les phrases des machines à travers lesquelles nous communiquons contemporanément. Ainsi dans la communication politique, la gestion comme l'expression, notamment à travers les emojis, deviennent des leviers de marché, des ressorts

²⁴⁵ Esquisse d'une théorie de l'émotion. Psychologie, phénoménologie et psychologie phénoménologique de l'émotion, Hermann, Paris, 1938

²⁴⁶ VIRILIO Paul, Le Monde Radio-Télévision, samedi 29 mars 2003, p 5.

d'un « capitalisme numérique affectif »²⁴⁷. Cette focalisation sur l'expression de nos ressentis et la volonté d'autonomiser les affects apparaissent comme une opportunité de faire de nos flux expressifs un bien marchand, un méta-dispositif. En exposant nos humeurs sur le web, nous devenons des travailleurs affectifs du « digital labor », que l'emojisation du discours politique nourrit par ses usages. L'usage des emojis par les sujets politiques vient donc en caution de tous ces enjeux au sujet des données informatiques qui viennent alimenter les stratégies de grandes plateformes numériques. En initiant une inédite chaîne de diffusion de ces mots-images, les politiques proposent un décryptage nouveau entre le pouvoir du langage et celui des données, cet impérialisme économique numérique des émotions et ceux qui les maîtrisent. La circulation de données affectives numériques, nourrit nous l'avons vu par le corps politique au sein des espaces des industries du numérique, présente l'état émotionnel humain comme une marchandise comme les autres, transposés en séquences informationnelles, articulables et quantifiables. L'expressivisme numérique est contemporanément prescripteur de rituels, d'injonctions attentionnelles, affectives et déshumanisantes, d'incorporations attestées ou non des émotions jusque dans le discours politique. A suivre cela, il semble que tout autour de nous, jusque dans cette sphère reconnue secrète, joue sur la fibre ultra-expressive, voire émotive, jusqu'à saturation.

Outre ceci notre époque, qualifiée de 3^{ème} âge de la communication, questionne sans conteste le potentiel d'Internet à reconfigurer, et à revitaliser le processus démocratique. Véritable caisse de résonance de la société, les réseaux sociaux ne se limitent pas au divertissement du peuple, ils catalysent les opinions, les angoisses et ferveurs, les engagements et contribuent activement à faire ou défaire le climat politique et social. Pour Olivier de France, les échanges en ligne sont « la Comédie humaine du XXIème, qui s'écrit à chaque instant et en tout point de la planète »²⁴⁸. L'usage politique des emojis se dresse comme caution de l'invasion des émotions dans l'ordre de la réflexion contemporaine. Aujourd'hui nous voyons bien que la numérisation du monde fait la part belle à la spontanéité, à l'opinion. L'émergence de l'émotion contemporaine pose un redoutable défi à la démocratie, car il s'agit par nature, d'un phénomène qui place le citoyen en position passive. Il réagit au lieu d'agir. Il se remet à son ressenti plutôt qu'à sa raison. Ce sont les événements qui le motivent, pas sa pensée. Dans ce nouveau régime émotionnel, le temps est venu à la confusion des ordres, où l'émotion abolit la distance entre le sujet et l'objet,

²⁴⁷ ALLOING, Camille et PIERRE, Julien. *Le Web affectif, une économie numérique des émotions*. Bry-sur-Marne : INA Editions, 2017, 124p.

²⁴⁸ DE FRANCE, Olivier. « La géopolitique des humeurs. L'individu et le citoyen face aux bouleversements technologiques », *Revue internationale et stratégique* 2018/2 (N° 110), p. 72.

et empêche le recul nécessaire à la pensée, privant ainsi le citoyen du temps de la réflexion et du débat. Avec les réseaux sociaux, l'inédit paradigme est celui « je ressens, donc je suis ». Les emojis tiennent donc leur rôle dans l'interrogation qui pose l'impact des réseaux sociaux et des émotions dans le fonctionnement même de nos démocraties. Selon Ben Mansour, le débat sur les conséquences politiques de l'usage de l'Internet en général et des médias sociaux en particulier a été construit en grande partie autour de la dichotomie « cyber-pessimistes » et « cyber-optimistes »²⁴⁹. Hors de tout cadre de pensée, les emojis questionnent quant à leurs impacts sur les relations et échanges entre le peuple, ici précisément français, et ses élus et inversement. Dans une envergure communicationnelle majorée en volume comme en efficacité, nous avons découvert *in fine* que l'usage des réseaux sociaux, et de leur code de prédilection, les emojis, par la sphère politique n'était autre que la transposition du discours politique traditionnel, soit une nouvelle forme de langue de bois du politique. Cela nous replonge ainsi dans les propos de Guy Debord dans *La société du spectacle* : « La société modernisée jusqu'au stade du spectaculaire intégré se caractérise par l'effet combiné de cinq traits principaux, qui sont : le renouvellement technologique incessant, la fusion économique-étatique, le secret généralisé, le faux sans réplique et un présent perpétuel ».

En sachant cela, ne pourrait-on pas imaginer qu'à l'avenir les communications politiques officielles soient touchées par ce nouvel outil qu'est l'emoji ? A l'avenir, et suivant cette évolution, le texte sera-t-il de plus en plus remplacé par un langage pictural dans la communication politique ? Faut-il s'attendre à ce que les politiques s'adonnent de plus en plus à une rhétorique imbibée d'emojis, au sein de l'ensemble de leur médium de communication, voire à ce qu'ils deviennent un succédané de langage pour eux ? Si nous voyons ainsi le citoyen et le politique progressivement s'effacer au profit de l'individu, et de son *modus propre*, comment dans l'époque contemporaine et à venir de l'Internet des sujets faire société commune ?

²⁴⁹ BEN MANSOUR, Bader. (2017). « Le rôle des médias sociaux en politique : une revue de littérature ». *Regards politiques* 1(1) : 3-17

BIBLIOGRAPHIE

ARTICLES SCIENTIFIQUES

- ALLARD, Laurence, ALLOING, Camille, LE BEHEC, Mariannig et PIERRE, Julien, « Introduction », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 11 | 2017, mis en ligne le 01 août 2017, consulté le 18 février 2019. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/2870>
- ANIS, Jacques. « Approche sémiolinguistique des représentations de l'ego dans la Communication Médiée par Ordinateur ». In: Langages, 35^e année, n°144, 2001. Psycholinguistique et intelligence artificielle. pp. 20-38; en ligne : https://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_2001_num_35_144_897
- ANIS, Jacques. « Communication électronique scripturale et formes langagières ». In : Actes des Quatrièmes Rencontres Réseaux Humains/Réseaux Technologiques, Poitiers, CNDP. <http://edel.univ-poitiers.fr/rhrt/document547php>.
- AUIAIS, Grégory. « Les politiques symboliques », Hypothèses 2005/1 (8), p. 17-22. DOI 10.3917/hyp.041.0017
- BACOT, Paul, DESMARCHELIER, Dominique et REMI-GIRAUD, Sylvianne. « Le langage des chiffres en politique », Mots. Les langages du politique [En ligne], 100 | 2012, mis en ligne le 15 décembre 2014, consulté le 26 septembre 2018. URL : <http://journals.openedition.org/mots/20977> ; DOI : 10.4000/mots.20977
- BADAU, Horea Mihai. « Communication politique et réseaux sociaux : les élections présidentielles 2014 en Roumanie sous la loupe de Twitter et de Facebook ». In : Communication, technologie et développement, n°2, octobre 2015. Disponible sur : <http://www.comtecddev.com/fr/telecharger/Badau.pdf>. (Consulté le 22 janvier 2019).
- BASTIEN, Frédérick et GREFFET, Fabienne. « Les campagnes électorales sur Internet : une comparaison entre France et Québec ». In : Hermès La Revue, CNRS Editions, 2009/2 N°54, pages 211 à 219. Disponible sur : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2009-2-page-211.htm> (Consulté le 25 janvier 2019).
- BEN MANSOUR, Bader. (2017). « Le rôle des médias sociaux en politique : une revue de littérature ». Regards politiques 1(1) : 3-17
- BIANCHI, Laetitia. « De la mobilité des téléphones et de la langue ». Le dossier du tigre, 2008, p54-58. Consulté en ligne le 15 décembre 2018.
- BIANCHI, Laetitia. « Vite ! Vite ! Petite histoire de la sténographie ». Le dossier du tigre, 2008, p 62-65. Consulté en ligne le 15 décembre 2018.

- BLANCHETTE, Philippe-David. « Les médias sociaux. Présentation du texte de Chevrier-Pelletier ». In: Press of Sherbrooke University, Vol. V, Numéro 3, Automne 2013. Disponible sur : https://opus.recherche.usherbrooke.ca/wp-content/uploads/CRPA_vol5no3-1.pdf. (Consulté le 23 janvier 2019).
- CHEVRIER-PELLETIER, Alexandre. « L'utilisation performante des médias sociaux en marketing politique : campagne Obama 2012 ». In : Press of Sherbrooke University, Vol. V, Numéro 3, Automne 2013. Disponible sur : https://opus.recherche.usherbrooke.ca/wp-content/uploads/CRPA_vol5no3-1.pdf. (Consulté le 23 janvier 2019).
- CLARKE, Amanda. « Les médias sociaux, Utilisations politiques et conséquences pour la démocratie représentative ». In : Bibliothèque du Parlement, Publication n°2010-10-F. Disponible sur : <https://lop.parl.ca/content/lop/TeachersInstitute/LesMediasSociaux4.pdf>. (Consulté le 17 janvier 2019).
- COSNIER, Jacques. « Communication non verbale et langage », Psychologie Médicale, 1977.
- DECERNIERES, Éric. « Les émotions, l'histoire et la politique », Commentaire 2009/1 (Numéro 125), p. 239-240.
- DE FRANCE, Olivier. « La géopolitique des humeurs. L'individu et le citoyen face aux bouleversements technologiques », Revue internationale et stratégique 2018/2 (N° 110), p. 71-78. DOI 10.3917/ris.110.0071
- DELUERMOZ Quentin, FUREIX Emmanuel, MAZUREL Hervé et OUALDI M'hamed. « Écrire l'histoire des émotions : de l'objet à la catégorie d'analyse », Revue d'histoire du XIXe siècle [En ligne], 47 | 2013, mis en ligne le 31 décembre 2016, consulté le 12 octobre 2018. URL : <http://journals.openedition.org/rh19/4573> ; DOI : 10.4000/rh19.4573
- EVANGHELOU Athanassios D. « Voyages virtuels et transport d'émotions sur Internet ». In: Quaderni, n°39, Automne 1999. Transport matériel et immatériel. pp. 103-112. En ligne : http://www.persee.fr/doc/quad_0987-1381_1999_num_39_1_1414.
- GAUDUCHEAU, Nadia. « La communication des émotions dans les échanges médiatisés par ordinateur : bilan et perspectives ». Bulletin de Psychologie, tome 61, PP 389-404, 2008.
- HERT Philippe. « Quasi-oralité de l'écriture électronique et sentiment de communauté dans les débats scientifiques en ligne ». In: Réseaux, volume 17, n°97, 1999. Internet, un nouveau mode de communication ? pp. 211-259; En ligne : https://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1999_num_17_97_2171
- KLINKENGERG, Jean-Marie. « La relation texte-image. Essai de grammaire générale ». Groupe μ, UCL, salle Oleffe, Halles universitaires, 28 janvier 2009.
- KRALJ NOVAK, Petra, SMAILOVIC, Jasmina, SLUBAN, Borut, MOZERIC, Igor. "Sentiment of Emojis", Jozef Stefan Institute, 2015. Consulté le 12 janvier 2019: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0144296>.
- LARDELLIER, Pascal, LIENARD, Fabien, BELLENGER, Clément. « Des émoticônes à « l'hyperception ». Les modalités « technico-relationnelles » de l'expression des émotions en situation de communication interpersonnelle électronique ». Revue de synthèse à orientation

- sémiologique, Helbo, 2014, « Sémiotique des émotions » p1- 21. Consulté en ligne le 15 décembre 2018 : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01139329>
- LAZAR, Jan. « Communication à caractère émotionnel dans l'espace virtuel : questions quantitatives sur un corpus tchaté », Romanica Olomucensia, 2015 vol 27, Numéro 1, p73p-80p. 8p. En ligne, consulté le 15 décembre 2018.
 - LE BART, Christian. « Publier pour exister. Le livre politique, un média pour accéder aux médias », Politiques de communication 2016/2 (N° 7), p. 55-77.
 - LE GALL, Laurent, OFFERLE, Michel, PLOUX, François. « La politique sans en avoir l'air. Aspects de la politique informelle, XIXème- XXIème siècle, Rennes. Presses universitaires de Rennes, 2012, 4116p.
 - LIENARD, Fabien. « TIC, Communication électronique écrite, communautés virtuelles et école ». ELA, Etudes de linguistique appliquée, 2012/2 n°166, p 143-155. <https://www.cairn.info/revue-ela-2012-2-page-143.htm>.
 - MARCOCCIA, Michel, GAUDUCHEAU, Nadia. « L'analyse du rôle des smileys en production et en réception : un retour sur la question de l'oralité des écrits numériques ». Tech-CICO (ICD, CNRS : Université de technologie de Troyes), Glottopol, N°10, juillet 2007. Consulté en ligne le 15 décembre 2018.
 - MARCCOCIA, Michel. « Les smileys : une représentation iconique des émotions dans la communication médiatisée par ordinateur », dans C. Platin, M Doury, V Traverso (dirs), Les émotions dans les interactions communicatives, Lyon, ARCI, Presses Universitaires de Lyon, 2000, pp 249-263.
 - MARCOCCIA, Michel. « La représentation du nonverbal dans la communication écrite médiatisée par ordinateur », Communication et Organisation, pp 265-284. [En ligne] mis en ligne le 27 mars 2012, consulté le 12 octobre 2018. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2431> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.2431
 - PAPERMAN Patricia. « Les émotions et l'espace public ». Quaderni. N. 18, Automne 1992. pp. 93-107. En ligne : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/quad_0987-1381_1992_num_18_1_973.
 - PARK, Jaram, FINK, Clay, BARASH, Vladimir, CHA, Meeyoung. "Emoticon Style: Interpreting Differences in Emoticons Across Cultures". Proceeding of the Seventh International AAI, Conference on Weblogs and Social Media, 2013.
 - PAVALANATHAN, Umashanthi, EISENSTEIN, Jacob. « Emoticons vs. Emojis on Twitter: A Causal Inference Approach ». School of Interactive Computing, Georgie Institute of Technology, 2015.
 - PROULX, Serge, GARCIA, JL, HEATON, L. « La contribution en ligne. Pratiques participatives à l'ère du capitalisme informationnel ». Presses de l'Université du Québec, Québec, 2014, 276p.
 - ROSENWEIN, Barbara H. « Émotions en politique. Perspectives de médiéviste », Hypothèses 2002/1 (5), p. 315-324. DOI 10.3917/hyp.011.0315

- SALARIS, Coline. « Mobiliser par émotions, mobiliser les émotions. Le cas des victimes du Distilbène », Revue française de science politique 2017/5 (Vol. 67), p. 857-878. DOI 10.3917/rfsp.675.0857
- SCHNEEBELI, Célia. The Interplay of Emoji, Emoticons, and verbal modalities in CMC: A Case study of YouTube comments 2017, Nov 2017, Neuchâtel, Switzerland. Consulté le 12 janvier 2019: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01632753>.
- SMALL, Tamara A. « La politique canadienne en 140 caractères : la vie des partis dans l'univers Twitter ». Revue Parlementaire canadienne, Automne 2010. Disponible sur : http://revparl.ca/33/3/33n3_10f_Small.pdf. (Consulté le 25 janvier 2019).
- STARK, Luke, CRAWFORD, Kate. « The Conservatism of Emoji : Work, Affect, and Communication ». Social media + Society, 2015. Consulté en ligne le 15 décembre 2018 : <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305115604853>.
- VERVILLE, Mélanie et GIASSON, Thierry. « Les partis politiques provinciaux québécois à l'heure du Web 2.0 et des médias sociaux ». Congrès de l'Association canadienne de science politique, Waterloo, 16-18 mai 2011. Disponible sur : https://www.cpsa-acsp.ca/papers-2011/Verville_Giasson.pdf. (Consulté le 23 janvier 2019).
- WALTHER, Joseph B, D'ADDORIA, KYLE P. "The Impacts of Emoticons on Message Interpretation in Computer-Mediated Communication". Rensselaer Polytechnic Institute, Social Science Computer Review, Vol 19, Sage Publications 2001, p 325-347.
- YANOSHEVSKY, Galia. « Les réseaux sociaux et l'échange entre l'homme politique et les internautes : le cas de Facebook après les élections présidentielles en France, Argumentation et Analyse du Discours » [En ligne], 5 | 2010, mis en ligne le 20 octobre 2010, Consulté le 30 septembre 2016. URL : [http:// aad.revues.org/1008](http://aad.revues.org/1008) ; DOI : 10.4000/aad.1008

OUVRAGES

- ALLOING, Camille et PIERRE, Julien. *Le Web affectif, une économie numérique des émotions*. Bry-sur-Marne : INA Editions, 2017, 124p.
- BLONDIAUX, Loïc et TRAINI, Christophe. *La Démocratie des émotions*. Paris : Presses de Sciences Po, 2018, 248p.
- BRAUD, Philippe. *Petit Traité des émotions, sentiments et passions politiques*. Paris : Armand Colin, 2007, 368p.
- CASILLI, Antonio. *Les Liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?* Paris, Couleur des idées, Edition du Seuil, 2010, 336p.
- COLLETTA, Jean-Marc et TCHERKASSOF Anna. *Les émotions. Cognition, langage et développement*. Paris, Edition Mardaga, 2003, 290p.
- COSNIER, Jacques. *Psychologie des émotions et des sentiments*. Paris, Edition Retz, 1994, 175p.

- D'ALMEIDA, Fabrice et ROWLEY, Anthony. *Quand l'histoire nous prend par les sentiments*. Paris : Odile Jacob, 2013, 283p.
- DALSUET, Anne. *T'es sur Facebook ? Qu'est-ce que les réseaux sociaux changent à l'amitié ?* Paris, Edition Flammarion, 2013, 128p.
- DAMASIO, Antonio. *L'autre moi-même. Les nouvelles cartes du cerveau, de la conscience et des émotions*. Paris : Edition Odile Jacob, 2010, 416p.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. *Peuples en larmes, peuples en armes*. Paris : Les Editions de Minuit, 2016, 464p.
- DELPORTE, Christian. *Une histoire de la langue de bois*. Paris, Editions Flammarion, 2011, 382p.
- EKMAN, Paul. Chapter 3, *Basic Emotions, in Emotions revealed*. University of California, San Francisco, 2003.
- LIENARD, Fabien et ZLITNI, Sami. *La communication électronique : enjeux de langues*. IUT du Havre, Editions Lambert-Lucas Limoges, 2011, 310p.
- LORDON, Frédéric. *La société des Affects. Pour un structuralisme des passions*. Paris, Editions du Seuil, 2013, 288p.
- MACMULLEN, Ramsay. *Les Emotions dans l'Histoire, ancienne et moderne*. Paris : Les Belles Lettres, 2004, 270p.
- MERCIER, Arnaud et PIGNARD-CHEYNEL, Nathalie (dir). *#Info. Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook*. Paris : Première édition, 2018, 352p.
- PLANTIN, Christian, DOURY, Marianne et TRAVERSO, Véronique. *Les émotions dans les interactions*. Presses Universitaires de Lyon, 2000, 330p.
- RANCIERE, Jacques. *Le partage du sensible*. Hors Collection, La Fabrique Editions, 2000, 74p.

MEMOIRES & THESES

- BEHAGUE, Dominique. Analyse multimodale de l'émotion dans un discours convaincant. Thèse en ligne. Thèse de doctorat en Psychologie Sociale. Paris, Université Paris 8, 2007, 239p. Format PDF : <http://www.theses.fr/2007PA082802>. (Consulté le 12 janvier 2019).
- BEJOT, Virginie. Qu'est-ce que l'emoji veut « dire » ? Des imaginaires à la boîte noire : analyse d'un objet trivial sous tensions. Mémoire (En ligne). Master professionnel Information et communication, CELSA, Neuilly, 2015, 95p. Disponible sur : https://www.academia.edu/19508840/Question_que_le_emoji_veut_dire_Des_imaginaires_la_boite_noire_analyse_dun_objet_trivial_sous_tensions. (Consulté le 26 octobre 2018).

- GEBHARD, Loïc. L'image en boucle : une sociologie du GIF (en ligne). Mémoire de Master en sociologie de la communication et de la culture. Université de Lausanne, Faculté des sciences sociales et politiques, 2017, 60p. Format PDF : https://serval.unil.ch/resource/serval:BIB_S_24786.P001/REF. (Consulté le 10 janvier 2019).
- HALTE, Pierre. Les marques modales dans les chats : étude sémiotique et pragmatique des interjections et des émoticônes dans un corpus de conversations synchrones en ligne (En ligne). Thèse de doctorat en Science du langage. Luxembourg, Université du Luxembourg et de Lorraine, 2013, 574p. Format PDF : http://docnum.univ-lorraine.fr/public/DDOC_T_2013_0308_HALTE.pdf. (Consulté le 22 novembre 2018).
- LE CAROFF, Coralie. Les usages sociopolitiques de l'actualité en ligne. S'informer, partager et commenter sur Facebook. Thèse (En ligne). Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication. Paris, Université Panthéon-Assas, 2015, 582p. Format PDF : <https://www.u-paris2.fr/fr/recherche/soutenances-de-theses/les-usages-sociopolitiques-de-lactualite-en-ligne-sinformer-partager> (Consulté le 15 décembre 2018).
- ZAPPA, Pierre-Olivier. Communication politique et réseaux socionumériques, le cas de mybarackobama.com. Mémoire en ligne. Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en communication, Université du Québec à Montréal. Avril 2012. Format PDF : <https://archipel.uqam.ca/4833/1/M12480.pdf>. (Consulté le 23 janvier 2019).

ARTICLES DE PRESSE

- ALLARD, Laurence. Images au numérique. Vers un nouveau rapport aux images. In : Passeurs d'images, 14/12/12. Disponible sur : <http://www.passeursdimages.fr/francais/Education-a-l-image,66/Education-a-l-image-debats/Rencontres-nationales-2012/Images-au-numerique-vers-un?lang=fr/> (Consulté le 13 janvier 2019).
- ALLARD, Laurence. Doigt d'honneur en emoji : des mots-images au lieu des mots ? In : Rue 89, 01/07/2014. Disponible sur : <https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-internet/20140701.RUE4638/doigt-d-honneur-en-emoji-des-mots-images-au-lieu-des-mots.html>. (Consulté le 15 octobre 2018).
- BRAUN, Elisa. Ce que les emojis, gifs et autres selfies disent de nous, rencontre avec Laurence Allard. In : RSLN, 27/11/2015. Disponible sur : <https://archives.rsln.fr/fil/emojis-langage-discours-images-laurence-allard/>. (Consulté le 10 décembre 2018).
- CIMELIERE, Olivier. Emojis : régression de la communication ou variation du langage ? In : Le Blog du Communicant, 15/06/15. Disponible sur : <http://www.leblogducommunicant2-0.com/2015/06/15/emojis-regression-de-la-communication-ou-variation-du-langage/>. (Consulté le 15 octobre 2018).
- C MARKETING. Emoji : le nouveau langage des émotions. In : C Marketing, mis à jour le 24/11/2018. Disponible sur : <https://c-marketing.eu/emoji-le-nouveau-langage-des-emotions/>. (Consulté le 15 octobre 2018).

- COEFFE, Thomas. Chiffres Twitter, 2018. In : BDM Media, 20/05/18, mis à jour le 13/08/18. Disponible sur : <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-twitter/>. (Consulté le 21 janvier 2019).
- DJAVADI, Aurélie. Sur Twitter, les politiques peuvent mieux faire. In : L'Express, 13/05/14. Disponible sur : https://www.lexpress.fr/actualite/politique/sur-twitter-les-politiques-peuvent-mieux-faire_1542953.html. (Consulté le 17 janvier 2019).
- DEJEAN, Mathieu. L'emoji est-il l'avenir du langage politique ? In : Les Inrockuptibles, 17/02/15. Disponible sur : <https://www.lesinrocks.com/2015/02/17/actualite/emoji-est-il-lavenir-du-langage-politique-2-11563126/>. (Consulté le 15 octobre 2018).
- DE MONTIGNY, Alban. Comment Twitter a changé la communication politique ? In : La Croix, 13/07/16. Disponible sur : <https://www.la-croix.com/France/Politique/Comment-Twitter-change-communication-politique-2016-07-13-1200775629>. (Consulté le 17 janvier 2019).
- ELDH, Andreas. Twitter : nouvel eldorado du marketing politique ? In : Contrepoints 23/03/2017. Disponible sur : <https://www.contrepoints.org/2017/03/23/284866-twitter-nouvel-eldorado-marketing-politique>. (Consulté le 4 décembre 2018).
- FERRER, Maxime, DALL'ORSO, Jeanne, et WICKY, Lucas. Donald Trump et Twitter, une utilisation compulsive et émotionnelle. In : Le Monde, 24/01/17. Disponible sur : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/24/compulsive-et-emotionnelle-quelle-est-l-utilisation-de-twitter-par-donald-trump_5068293_4355770.html. (Consulté le 17 janvier 2019).
- FOCRAUD, Arnaud. L'essentiel pour un politique sur Twitter n'est pas d'avoir le plus de followers. In : Le Journal du Dimanche, 09/04/16. Disponible sur : <https://www.lejdd.fr/Medias/Internet/Jerome-Tomasini-Twitter-France-L-essentiel-pour-un-politique-sur-Twitter-n-est-pas-d-avoir-le-plus-de-followers-780343>. (Consulté le 17 janvier 2019).
- KUJAWSKI, Ariane. Twitter et les politiques : 10 ans de polémiques en 140 signes. In BFM TV.fr, 21/03/16. Disponible sur : <https://www.bfmtv.com/politique/twitter-dix-ans-de-gazouillis-dans-la-classe-politique-960700.html>. (Consulté le 17 janvier 2019).
- LAFFETER, A, LISARELLI, D et SIANKOWSKI, P. Pourquoi les politiques se défoncent à Twitter. In : Les Inrockuptibles, 18/03/12. Disponible sur : <https://www.lesinrocks.com/2012/03/18/actualite/pourquoi-les-politiques-se-defoncent-a-twitter-111063/>. (Consulté le 17 janvier 2019).
- Les emojis que vous utilisez révèlent (en partie) votre personnalité. In : L'Express.fr, mis à jour le 16/04/2016. Disponible sur : https://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/les-emojis-que-vous-utilisez-revelent-en-partie-votre-personnalite_1782905.html. (Consulté le 15 octobre 2018).
- MAGAL, Marylou. Réseaux sociaux, le nouveau combat des politiques. In : Le Point, 20/12/16, mis à jour le 22/12/16. Disponible sur : https://www.lepoint.fr/presidentielle/reseaux-sociaux-le-nouveau-combat-des-politiques-20-12-2016-2091756_3121.php. (Consulté le 22 janvier 2019).

- MUZARD, Marie et LICARI, Sophie. De l'emoji à l'introji. In CB NEWS, 21/04/15. Disponible sur : <http://www.cbnews.fr/la-digitale-hebdo/de-l-emoji-a-l-introji-a1019399>. (Consulté le 15 octobre 2018).
- PLATANIA, Juliette. L'utilisation des réseaux sociaux en politique : l'exemple de Barack Obama. In : Jet d'encre, 20/05/13. Disponible sur : <https://www.jetdencre.ch/lutilisation-des-reseaux-sociaux-en-politique-lexemple-de-barack-obama-3108>. (Consulté le 17 janvier 2019).
- ROBERT, Anne-Cécile. La stratégie de l'émotion. In : Le Monde diplomatique, 02/2016. Disponible sur : <https://www.monde-diplomatique.fr/2016/02/ROBERT/54709>. (Consulté le 15 octobre 2018).
- ROOSEN, Mélanie. Les réseaux sociaux, supports incontournables des politiques ? In : L'ADN, 27/11/15. Disponible sur : <https://www.ladn.eu/entreprises-innovantes/parole-expert/les-reseaux-sociaux-supports-incontournables-des-politiques/>. (Consulté le 22 janvier 2019).
- Secteur Public & Santé, par SIA PARTNERS. L'utilisation de Twitter dans la vie politique et institutionnelle française. 01/06/2015. Disponible sur : <http://secteur-public.sia-partners.com/lutilisation-de-twitter-dans-la-vie-politique-et-institutionnelle-francaise>. (Consulté le 4 décembre 2018).
- SEMERDJIAN, Jean-Baptiste. Pourquoi les politiques s'expriment (autant) sur les réseaux sociaux. In : Le Figaro.fr, 27/12/16. Disponible sur : <http://www.lefigaro.fr/politique/le-scan/2016/12/27/25001-20161227ARTFIG00004-pourquoi-les-politiques-s-expriment-autant-sur-les-reseaux-sociaux.php/>. (Consulté le 17 janvier 2019).
- TUAL, Morgane. Les « emoji » constituent-ils un langage à part entière ? In : Le Monde, 15/03/16. Disponible sur : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/03/15/les-emoji-constituent-ils-un-langage-a-part-entiere_4883318_4408996.html. (Consulté le 15 octobre 2018).
- VANDERBIEST, Nicolas. Qui sont les publics des politiques sur Twitter. In : Reputatio Lab, 02/06/16. Disponible sur : <http://www.reputatiolab.com/2016/06/publics-politiques-twitter/>. (Consulté le 26 janvier 2019).

EMISSIONS AUDIOVISUELLES

- BOURGOIS, Raphaël et CHALANDON, Mélanie. *Parlez-vous l'émoticône ?* Diffusée le 28/07/2017 sur France Culture, 43 min.
- ROSIER, Catherine, BLANES, Camille, VINCENTI, Aurore, CARTIER, Caroline et PAOLI, Stéphane. *Semaine de la Francophonie : et des mots-images ?* Diffusée le 15/03/2015 sur France Inter, 81 min.

GLOSSAIRE

- **Alphabet** : système de signes graphiques (lettres) servant à la transcription des sons (consonnes, voyelles) d'une langue ; séries de lettres, rangées dans un ordre traditionnel » (Petit Robert).

- **Emoji** : petite image utilisée dans un message électronique pour exprimer une émotion, représenter un personnage ou une action.

- **Communication politique** : dans son acception la plus commune, se définit comme un regroupement hétérogène et composite de théories et de techniques, mais aussi de procédés plus étroitement liés à l'exercice professionnalisé de la politique. Elle intègre des tactiques et des modes de conduites qui varient en fonction des formes de pouvoir briguées et des situations concrètes vécues par les acteurs politiques »

- **Émoticône** : signe constitué de signes de ponctuation, imitant une mimique faciale, et servant à indiquer l'émotion d'un locuteur. Ils sont des icônes de mimiques faciales dont la fonction principale est d'indiquer une émotion. On les appelle aussi parfois « smileys » ou encore « binettes ». Les émoticônes sont à l'origine constitués de signes issus du code ASCII (« American Standard Code for Information Interchange »), qui est la plus ancienne norme de codage des caractères courants en informatique. On y retrouve donc 128 caractères usuels de l'écrit : lettres de l'alphabet romain, chiffres, signes de ponctuation, etc. De cet ensemble de signe naît une pratique spécifique de l'informatique : l' (autoproclamé) art ASCII, qui consiste à utiliser ces caractères pour représenter divers objets, personnages, animaux, etc. → Pierre Halte p 28.

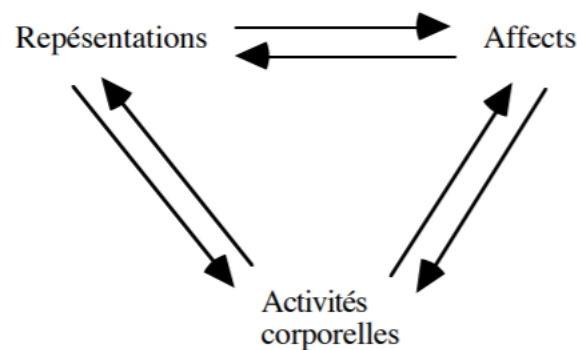
Contraction entre émotion et icône, se dit aussi smiley, de smile : sourire. Combinaison de signes typographiques formant un petit dessin du visage.

« Les smileys (ou emoticons), sont des combinaisons de topogrammes et de caractères d'imprimerie permettant de représenter de manière schématique (si on les incline à 90 degrés) des mimiques faciales comme des sourires, des clins d'œil, des mous de colère ou de tristesse ».

MARCOCCIA (p.2)

- **Emotion** : vient du latin *emotum*, forme nominale du verbe latin *emovere*, « mouvoir hors de « é-mouvoir » (Dictionnaire Larousse de la langue Française, p.623). L'émotion se situe entre le physique et le psychique pour contrôler les désirs, les pulsions primitives et pour mieux faire valoir le sens de l'éthique (*ethos*) avec celui de la raison (*logos*). L'émotion se caractérise globalement comme utile à une situation donnée qui requiert des réponses comportementales expressives et intentionnelles. Elle est empiriquement investigable, généralement transitoire et d'une certaine intensité. Elle se manifeste au niveau linguistique de différentes manières : choix des mots, intonation, exclamation (Caffy, Janney, 1994). Pour Traverso (1999), elle englobe l'ensemble des phénomènes de la vie affective et renvoie aux sentiments.

Au sens large, l'émotion est synonyme d'affectivité : tout état affectif est dans ce sens état émotionnel. Au sens restreint, partagé aujourd'hui par l'ensemble des spécialistes, le terme émotion est réservé uniquement pour désigner les émotions dites « basales » ou « primaires » ou « modales », telles la peur, la surprise, la joie, la tristesse ou le dégoût. Leurs caractéristiques sont d'être des processus dynamiques qui ont un début et une fin et une durée relativement brève. Ces phénomènes « phasiques » sont causés par des événements précis et généralement inattendus.



- **Icone/Indice** : Les notions d'indice et d'icône employées sont à entendre au sens peircien, l'indice est un signe qui rend perceptible un objet du monde qui ne le serait pas sans celui-ci, et l'icône est un signe qui imite un objet du monde.

- **Langue** : système d'expression et de communication commun à un groupe social (communauté linguistique). Définition Petit Robert.

- **Langue de bois** : « On pourrait définir la langue de bois comme un ensemble de procédés qui, par les artifices déployés, visent à dissimuler la pensée de celui qui y recourt pour mieux

influencer et contrôler celle des autres. Convenu, généralisant, préfabriqué, déconnecté de la réalité, le discours de la langue de bois reconstruit le réel en mobilisant et répétant inlassablement les mêmes mots et formules stéréotypés, les mêmes lieux communs, les mêmes termes abstraits. Pas d'information vérifiable, pas d'argument susceptible d'être contredit, mais des affirmations non étayées, des assertions immobiles, des fausses évidences, des questions purement rhétoriques, des approximations et omissions volontaires, des euphémismes à foison, des métaphores vides de sens, des comparaisons vagues, des tautologies comme s'il en pleuvait, des formules impersonnelles, des généralisations portées par la précieuse voix passive qui ôte toute responsabilité individuelle (« il a été décidé... »), et puis des mots chocs, des mots fétiches, des néologismes et expressions faussement savantes qui impressionnent... Les ressources de la langue de bois sont inépuisables, pour cacher en feignant de montrer, pour esquiver en donnant l'illusion de l'engagement, pour intoxiquer par de trompeuses vérités, pour manipuler l'autre en flattant sa raison » Christian Delporte, dans Une histoire de la langue de bois, p10.

- **Langage** : fonction d'expression de la pensée et de communication entre les hommes, mise en œuvre au moyen d'un système de signes vocaux (parole) et éventuellement de signes graphiques (écriture) qui constitue une langue.

- **Média socionumérique** : regroupement d'application en ligne qui se fondent sur l'idéologie et les techniques du Web 2.0 et permettent la création et l'échange de contenu généré par les utilisateurs (M. Verville et T. Giasson, 2011).

- **Microblogage** : les applications de microblogage ont en commun un ensemble de caractéristiques : 1) de courts messages texte, 2) la livraison instantanée des messages, 3) des abonnements pour recevoir des mises à jour. *Twitter* est le site de microblogage de prédilection dans le monde. (Small 2010)

- **Néographie** : Nouveau système d'orthographe. Le terme « néographie phonétisante » est emprunté à Jacques Anis, désigne des graphes qui s'écartent délibérément de la norme orthographique (Etudes françaises, v43 n°1, 2007, p 83-100).

- **Non-verbale (Communication)**: Sans utilisation de la parole, la communication est dite non verbale. Elle repose sur le langage corporel dans son ensemble, gestes, postures, expressions du corps, mais aussi du visage, ou manifestations physiologiques.

- **Paraverbal** : Une composante de la communication non verbale qui permet d'envisager ce qui est relatif à la voix, tout en excluant une analyse sémantique. Les études traitant du paraverbal s'intéressent au ton, à l'intonation, au rythme d'un énoncé.
- **Signe** (linguistique, selon Saussure) : unité linguistique formée d'une partie sensible ou signifiant (sons, lettres), et d'une partie abstraite ou signifié.
- **Stimulus** : la manifestation concrète et contingente du signe, autrement dit, ce qui dans la communication le rend transmissible par un canal particulier, en direction d'une sensorialité particulière (Klinkenberg, 2009).

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Tableau 1 : Typologie des procédés langagiers au sein de l'écriture électronique	39
Illustration 1 : Cas de relation de redondance entre texte et image au sein d'un tweet politique.	44
<i>Source : Capture d'écran du compte Twitter du Gouvernement conduite par l'auteure.</i>	44
Illustration 2 : Cas particulier d'interaction entre texte et image au sein d'un tweet politique.	46
Illustration 3 : Cas d'analyse du caractère spatial de l'emoji au sein d'un tweet politique.....	47
Illustration 4 : L'audience de <i>Twitter</i> en France.....	62
Illustration 5 : Cas des pionnières utilisations des emojis dans la sphère politique américaine.	65
Graphique 1 : Répartition des inscriptions sur Twitter des sujets de notre corpus politique.	66
Tableau 2 : Description et analyse du corpus d'observation <i>Twitter</i> des membres du gouvernement.	68
Illustration 6 : Cas d'utilisation d'emoji face positif au sein d'un tweet politique.....	78
Illustration 7 : Cas d'utilisation d'emoji face négatif au sein d'un tweet politique.....	78
Illustration 8 : Cas illustrant la diversité des emojis employés au sein d'un tweet politique.	79
Illustration 9 : Cas d'utilisation d'emoji cœur au sein d'un tweet politique.	81
Illustration 10 : Cas supplémentaire de l'emploi d'emoji cœur au sein d'un tweet politique.....	82
Illustration 11 : Cas d'utilisation d'emojis signalético-signifiants au sein d'un tweet politique.	85
Illustration 12 : Cas supplémentaire de l'emploi d'emojis signalético-signifiants au sein d'un tweet politique.	86
Illustration 13 : Cas d'utilisation d'emojis médiatico-signifiants au sein d'un tweet politique.	86
Illustration 14 : Cas supplémentaire de l'emploi d'emojis médiatico-signifiants au sein d'un tweet politique.	87
Graphique 2 : Répartition des typologies d'emojis dans leur usage politique.	88
Illustration 15 : Cas d'analyse de l'expression du Président sur <i>Twitter</i>	93
Illustration 16 : Cas de l'utilisation d'emoji signalético-signifiants par Marlène Schiappa.....	95
Illustration 17 : Cas de l'utilisation d'emoji médiatico-signifiants par Marlène Schiappa.	95
Illustration 18 : Cas de l'utilisation d'emoji à carnation de peau choisie par Marlène Schiappa.	96
Illustration 19 : Cas supplémentaire d'emploi d'emoji à carnation de peau choisie par Marlène Schiappa.	97
Illustration 20 : Cas de l'utilisation d'emojis dans un cadre humoristique par Benjamin Griveaux.	98
Illustration 21 : Cas d'analyse de l'expression de Benjamin Griveaux sur <i>Twitter</i> illustrant son statut politique.	99
Tableau 3 : Fonctions de communication utilisées sur <i>Twitter</i> par les politiques.	106
Illustration 22 : Cas de l'usage des emojis structurant le discours au sein d'un tweet politique.	111
Illustration 23 : Cas d'analyse d'une expression politique spécifique sur <i>Twitter</i> : « Que faites- vous ? ».....	113
Illustration 24 : Cas de l'annonce d'un communiqué de presse au sein d'un tweet politique.	117
Illustration 25 : Cas de retweet d'une information médiatique.	118
Illustration 26 : Cas de relais d'une information médiatique extérieure au sein d'un tweet politique.	119

TABLE DES MATIERES

PARTIE 1 – LES EMOJIS ET LA NOTION D’EMOTION DANS LA SOCIETE CONTEMPORAINE.	28
Chapitre premier : Les emojis, un phénomène évidemment social	29
Paragraphe A – L’ethos de l’icône	29
Paragraphe B – La fantasmagorie langue universelle.....	33
Paragraphe C – La bataille socialo	36
Chapitre 2 : Les emojis, un nouveau langage iconique.....	38
Paragraphe A – L’expansion de l’image au sein de l’écrit.....	38
Paragraphe B – La relation texte-image.	42
Paragraphe C – La quasi-oralité de l’écriture électronique.	48
Chapitre 3 : Les enjeux latents des emojis.	51
Paragraphe A – L’expression codée des affects.....	51
Paragraphe B : Les enjeux économique-industriels.	55
Paragraphe C : Le pouvoir des interfaces, l’exception Twitter.	57
PARTIE 2 - L’USAGE DES EMOJIS SUR LES RESEAUX SOCIAUX PAR LES POLITIQUES.	63
Chapitre 4 : Le branding politique sur <i>Twitter</i> : historicité de la rencontre entre deux sphères.....	64
Paragraphe A : Les réseaux sociaux, le nouvel espace de visibilité politique.	64
Paragraphe B : Politisation ou dépolitisation de la parole politique numérique ?	68
Paragraphe C : L’emojisation du discours politique, le nouvel outil du marketing politique.	70
Chapitre 5 : Les champs émotionnels ou non des communications politiques sur <i>Twitter</i>.	73
Paragraphe A : Les catégorisations possibles des emojis dans l’usage politique.	73
Paragraphe B : La stratégie de l’émotion en politique	76
Paragraphe C : Une majorité d’emojis distants de l’émotionnel.....	84
Chapitre 6 : Les profils emojis des politiques.....	89
Paragraphe A : La personnalisation des profils numériques	89
Paragraphe B : Quatre types de profils emojis des politiques.	91
Paragraphe C : La face cachée de ces profils	101
PARTIE 3 – L’EMOJISATION DU DISCOURS POLITIQUE, VÉRITABLE SIGNE DE RECRUESCENCE EMOTIONNELLE DANS LA SOCIETE CONTEMPORAINE ?	103
Chapitre 7 : Une liaison intime entre deux sphères	104
Paragraphe A – Les emojis comme prise en main du monde.....	104
Paragraphe B : Le territoire affectif et ludique du politique	108
Paragraphe C : Les emojis, la carte socialo-médiatique du politique	115
Chapitre 8 – La politique sans en avoir l’air.	120
Paragraphe A – Les aspects de la politique informelle	121
Paragraphe B – Les emojis comme nouvelle langue de bois du politique.....	123
Paragraphe C – Les limites de ce type d’usage, entre langage et communication.....	127

CONCLUSION.....	131
BIBLIOGRPAHIE.....	136
GLOSSAIRE.....	144
TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	148
TABLE DES MATIERES	149
TABLE DES ANNEXES	151

TABLE DES ANNEXES

ANNEXE 1.....	152
ANNEXE 2.....	153
ANNEXE 3.....	156
ANNEXE 4.....	164
ANNEXE 5.....	165
ANNEXE 6.....	166
ANNEXE 7.....	168
ANNEXE 8.....	177

Annexe 1

Les émotions de base selon quelques auteurs

Emotions de base selon quelques auteurs

	JOIE	SURPRISE	PEUR	COLERE	TRISTESSE	DEGOUT	MEPRIS	DETRESSE	INTERET	CULPABILITE	HONTE	AMOUR
Woodworth et Schlosberg(1964)	+	+	+	+	+	+	+	+				+
Ekman et Friesen(1995)	+	+	+	+	+	+						
Izard (1977)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Schwartz et Shaver(1987)	+	+	+	+	+							+

Annexe 2

La composition du gouvernement actuel français

Membres du gouvernement actuel, à l'exécutif, datant du remaniement du mardi 16 octobre 2018.

Présidence

- **Emmanuelle Macron** : président de la République

Premier Ministre.

- **Edouard Philippe** : premier ministre
- **Marc Fesneau** : ministre auprès du premier ministre, chargé des Relations avec le Parlement
- **Benjamin Grivaux** : secrétaire d'Etat auprès du Premier Ministre, porte-parole du Gouvernement
- **Marlène Schiappa** : secrétaire d'Etat, auprès du Premier Ministre, chargée de l'Egalité entre les femmes et les hommes et de la lutte contre les discriminations
- **Sophie Cluzel** : secrétaire d'Etat auprès du Premier Ministre, chargée des Personnes handicapées

Ministère de la Transition écologique et solidaire.

- **François de Rugy** : ministre d'Etat, ministre de la Transition écologique et solidaire
- **Elisabeth Borne** : ministre auprès du ministre d'Etat, ministre chargée des transports
- **Brune Poirson** : secrétaire d'Etat auprès du ministre d'Etat
- **Emmanuelle Wargon** : secrétaire d'Etat auprès du ministre d'Etat

Ministère de la Justice.

- **Nicole Belloubet** : garde des sceaux, ministre de la justice

Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères

- **Jean-Yves le Drian** : ministre de l'Europe et des Affaires étrangères
- **Nathalie Loiseau** : ministre auprès du ministre d'Etat, chargée des Affaires européennes
- **Jean-Baptiste Lemoyne** : secrétaire d'Etat auprès du ministre

Ministère des Armées

- **Florence Parly** : ministre des Armées
- **Geneviève Darrieussecq** : secrétaire d'Etat auprès de la ministre

Ministère des Solidarités et de la Santé

- **Agnès Buzyn** : ministre des Solidarités et de la Santé
- **Christelle Dubos** : secrétaire d'Etat auprès de la ministre

Ministère de l'Economie et des Finances

- **Bruno Le Maire** : ministre de l'Economie et des Finances
- **Mounir Mahjoubi** : secrétaire d'Etat auprès du ministre et des ministres de l'Action et des Comptes publics, chargé du Numérique
- **Agnès Pannier-Runacher** : secrétaire d'Etat auprès du ministre

Ministère du Travail

- **Muriel Pénicaud** : ministre du Travail

Ministère de l'Education nationale et de la Jeunesse

- **Jean-Michel Blanquer** : ministre de l'Education nationale et de la Jeunesse
- **Gabriel Attal** : secrétaire d'Etat auprès du ministre

Ministère de l'Action et des Comptes publics

- **Gérard Darmanin** : ministre de l'Action et des Comptes publics
- **Mounir Mahjoubi** : idem
- **Olivier Dussopt** : secrétaire d'Etat du ministre

Ministère de l'Intérieur

- **Christophe Castaner** : ministre de l'Intérieur
- **Laurent Nunez** : secrétaire d'Etat auprès du ministre

Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation

- **Frédérique Vidal** : ministre de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation

Ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales

- **Jacqueline Gourault** : ministre de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales
- **Sébastien Lecornu** : ministre auprès de la ministre, chargé des collectivités territoriales
- **Julien Denormandie** : ministre auprès de la ministre, chargé de la ville et du logement

Ministère des Outre-mer

- **Annick Girardin** : ministre des Outre-mer

Ministère de la Culture

- **Franck Riester** : ministre de la Culture

Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

- **Didier Guillaume** : ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation

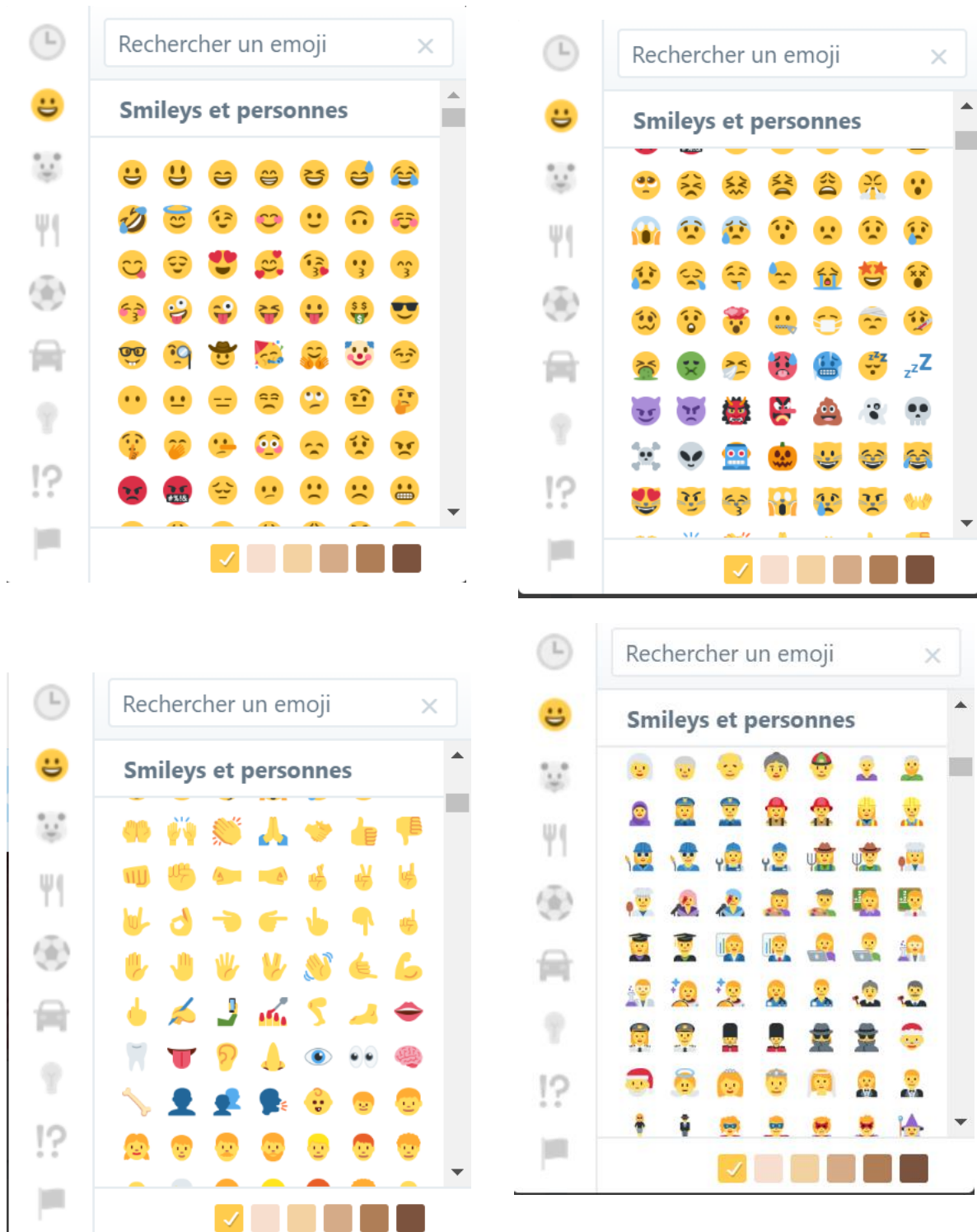
Ministère des Sports

- **Roxana Maracineanu** : ministre des Sports

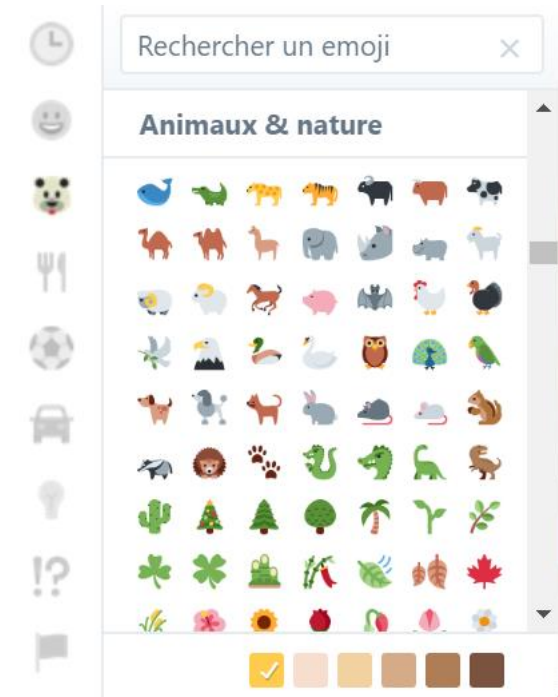
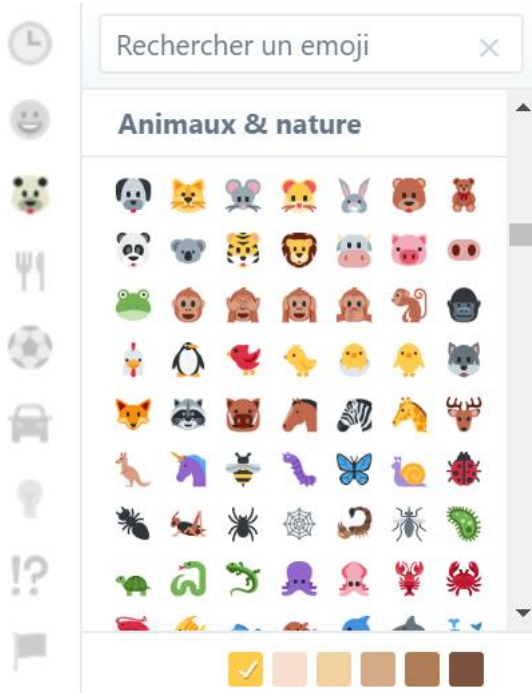
Annexe 3

Classification des emojis et GIFs au sein de la plateforme Twitter

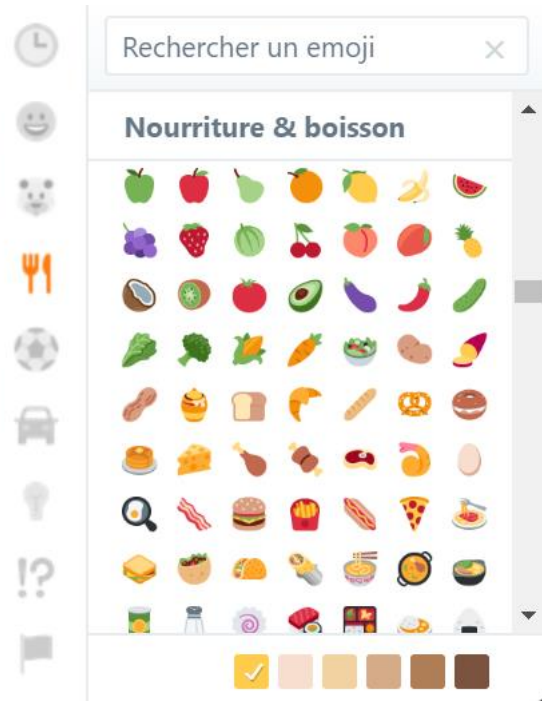
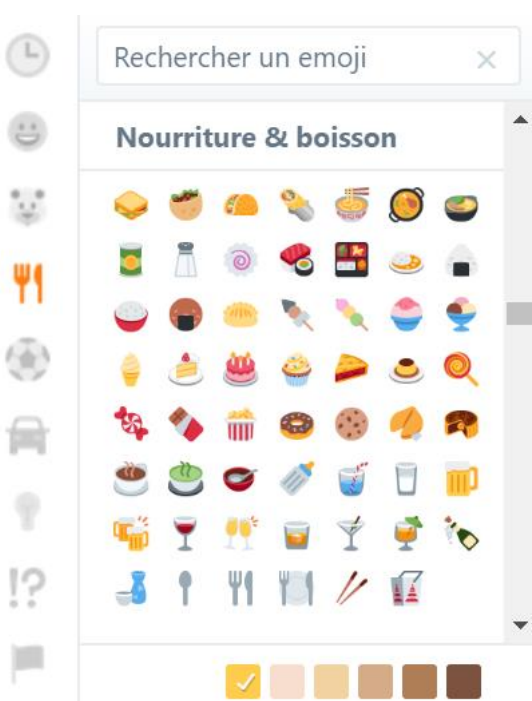
CATEGORIE 1 : Smileys et personnes



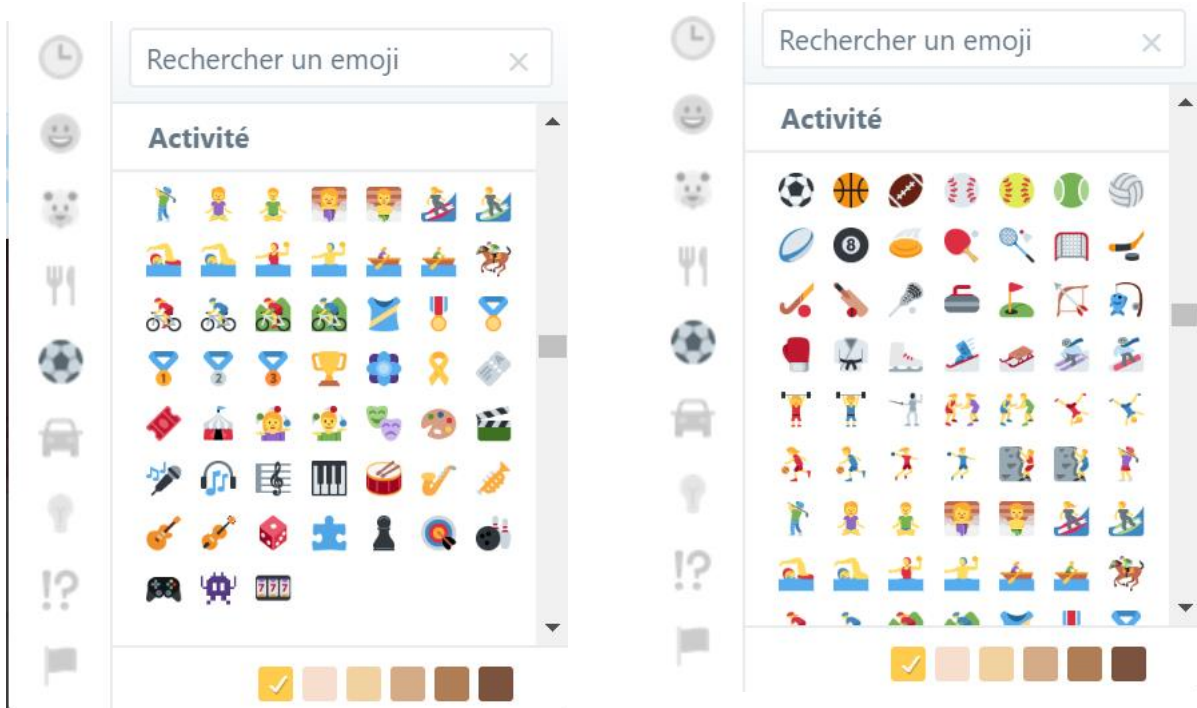
Catégorie 2 : Animaux & nature



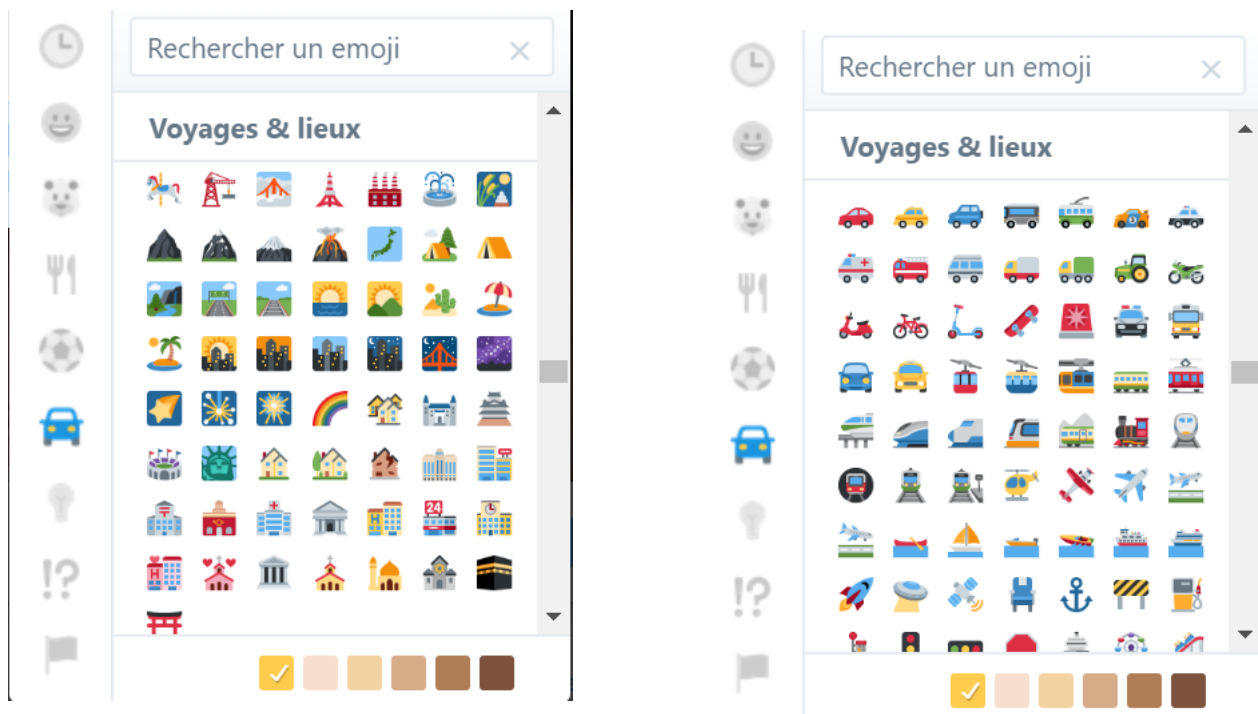
CATEGORIE 3 : Nourriture & boisson



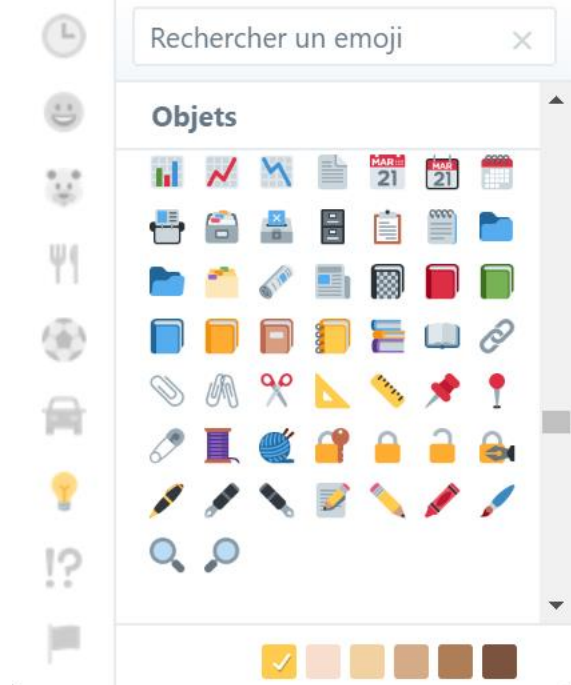
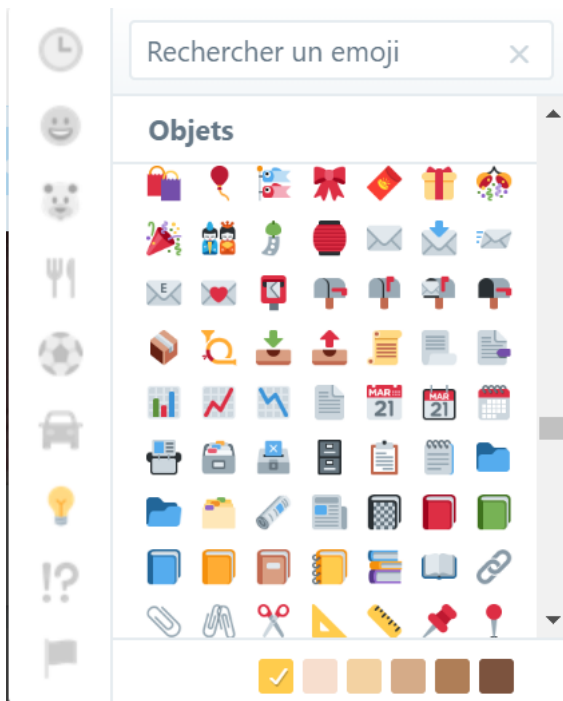
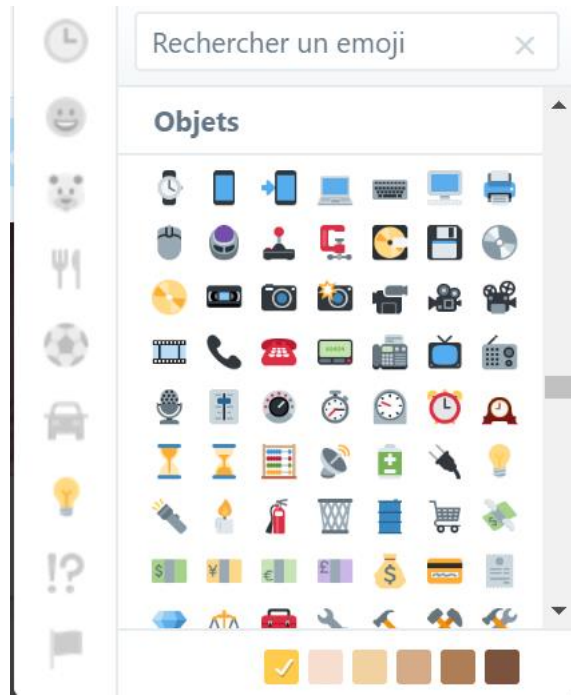
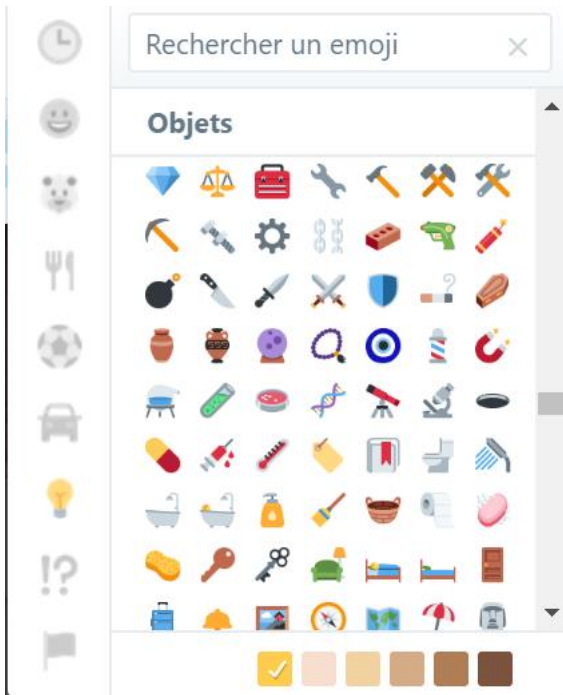
CATEGORIE 4 : Activité



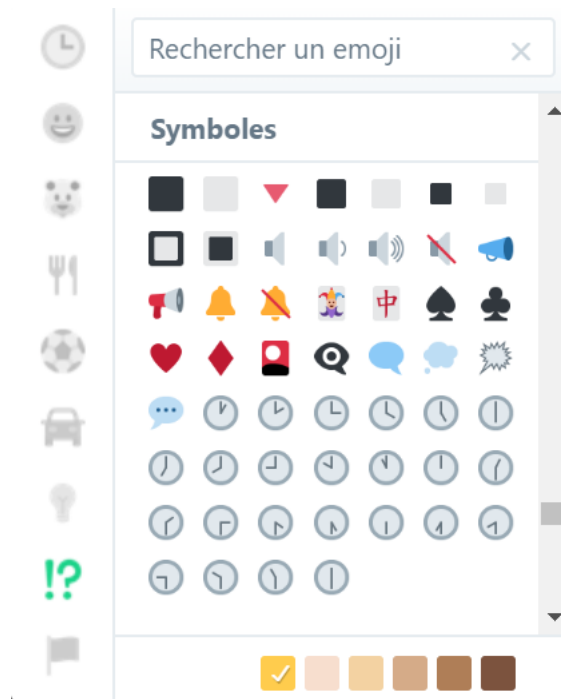
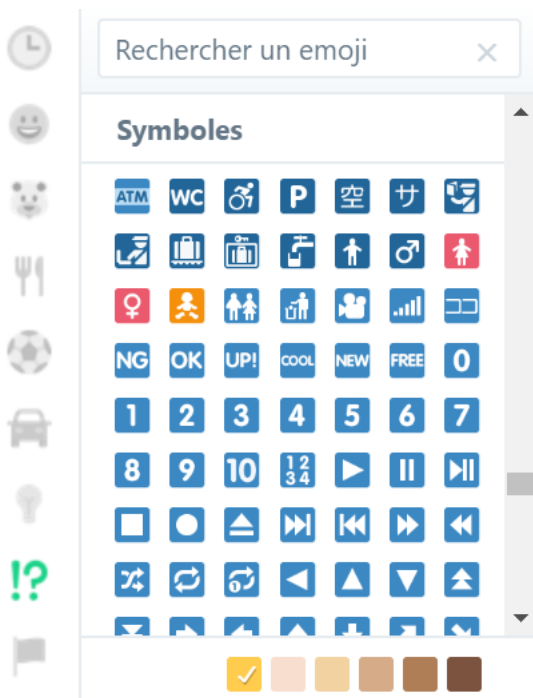
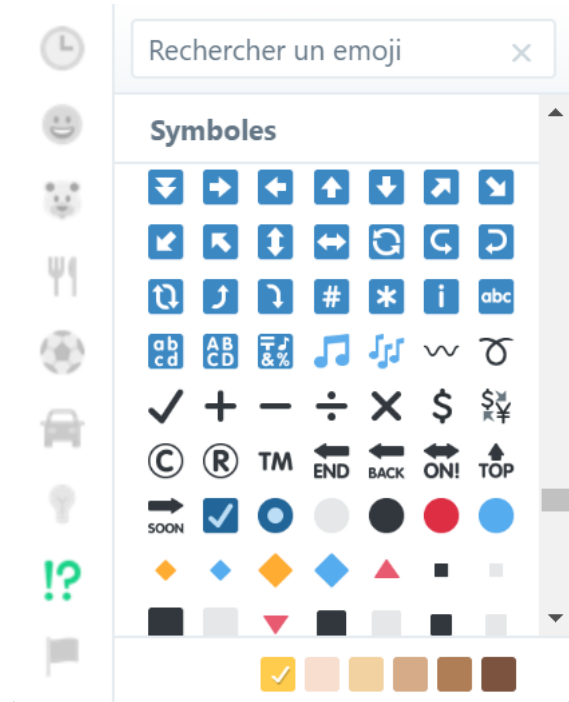
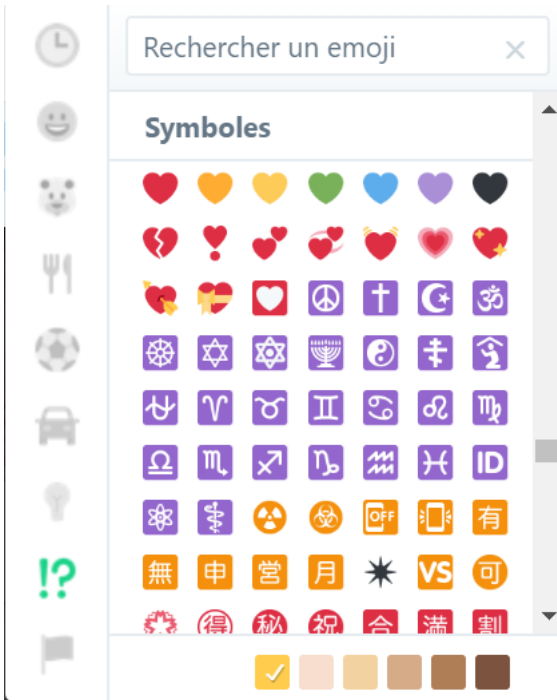
CATEGORIE 5 : Voyages & lieux



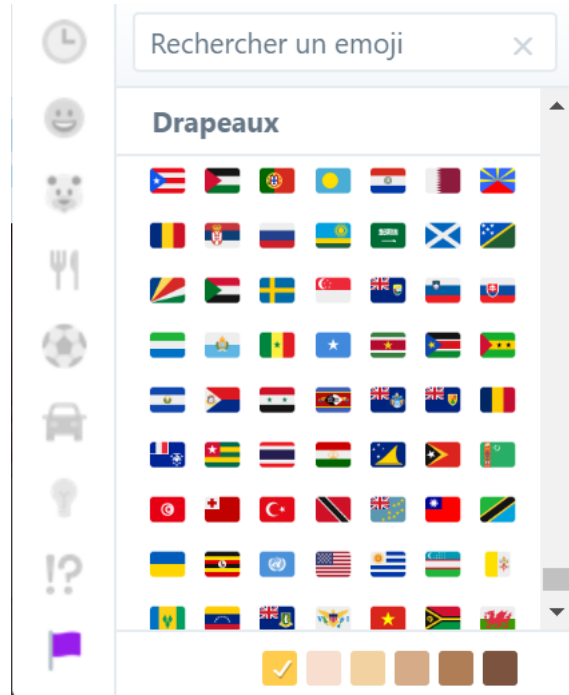
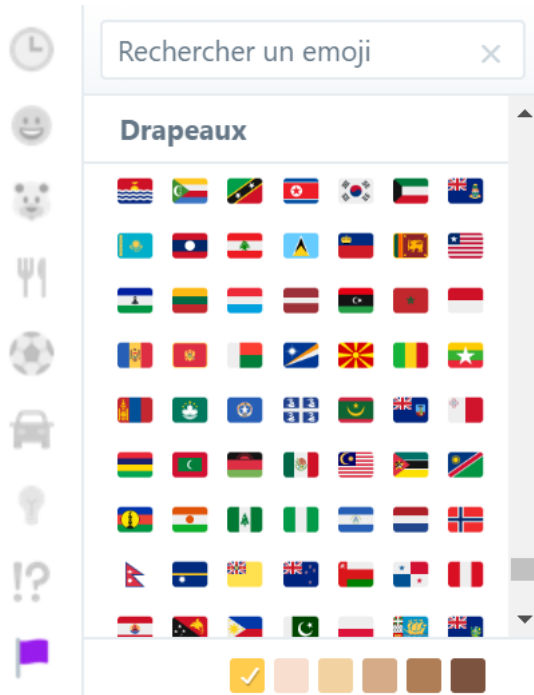
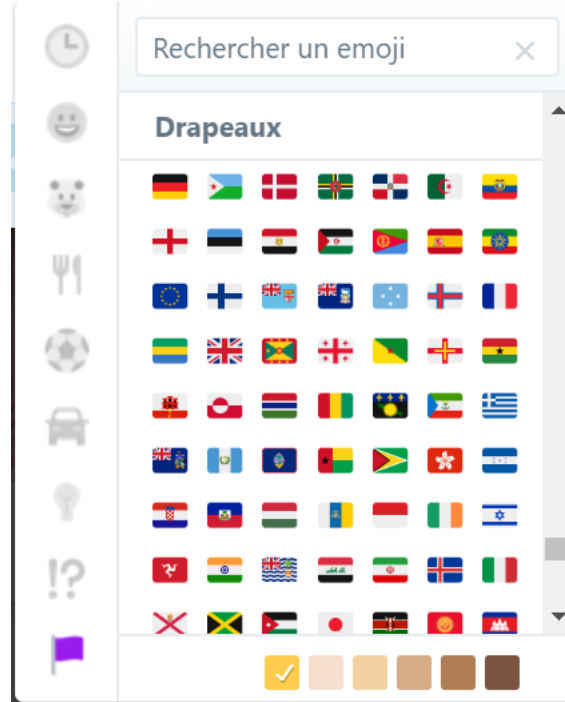
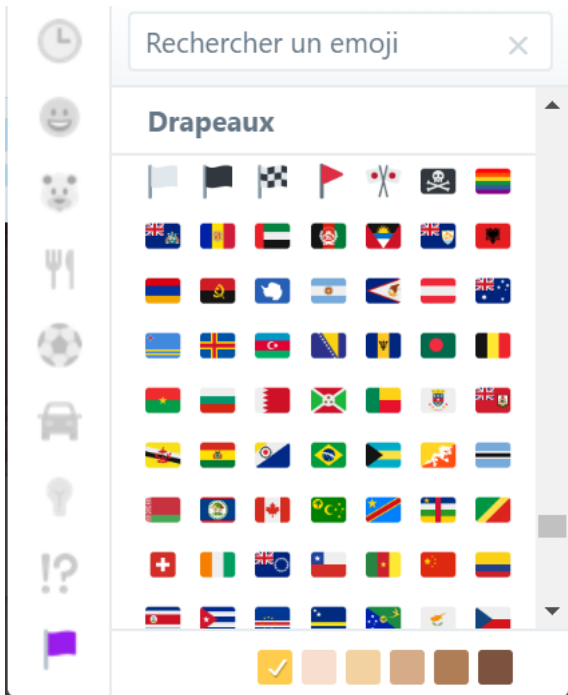
CATEGORIE 6 : Objets



CATEGORIE 7 : Symboles



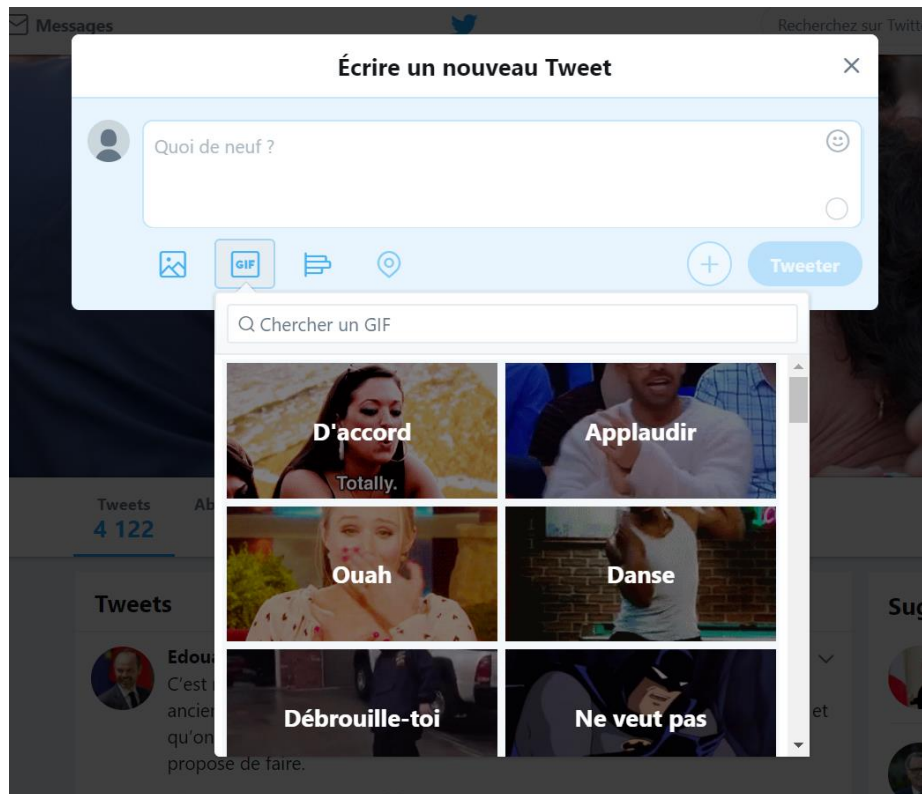
CATEGORIE 8 : Drapeaux



Drapeaux utilisés par les politiques dans leurs tweets

- Europe
- France
- Espagne
- Afrique du Sud
- Chine
- Allemagne
- Pologne
- Etats-Unis
- Israël
- Irlande
- République Tchèque
- Suisse
- Inde
- Suède
- Belgique
- Italie
- Luxembourg
- Pays-Bas
- Portugal
- Royaume-Uni
- Japon
- Sénégal
- Corée du Sud
- Irak
- Koweït
- Bulgarie
- Russie
- Angola
- Iran
- Ukraine
- Jordanie
- Roumanie
- Serbie
- Egypte
- Australie
- Géorgie
- Azerbaïdjan
- Arménie
- Vatican
- Mauritanie
- Nigeria
- Colombie
- Cuba
- Emirats Arabes Unis
- Grèce
- Chypre
- Maroc
- Mali
- UNO
- Burkina Faso
- Mexique
- Gambie
- Argentine
- Liban
- Madagascar
- Canada
- Rwanda
- Norvège
- Finlande
- Danemark
- Estonie
- Singapour
- Malaisie
- Slovaquie
- Serbie
- Algérie
- Chili
- Congo
- Ethiopie

Procédure d'usage de GIFs sur Twitter



- D'accord
- Applaudir
- Ouah
- Danse
- Débrouille-toi
- Ne veut pas
- Berk
- Roulement des yeux
- Facepalm
- Check
- Bonne chance
- Au revoir
- Danse de la joie
- Cœurs
- Tope là
- Câlin
- Je ne sais pas
- Bisou
- Lâcher de micro
- No
- Oh mon dieu
- Oh mince
- Ok
- Oups
- S'il te plaît
- Popcorn
- Idiot
- Effrayé
- Sérieusement
- Choqué
- Haussement d'épaules
- Soupir
- Applaudissement lent
- Désolé
- Merci
- Pouces en bas
- Pouces en l'air
- Je le veux
- Gagné
- Clin d'œil
- On ne vit qu'une fois
- Bâillement
- Oui
- C'est En Toi

Annexe 4

Tableau d'analyse des discours numériques

- Les opérateurs techniques de Twitter comme marqueurs d'opération discursives (Thimm/Danq-Anh/Einspänner 2012)

Operators	Text	Function
@ (addressing, mentioning)	Name of account, locational reference, emoticons, part of e-mail address	Personal reference, creating attention, dialogicity/interaction, contacting, responsivity, intertextuality, coherence
# (indexing)	Lexeme, key word, occasionalism, abbreviation, acronym, cumulated phrases	Contextualization (cue), discourse organization, topical referencing, tagging, creating ad hoc publics, rhetorical branding
http:// (hyperlinking)	Other websites: internal and external links, pictures/photos (e.g. Twitpics), videos (e.g. YouTube)	Information diffusion, argumentation, illustration, quasi evidencing
RT (Retweet) (redistributing)	Citation, comment	Diffusion, reference, citation, creating attention

Source : Thimm/Danq-Anh/Einspänner, 2012.

Annexe 5

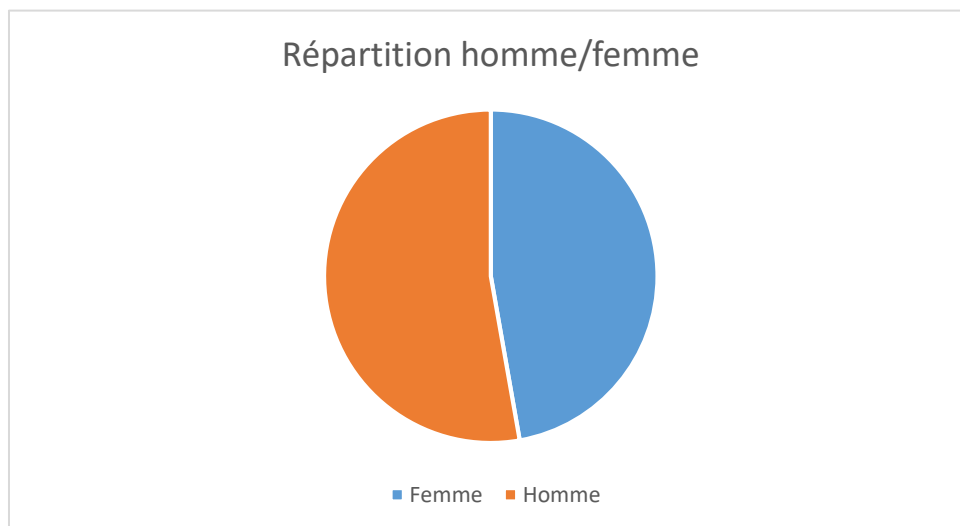
Lecture analytique du tableau de dépouillement

CORPUS DE L'EXECUTIF :

- Président
- 15 ministères + Compte du Gouvernement

+ 36 personnalités nommées :

- 17 femmes
- 19 hommes



Age moyen (en années) : 48,3 s

Age moyen masculin (en années) : 44,7

Age moyen féminin (en années) : 52,2

Annexe 6

Tableau de définitions et méthodologie de recherche

Définitions et méthodologie	
Catégorie	Description
Pseudonyme de la page Twitter	Pseudonyme, ici soit le nom et prénom du sujet politique, soit du nom et statut du ministère.
Sexe	Genre de la personne à qui est attribué ce compte Twitter.
Age	Age en années, de la personne à qui est attribué ce compte Twitter.
Parcours éducatif	Parcours éducatif de la personne à qui est attribué ce compte Twitter. La distinction entre les énarques et les autres.
Poste	Poste détenu par la personne à qui est attribuée cette page Twitter.
Certification	Présence ou non du badge bleu de certification Twitter pour le compte
Inscription	Date d'inscription sur le site
Couleur de l'interface	Couleur choisies pour l'interface du compte
Tweets	Nombre de Tweets, de l'inscription au dépouillement
Abonnements	Nombre d'abonnements
Abonnés	Nombre d'abonnés
Mention J'aime	Nombre de mention j'aime
Listes	Nombre de liste
Utilisation des vidéos	Tweets comportant une vidéo
Utilisation des images fixes	Tweets comportant une image fixe
Utilisation des balises dièses	Tweets comportant une balise avec dièse, qui se reconnaissent par le dièse (#) précédent la balise.
Utilisation de GIFs	Tweets comportant un « Graphics Interchange Format », plus connu sous l'acronyme GIF.
Présence d'emoji dans le pseudonyme	Utilisation d'un ou plusieurs emoji au sein du pseudonyme du compte
Utilisation des emojis	Utilisation ou non d'emojis au sein des tweets
Conversations	Message envoyé d'une personne à une autre sur Twitter, qu'on distingue par le code « @réponse »
Evénements	Messages donnant de l'information sur de futurs événements politiques.

Politique	Tweets portant sur une politique ou des enjeux politiques, dont la critique d'autres partis qui n'est pas une communication officielle d'un parti.
Personnel	Tweets sur des questions non liées à la vie politique.
Parti	Tweets sur des activités d'un parti ou d'un gouvernement, notamment l'annonce d'une politique, un communiqué de presse ou d'autres documents.
Retweet	Nouvelle publication d'un tweet d'une autre personne, identifié par la formulation « RT@utilisateur »
Reportages	Tweets sur l'actualité et les nouvelles
Mises à jour	Tweets sur ce qu'une personne a fait, fait et va faire.
Autre	Tweets qui ne relèvent pas d'une autre catégorie.

Source : Tableau influencé par le travail de Tamara Small²⁵⁰

²⁵⁰ SMALL, Tamara A. « La politique canadienne en 140 caractères : la vie des partis dans l'univers Twitter ». *Revue Parlementaire canadienne*, Automne 2010.

Annexe 7

Tableau général de dépouillement

Utilisation de Twitter et des emojis par l'exécutif français et l'opposition actuelle																
révisé le 23 oct 2018 - à part de n°	Sexe	Age (en années)	Europe	Pays	Certification Twitter	Date d'accès au le et Colleur de l'interface	Nombre de tweet	Nombre d'abonnés	Nombre de mentions	Nombre de likes	Utilisation des vidéos	Utilisation des images	Utilisation de balises	Utilisation de GIF	Présence d'emoji dans le nom	Utilisation des emoji
MDM - Pétion	Masculin	46	Oui	Président de la République	Oui	oct-13	819	712 226 K	18	0	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non
Gouvernement																
Emmanuel Macron	Masculin	40	Oui	Président de la République	Oui	oct-13	819	712 226 K	18	0	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non
Edouard Philippe	Masculin	47	Oui	Premier ministre	Oui	nov-12	148	123 K	507	0	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Manuel Valls	Masculin	47	Non	Ministre de l'Intérieur	Oui	jan-13	384	107 39 K	384	0	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui
Benoît Hamon	Masculin	40	Non	Ministre de l'Économie	Oui	juin-13	287	791	670	2	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui
Myrtille Lenoir	Féminin	35	Non	Secrétaire d'État	Oui	juin-13	225	289 20 K	275	0	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui
Myrtille Lenoir	Féminin	35	Non	Secrétaire d'État	Oui	nov-13	225	289 20 K	275	0	Oui	Oui	Non	Non	Oui	Oui
Sophie Clavel	Féminin	57	Non	Secrétaire d'État	Oui	fév-14	224	677 26 K	642	0	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui
Ministère de la Transition écologique et solidaire																
François de Rugy	Masculin	44	Non	Ministre de l'Énergie	Oui	sept-11	123	184 92 K	122	0	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Non
Elisabeth Borne	Féminin	57	Non	Ministre de l'Énergie	Oui	jan-13	132	184 92 K	778	0	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui
Emmanuel Varoian	Féminin	38	Non	Ministre de l'Énergie	Oui	avr-13	280	38 30 K	177	0	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui
Emmanuel Varoian	Féminin	46	Oui	Secrétaire d'État	Oui	sept-13	34	102 35 K	142	0	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui
Ministère de la Justice																
Nicole Belloubet	Féminin	63	Non	Secrétaire d'État	Oui	oct-13	307	58 33 K	448	0	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui
Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères																
Jean-Yves Le Drian	Masculin	71	Non	Ministre de l'Europe	Oui	juil-17	127	98 24 K	80	3	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui
Nathalie Lenoir	Féminin	54	Non	Ministre de l'Europe	Oui	avr-13	137	29 70 K	25	0	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui
Jean-Baptiste Lemaire	Masculin	41	Non	Secrétaire d'État	Oui	fév-13	542	24 71 K	384	0	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui
Ministère des Armées																
Florence Pajot	Féminin	55	Oui	Ministre des Armées	Oui	avr-13	155	18 K	659	0	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui
Geneviève Darrieussecq	Féminin	62	Non	Secrétaire d'État	Oui	jan-13	108	49 23 K	337	1	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui
Ministère des Solidarités et de la Santé																
Agnès Buzyn	Féminin	56	Non	Ministre des Solidarités	Oui	mai-17	329	107 17 K	337	0	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui
Christelle Dubois	Féminin	42	Non	Secrétaire d'État	Oui	mar-17	183	38	6271	2	Oui	Oui	Non	Non	Non	Oui

	Emojis anatomico-sigifiant	Emojis marmonier	Emojis culturel	Emojis temporel	Emojis célébration	Emojis le plus utilisé	Emojis drapeau	Fréquence de'utilisation	Sémantique	Date d'arrêt-jour et heure de dépouillement
1										
2										
3										
4										
5										11-oct-18 30 décembre 2018 17H
6										
7										15-sept-18 5 décembre 2018 entre 10H et 12H
8										04-avr-18 5 décembre 2018 entre 10H et 12H
9										10-mars-18 6 décembre 2018 entre 10H et 12H
10										04-juil-18 6 décembre 2018 12H
11										18-oct-18 14 décembre 2018 11H
12										08-juil-18 17 décembre 2018 12H
13										
14										05-nov-18 17 décembre 2018 16H
15										17-sept-18 18 décembre 2018 21H
16										16-juil-18 18 décembre 2018 22H
17										21-oct-18 19 décembre 2018 18H
18										16-oct-18 19 décembre 2018 19H
19										
20										18-oct-18 19 décembre 2018 21H
21										12-juil-18 19 décembre 2018 22H
22										
23										07-nov-18 20 décembre 2018 16H
24										04-juil-17 20 décembre 2018 15H
25										04-juil-18 20 décembre 2018 16H
26										18-juil-18 20 décembre 2018 17H
27										
28										02-nov-18 21 décembre 2018 18H
29										15-mars-18 21 décembre 2018 10H
30										07-juil-18 21 décembre 2018 11H
31										
32										15-nov-18 22 décembre 2018 14H
33										13-févr-18 22 décembre 2018 20H
34										28-sept-17 22 décembre 2018 21H

Ministère de l'Economie et des Finances																
Bruno Le Maire	Masculin	49	Oui	Ministre de l'Economie	Oui		25,4K	757 122 K	477	0	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Moutil Malicoubi	Masculin	34	Non	Secrétaire d'Etat auprès	Oui	3658	2994 154 K	3813	1	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Agnès Farnier-Rinaud	Féminin	44	Oui	Secrétaire d'Etat auprès	Oui	224	492	5308	72	0	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Ministère du Travail																
Muriel Pénicaud	Féminin	63	Non	Ministre du Travail	Oui	4478	1492 447 K	1012	6	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Ministère de l'Education nationale et de la Jeunesse																
Jean-Michel Blanquer	Masculin	53	Non	Secrétaire d'Etat auprès	Oui	15,5K	433 882 K	280	0	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Gabriel Attali	Masculin	29	Non	Secrétaire d'Etat auprès	Oui	1894	833 235 K	1375	0	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Ministère de l'Action et des Comptes publics																
Gérard Darmanin	Masculin	36	Non	Ministre de l'Action et	Oui	150	63	663	36	0	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Moutil Malicoubi	Masculin	34	Non	Secrétaire d'Etat auprès	Oui	3658	2994 154 K	3813	1	Idem	Idem	Idem	Idem	Non	Non	Idem
Olivier Dussopt	Masculin	40	Non	Secrétaire d'Etat adj.	Oui	14,1K	1863 18,8 K	4430	2	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Ministère de l'Intérieur																
Christophe Castaner	Masculin	52	Non	Ministre de l'Intérieur	Oui	15K	554 493 K	1840	0	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Laurent Nunez	Masculin	54	Oui	Secrétaire d'Etat auprès	Oui	24	179	6768	5	0	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation																
Frédérique Vidal	Féminin	54	Non	Ministre de l'Enseignement	Oui	11,4K	942 74,9 K	18,3K	0	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités																
Jacqueline Gourault	Féminin	67	Non	Ministre de la Cohésion	Oui	8389	1019 28,2 K	440	0	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Sébastien Lecornu	Masculin	32	Non	Secrétaire d'Etat adj.	Oui	6144	2127 24,4 K	1856	1	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Julien Denormande	Masculin	38	Non	Secrétaire d'Etat adj.	Oui	885	411 24,8 K	169	0	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Ministère des Outre-mer																
Annick Girardin	Féminin	54	Non	Ministre des Outre-mer	Oui	3968	938 20,9 K	3366	0	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Ministère de la Culture																
Franck Riester	Masculin	44	Non	Ministre de la Culture	Oui	20,8K	880 29,6 K	5923	0	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Oui
						4207	1573 14,9 K	233	1	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Non (mais en description, utilisat) Oui


	AC	AU	AE	AP	AG	AR	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AU
36													28-nov-18 22 décembre 2018 22H
37													17-jul-18 23 décembre 2018 18H
38													30-mai-18 24 décembre 11H
39													16-oct-15 23 décembre 10H
40													
41													25-nov-18 23 décembre 11H
42													17-mai-18 23 décembre 12H
43													
44													08-oct-18 23 décembre 2018 13H
45													04-sept-18 23 décembre 2018 13H
46													04-sept-18 23 décembre 2018 13H
47													
48													22-mai-18 23 décembre 2018 14H
49													08-nov-18 23 décembre 2018 14H
50													Idem Idem
51													11-oct-18 23 décembre 2018 15H
52													
53													08-déc-18 23 décembre 2018 15H
54													12-oct-18 23 décembre 2018 16H
55													19-oct-18 23 décembre 2018 16H
56													
57													28-oct-18 23 décembre 2018 17H
58													07-nov-18 23 décembre 2018 17H
59													
60													23-nov-18 23 décembre 2018 18H
61													06-sept-18 30 décembre 2018 13H
62													29-oct-18 30 décembre 2018 14H
63													27-aout-18 30 décembre 2018 15H
64													
65													
66													22-mai-18 19 décembre 2018 18H
67													
68													24-oct-18 30 décembre 2018 15H
69													16-sept-18 30 décembre 2018 15H
70													


Ministère des Outre-mer	Féminin	54 Non	Ministère des Outre-mer	Oui	mai-10 Bleu gris	5207	854 31K	1988	0	Oui	Oui	Non	Non	Oui
					mai-14 Orange clair	3988	938 203K	3386	0	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Ministère de la Culture	Masculin	44 Non (56 ESS)	Ministère de la Culture	Oui	sept-12 Bleu gris	203K	850 25K	6923	0	Oui	Oui	Non	Non	Oui
					nov-11 Bleu gris	4207	1573 413 K	293	1	Oui	Oui	Non	Non	Non (mais en description, utilisati)
Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation	Masculin	59 Non	Ministère de l'Agriculture	Oui	mars-11 Bleu gris	149K	1406 321K	4832	0	Oui	Oui	Oui	Non	Oui
					avr-12 Bleu gris	12K	1339 118K	5142	0	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Ministère des sports	Féminin	43 Non	Ministère des Sports	Oui	oct-12 Rose	215K	1205 216 K	8185	0	Oui	Oui	Non	Oui, deux vidéos (rapport avec la C)	Oui
					sept-18 Bleu	102	107 9707	149	0	Non	Oui	Non	Non	Oui
					première date d'inscription?									
					dernière date d'inscription?									
OPPOSITION														
<i>de la gauche vers la droite</i>														
La France Insoumise	Masculin	67 Non	Président du groupe FI	Oui	févr-16 Orange-ocre	28K	55 664K	21K	3	Oui	Oui	Oui	Non	Oui
					oct-09 Orange-ocre	28K	4994 191M	2416	1	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Le Parti Socialiste	Masculin	50 Non - Paris 1	Premier secrétaire du P	Oui	févr-09 Rose-rouge	662K	6302 209K	1052	4	Oui	Oui	Non	Non	Oui
					nov-11 Bleu gris	8770	2062 233K	2838	7	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Les Républicains	Masculin	43 Non - Sciences	Président de LR	Oui	déc-08 Bleu foncé	322K	4980 267K	578	6	Oui	Oui	Non	Non	Oui
					janv-09 Bleu gris	5137	448 305K	112	1	Oui	Oui	Non	Non	Oui
Le Rassemblement National	Féminin	50 Non - Assas	Présidente du FN et de	Oui	sept-09 Bleu foncé	501K	605 228K	187	0	Oui	Oui	Non	Non	Oui
					nov-11 Bleu foncé	187K	3916 2,18M	478	0	Oui	Oui	Non	Non	Oui


Annexe 8


Ce que signifient les emojis pour les politiques

➤ Emojis les plus utilisés et signifiants pour les politiques

 : insister à regarder ce qui est en direction, montrant un lien hypertexte. Symbolique de hausse ou de baisse.


 : Signifiant « en direct », utilisation particulière du bleu pour évoquer l'outre-mer (Annick G)

 : Insister en direction, le plus souvent contenus multimédias. Importance de l'utilisation de la diversité de carnation.


 : Approuver


 : Applaudissement


 : « Flexed Biceps » symbolisant la force.


 : Remerciement


 : Signature, engagement

 : Qui a trait au calendrier, à l'agenda, donner un rendez-vous.


 : Symbolisant les écrits officiels : compte-rendu, communiqué de presse, accord, texte de lois, guide, entretien, ou journalistiques : article de presse, revue de presse, etc.


 : Symbolisant la validation, les choses faites, les amendements adoptés, etc.

 : Symbolisant la prise de parole, la citation de parole de quelqu'une d'autre, ou l'annonce de rdv.


 : Symbolisant la prise de parole radiophonique, et les sons à écouter.


 : Symbolisant une information diffusée dans un sujet télévisé.


 : Symbolisant la recherche sur Internet, tous supports confondus. Ou lien vers un site internet ou le téléchargement d'une application site.

 : Symbolisant un contenu visuelle : cinéma ou télévision. Idée de souvenir et de retranscription (making-off). Utilisation pour une information type personnelle « un grand fan de séries » par Benjamin G.



 : Symbolisant un point d’ancrage, une date précise d’événement.


 : Utilisation des chiffres pour une énumération, une classification de choses effectuées.


 : Symbolisant la suivante utilisation de données chiffrées.


 : Symbolisant la classification


 : Symbolisant soit le visionnage et le replay d’un contenu, soit le besoin de dialogue.


 : Symbolisant le replay, le visionnage audiovisuelle.

 : Symbolisant le temps : donner un horaire de rdv ou décompte des heures passées.

 : Symbolisant l’information, la nouveauté.

 : Symbolisant la cybersécurité, le cyber renseignement.

 : Silhouettes symbolisant la prise de parole, l’échange d’information, l’appel.


 : Symbolisant les correspondances téléphoniques, l’appel en situation d’urgence.


 : Symbolisant le questionnement, le danger, les solutions, les défis, etc.


➤ Emojis faces – humano-signifiant

 : Visage légèrement souriant.


 : Visage souriant aux grands yeux.


 : Visage rigolard avec des yeux rieurs

 : Visage avec des larmes de joie.


 : Visage clignant de l’œil avec la langue.


 : Visage souriant avec Halo, symbolisant la bienveillance.


 : Etreindre le visage, symbolisant les remerciements.


 : Visage souriant avec des lunettes de soleil, symbolisant les vacances, le beau temps.

 : Star-Struck, symbolisant l’admiration.


 : Visage souriant aux yeux en cœur, utilisé ici pendant la coupe du monde.



















 : Visage soufflant un baiser, symbolisant le soutien.

 : Cœur bleu, utilisé par Benjamin G, « votre enthousiasme est au « cœur » de En Marche ».





 : Cœur rouge, utilisé par Benjamin G « au « cœur » de notre projet » (Benjamin G).































 : Visage savourant un repas délicieux.

 : Visage en fête.


-  : Visage vidé. Utilisé par Olivier F, pour symbolisant l'étonnement : « Une Ministre co-animatrice de Balance ton post 😬... la recherche du buzz atteint des sommets et la confusion des genres est au zénith. »
-  : Visage neutre, utilisé par Marine LP : « Je suis, ce soir, invitée à m'exprimer sur la crise sociale et politique, au 20h de TF1... 3 minutes 30 secondes 😐 MLP »
-  : Visage avec monocle, utilisé par Marlène S : « Où sommes-nous exactement ».
-  : Visage avec main sur la bouche, utilisé par Jean Luc M : « Alors ? « le mouvement des gilets jaunes s'essouffle » ? ».
-  : Visage pensant, symbolisant le doute.
-  : Visage à bouche ouverte, symbolisant l'étonnement.
-  : Visage éternuant.
-  : Tête explosive, symbolisant la surcharge.
-  : Visage avec haussement de sourcils, utilisé par Marine LP pour un propos concernant le président.
-  : Visage pensif, utilisé par La France Insoumise : « Nous rencontrons un problème technique imprévu qui nous empêche de diffuser ce soir l'émission « #26mai2019, le peuple à Bruxelles »
-  : Visage en colère, utilisé par le gouvernement : « A travail égal, salaire égal », vraiment ? En France, l'écart de salaire entre femmes et hommes est de 25% ».
-  : Visage à la vapeur de nez, symbolisant l'énervement.
-  : Visage inquiet avec sueurs, utilisé par Marine LP : « Les prix de l'électricité ont augmenté de 35% en dix ans, et augmenteront encore de 2,3% en 2019, et de 3,3% en 2020... »
-  : Visage hurlant de peur.
-  : Visage nauséux, symbolisant la honte, le dégoût.
-  : Visage moqueur.
-  : Tête de chat boudant, utilisé par Mounir M : « Charles consigny : plus simple de réussir pour un noir homo qu'un blanc hétéro ».
-  : Singe non-méchant, symbolisant l'horreur, la catastrophe.

➤ Emojis membres humains

-  : Doigts croisés, signifiant « Bonne chance ».
-  : Poignée de main.
-  : Levant les mains, utilisé par Marlène S : « Le gouvernement défendra ».
-  : OK Main.


-   : Poing imminent, poing face à droite, symbolisant la lutte, le combat.
-  : Index pointant vers le haut.
-  : Poing levé, symbolisant le respect ».
-  : Main aux doigts écartés.
-  : Parties du corps, symbolisant le corps médical, le soin, les maladies.
-  : homme/femme.
-  : Enfants garçon/fille.
-  : Bébé.
-  : Personne âgée.
-  : Crâne, utilisé par Nathalie L : « Tweet de Christian Blanc, on va t'écorcher vive la vieille ».
-  : Femme et homme se tenant par la main, symbolisant la rencontre.
-  : Famille de trois personnes, symbolisant la famille monoparentale.
-  : Famille de quatre personnes, utilisé par Benjamin G : « Un papa comblé ».
-  : Femme enceinte, utilisé par le gouvernement pour parler du congé maternité.
-  : Ouvrier du bâtiment, symbolisant les travailleurs (pour Benjamin G).
-  : Femme/homme policier, utilisation par Marine LP de la femme teint de peau clair : «    Soutien aux unités de police technique et scientifique, en grève en cette fin d'année ! »
-  : Femme/homme gesticulent non symbolisant le refus.
-  : Femme/homme avec une main sur le front, symbolisant l'énervement. Utilisé par Marlène S à propos des inégalité salariale ».
-  : Homme agriculteur.
-  : Femme levant la main.
-   : Homme technologue.
-  : Homme qui court.
-  : Symbole de la femme, utilisé par Brune P pour évoquer l'égalité.
-  : Symbole de l'homme.
-  : Symbole de fauteuil roulant, utilisé par le gouvernement : « L'école inclusive vise à améliorer la situation des enfants en situation de handicap dans les établissements scolaires ».

➤ Emojis sociétaux, et sujets d'actualités


 : Duo d'homme se tenant la main, utilisé par Mounir M.


 : Symboles LGBT, utilisé par Olivier D.


➤ Emojis marronniers

 : Symbolisant la rentrée des classes.

 : Symbolisant l'hiver, la « trêve hivernale », et les soldes d'hiver.

 : Symbolisant les fêtes de fin d'année : père Noël, cadeaux, jouets, achats de fin d'année.

 : Symbolisant le changement d'heure annuel.


 : Symbolisant les soldes d'été


➤ Emojis célébration

 : Symbolisant le V de victoire.


 : Symbolisant la chance.

 : Feu d'artifice (Ministère du supérieur)


 : Symbolisant la légion d'honneur.



 Symbolisant les victoires sportives.


 : Symbolisant la coupe du monde.

 : Flammes, utilisées pendant la coupe du monde (Sophie C)

 : Symbolisant les festivités.


 : Anniversaire (ici celui du groupe « En Marche »).

 : (Drapeau à damier – voiture de course) (Laurent Wauquiez) « Essai d'une Caterham sur le circuit du pôle mécanique Alès Cévennes. Sensations fortes garanties  ».

 : Poisson (Alim Agri)


 : Volley-ball (Ministère des Sports)

 : Uniforme d'arts martiaux (Ministère des Sports)


 : Voilier, route du rhum (Ministère des Sports)

 : Coureur (Ministère des Sports)


➤ Emojis économie-politique-justice.


 : « A titre d'exemple, un salarié au Smic a bénéficié d'une augmentation de 14 euros sur sa feuille de paie + emoji » (gouvernement), facture baisse (Benjamin G)


 : Symbolisant les monuments nationaux, ici l'assemblée.


 : Symbolisant le vote, l'adoption d'un projet de loi.

  : « On dépend moins du pétrole » (Benjamin G)



 : Symbolisant la justice, l'équilibre.




 : Graphique avec courbe croissante, et le symbole du yen (ministère de la justice)


 : Diagramme à barre (Ministère des S et de la S)


 : Financer (Christelle D)

➤ Emojis transports



  : « Regarder du vélo pendant un moins l'été, c'est bien. Mais en faire toute l'année c'est mieux ! +emoji » (gouvernement) + emoji vélo (ministère de l'écologie)




   : Sécurité routière (gouvernement + Marc Fesneau)

 : « Livraison par drone » (Marc Fesneau)


 : Boule de commande « drone » (Ministère de l'éducation nationale)

 : Dans les transports (Benjamin G)

  : Transport routier (ministère de l'écologie)


   : Parc ferroviaire (ministère de l'écologie)

 : Avion (Ministère de l'écologie)


 : Transport de marchandise, maritime (ministère de l'écologie)

 : Navette spatiale (Ministère des Armées)

 : Fusée Ariane.


 : Ecole navale (Ministère des Armées)


 : Hélicoptère (Ministère des Armées)

 : Manette, simulateur d'avion de chasse, etc (Ministère des Armées)

 : Bercy info aux particuliers (Ministère de l'économie et des finances)


 : Autoroute (Ministère de l'Intérieur)


 : Motard (Ministère de l'Intérieur)


 : (Semi-remorque) (Marine Le Pen) « J'étais ce matin dans une entreprise de transport de l'#Oise, pour exprimer ma solidarité avec les professionnels touchés par la fiscalité punitive sur les #carburants. »


➤ Emojis énergico-signifiants

 : Essence

 : Recyclage (ministère de l'écologie) « transition écologique » (Benjamin G)

 : Pile et batterie (ministère de l'écologie)


 : Energie (François DR)

 : Batterie, énergie (Brune P)

 : « Faites vérifier vos chauffages » (Ministère des S et de la S)


➤ Emojis environnementaux et agroalimentaire.

























 : « Retour sur la réunion d'Emmanuel Macron avec les principales filières du secteur agricole + emoji » (gouvernement) + Marc Fesneau

 : « Loi sur les états généraux et l'alimentation + emoji » (gouvernement)


 : « Plan biodiversité » (gouvernement).


 : « Petit déjeuner » (Marc Fesneau).


 : Agriculture, alimentation (Marc Fesneau)

-  : « Inondation » (Marc Fesneau)
-  : Planète terre. « La planète appartient à tous » (Benjamin G)
-  : ironie sur la visite de Laurent Wauquier au Zoo de Beauval (Marc Fesneau)
-  : « Déjeuner de travail » (Marc Fesneau), « repas fournis » (Benjamin G)
-  : Dans nos assiettes (Benjamin G)
-  : « En France 10 millions de tonnes de denrées finissent à la poubelle chaque année + emoji » (gouvernement)
-  : « Avant d'en faire tout un plat ;-) » (Gérard D)
-  : Lycée horticole
-  : Surf
-  : Plage
-  : Canicule
-  : Emballage ménager (ministère de l'écologie)
-  : Ours (François DR)
-  : « Chien, refuge canin » (ministère de la justice)
-  : Vignes (François DR)
-  : Nature chinoise (Brune P)
-  : Chocolat, semaine du goût (Ministère de la Justice)
-  : Automne (France diplomatie)
-  : « Industrie française » (Agnès P-R)
-  : Devenir cartographe « carte du monde » (Ministère de l'éducation nationale)
-  : Semaine du goût (Ministère de l'éducation nationale)
-  : Nuage avec pluie (Ministère des Armées)
-  : Brouillard (Ministère de l'Intérieur)
-  : Herbe, stand for peace (Christophe C)


 : Viande (Ministère de l'Agriculture)


 : Lait (Ministère de l'Agriculture)

 : Symbole de jeter les déchets ici (Alim Agri)

 : Fruits et légumes (Alim Agri et Ministère de l'écologie)

➤ **Emojis numérique-signifiant.**

 : Lunette de réalité virtuelle (Ministère des Armées)

 : Numérisation (Mounir M)

 OU  : Monstre extraterrestre « jouet connecté » (Ministère de l'Intérieur)

RESUME

Dans un besoin contemporain constant d'oralité des discours devenus médiatisés par ordinateur, les emojis sont si omniprésents, qu'ils en sont venus à nourrir la rhétorique de nos sujets politiques. Cette bascule mobile qui s'opère dans cette sphère est à prendre en compte au plan de la textualité. Dernier avatar de la mondialisation, ce nouvel outil de communication s'apparente à un langage universel, et tente de murer les enjeux qu'il soutient. Devenu langage global, les emojis convoitent à ce titre des recherches pluridisciplinaires (dont sociologie, psychologie, sciences de l'information-communication, et cetera). Poser la question de l'emojisation du discours politique, soit l'usage des emojis par les politiques sur Twitter, revient donc plus largement à s'intéresser et s'interroger sur les transformations de la communication et du langage politique contemporain. A travers l'analyse et la réflexion de l'usage politique des emojis, nous découvrirons les ambitions politiques qu'ils servent. En envahissant les réseaux sociaux, et en reprenant un code de communication lambda avec l'emoji, les sujets politiques se révèlent opportunistes plus qu'avant-gardistes. Dans une temporalité toujours plus accélérée, les emojis se dressent comme des outils ludiques, attractifs voire addictifs du champ de la communication politique. Entre nouveau langage et communication politique, les emojis nous interrogent finalement quant à l'horizon qu'il ouvre, celui d'une inédite langue de bois de la politique contemporaine.

Mots clés : communication politique, technologie numérique, emoji, émotions.