



Master professionnel

Mention : information et communication

Spécialité : Médias et communication

Option : Médias informatisés et stratégies de communication

Qu'est-ce que l'*emoji* veut « dire » ? Des imaginaires à la boîte noire : analyse d'un objet trivial sous tensions

Responsable de la mention information et communication
Professeure Hécate Vergopoulos

Tuteur universitaire : Marion Rollandin

Nom, prénom : Béjot Virginie

Promotion : 2015

Soutenu le :

Note du mémoire :

« If we study an information system and neglect its standards, wires, and settings, we miss equally essential aspects of aesthetics, justice, and change. Perhaps, if we stopped thinking of computer as information highways and began to think of them more modestly as symbol sewers, this realm would open up a bit. »¹

Daniel Pargman, Jacob Palme, *Standards and Their Stories*, 2009 ²

1 « Si l'on étudie un système d'information en négligeant ses standards, ses câbles et ses paramètres, on en perd en même temps les aspects essentiels : l'esthétique, la justice, le changement. Peut-être que si l'on cessait de penser l'ordinateur comme autoroute de l'information pour en faire un plus modeste symbole de canalisations, cet empire s'ouvrirait un peu. »

2 Martha Lampland et Susan Leigh Star, *Standards and their Stories, How Quantifying, Classifying, and Formalizing Practices Shape Everyday Life*, Cornell University Press, 2009, p. 175

Remerciements

Je tiens à remercier en tout premier lieu Marion Rollandin de m'avoir accompagnée, questionnée et aiguillée non seulement dans ma recherche mais aussi dans l'écriture de ce mémoire.

Merci également à Samuel Goëta pour ses conseils sur l'angle à adopter dans mon travail, et la précieuse bibliographie qu'il m'a recommandée en conséquent.

Je voudrais aussi très sincèrement remercier les enseignants du CELSA, et tout particulièrement Mme Hécate Vergopoulos, M. Yves Jeanneret, M. Emmanuel Souchier, et M. Etienne Candel dont les cours que j'ai pu suivre pendant deux voire trois ans ont fortement orienté ma façon de comprendre et penser le numérique et on nourrit une réflexion dont ce travail à bénéficié.

Enfin, un grand merci à Clément Lhommeau ainsi que tous mes autres camarades de MISC, dont l'entraide a été permanente pendant cette année, et les partages d'informations et de veille précieux.

Table des matières

Introduction.....	6
Contextualisation : la « longue » histoire des emoji.....	9
Problématisation du sujet.....	12
Méthodologie.....	14
I. Les emoji sont-ils une langue ? Usages et imaginaires.....	17
1) Des nécessités techniques créatrices.....	18
a) Les emoji sont un alphabet.....	18
b) Les emoji sont des caractères.....	20
c) Les emoji sont du code.....	22
2) La langue façonnée par les usages.....	24
a) Les emoji augmentent notre langue.....	24
b) Les emoji remplacent la langue.....	26
3) Quand les fantasmes investissent l'objet.....	32
a) Des hiéroglyphes aux smiley : une langue universelle.....	32
b) La grammaire des emoji.....	34
c) La langue performative.....	36
II. Les emoji : des objets mouvants sans cesse redéfinis.....	41
1) (Rece)voir les emoji : un processus arbitraire et complexe.....	42
2) Quand les cadres forment et informent.....	46
3) Chemin de parcours : l'utilisateur accompagné.....	48
III. D'un objet « infraordinarisé » à des enjeux de pouvoir.....	51
1) Un enjeu industriel.....	52
a) ISO, Unicode et « ASCII imperialism » : une histoire de tension.....	52
b) La bataille des marques.....	54
2) Un enjeu culturel.....	58
a) La trivialité des emoji, nouvelle lingua franca ?.....	58
b) De la lanterne lazaka au taco.....	61
c) Vers une standardisation de la parole ?.....	64
3) Un enjeu communicationnel.....	66
a) Lost in translation.....	66
b) La boîte noire.....	69

Conclusion..... 72
Bibliographie..... 77
Annexes..... 80

Introduction



Qu'ai-je dit ? Qu'ai-je fait ? Et qu'est-ce que *cela* a dit et a fait ?

S'il est plus évident de se demander d'abord ce que veut dire un objet avant que de se poser la question de son essence, sa circulation et ses usages, il nous paraît plus pertinent de répondre de façon inverse.

Qu'ai-je fait ? J'écris sous un logiciel de traitement de texte dit en « *open source* » (le code qui le constitue est ouvert et modifiable par tous), appelé Libre Office. Nous sommes en juillet 2015, et pour faire apparaître l'objet graphique ci-dessus, j'ai dû passer par plusieurs étapes. Il m'a d'abord fallu me connecter à Internet, car le système d'exploitation de mon ordinateur, Windows 8, ne le contient pas en lui, je ne peux pas l'appeler d'une touche de clavier. Il existe peut-être une combinaison de touches comme pour les caractères spéciaux, mais je ne la connais pas. Comme je sais que cette image³ est ce qu'on appelle un « *emoji* » nous reviendrons sur ce terme et cette taxinomie plus tard – mais que je ne sais pas comment celle-là en particulier se nomme, je tape « liste emoji » dans mon moteur de recherche. Celui-ci m'indique en premier résultat un site : get.emoji.com⁴. Je m'y rends, je le visite, et cherche mon émoticône. J'utilise, comme nous l'avons dit, Windows 8, et Google Chrome dans sa dernière version (version 43.0.2357.130 m). J'ai bien en tête l'image que je cherche et que je veux mettre dans ce document pour une raison intéressée, c'est, sur mon téléphone portable qui tourne sous Android, une tête jaune qui souffle du nez. Je ne la trouve pas sur le site : il montre des carrés blancs⁵.

Comme j'ai déjà une petite connaissance de l'affichage des symboles sur un écran, je comprends qu'il y a un problème de comptabilité. D'ailleurs, le site me dit

« All emoji below are supported on iOS, Android, OS X, Windows and Windows Phone. Copy and paste emoji to use on Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat, Tumblr and more. View emoji meanings on Emojipedia. Using Chrome for Windows? Try Emoji Classic. »^{6 7}

3 Pour une question de lisibilité, nous appellerons ce type d'image *emoji* ou « émoticône », terme plus global mais qui comprend les *emoji* selon Wikipedia : <https://fr.m.wikipedia.org/wiki/%C3%89motic%C3%B4ne> (consulté le 02/07/2015). Notons aussi que le terme *emoji* est considéré comme masculin par le Wiktionnaire : <https://fr.wiktionary.org/wiki/emoji>. Enfin, parce qu'*emoji* est un mot étranger, nous n'y mettrons pas de « s » pour signifier son pluriel.

4 Get Emoji [En ligne], <http://getemoji.com/>, (consulté le 02/07/2015)

5 Cf. Annexe 1, p 81

Je clique donc sur l'hyperlien que contient « Emoji Classic »⁸, et j'atterris cette fois sur une liste plus nourrie⁹. Mais je ne trouve toujours pas mon émoticône. Je vais alors sur Emojipedia pour chercher comment on l'appelle¹⁰. Ce site, ambitionnant d'être le Wikipedia des *emoji* si je me fie à l'onomastique, m'indique sur sa page d'accueil que « *Each character has an official name, defined as part of the unicode standard.* »¹¹. Sur la page, on me propose plusieurs classements de ces *emoji* : soit par catégorie (*category*) soit par plateforme (*platform*). Des images illustrent ces textes, et je retrouve dans « *Emoji List by Platform* » puis « Apple iOS, OS X, and Whatsapp *Emoji* » un affichage familier : je ne vois pas d'emblée l'image que je cherche, mais la couleur et la forme des autres images me rappelle celle que je cherche ; d'ailleurs, j'avais trouvé cette *emoji* dans l'application Whatsapp sur mon téléphone Android, et celles que je vois ici appartiennent au même ensemble, et se trouvent également sur mon téléphone. Je clique donc, et ça y est, j'ai identifié mon image.



6 « Tous les emoji ci-dessous sont compatibles sur iOS, Android, OS X, Windows et Windows Phone. Copiez-collez les emoji pour les utiliser sur Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat, Tumblr et plus. Découvrez leur signification sur Emojipedia. Vous utilisez Chrome pour Windows ? Essayez Emoji Classic », *Ibid*

7 Notons au passage que selon les statistiques du World Wide Web Consortium (W3C), « *un organisme de normalisation à but non lucratif, fondé en octobre 1994 chargé de promouvoir la compatibilité des technologies du World Wide Web telles que HTML5, HTML, XHTML, XML, RDF, SPARQL, CSS, XSL, PNG, SVG et SOAP.* » selon Wikipedia : https://fr.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web_Consortium (consulté le 02/07/2015), en Juin 2015, le navigateur le plus utilisé est Chrome 43 et le système d'exploitation le plus commun, Windows 7. Cela sera important pour la suite.

8 Emoji Classic, [En ligne], <http://classic.getemoji.com/> (consulté le 02/07/2015)

9 Cf. Annexe 2, p 82

10 Emojipedia, [En ligne], <http://emojipedia.org/> (consulté le 02/07/2015)

11 « Chaque caractère a un nom officiel, définit dans l'unicode standard », *Ibid*

Je passe mon curseur dessus pour la sélectionner, et me rends compte qu'elle appartient à un plus grand ensemble : tous les *emoji* réunis font une image. Je clique sur l'image. Je suis redirigée sur <http://emojipedia.org/people/>, et là je retrouve les mêmes smileys que ceux que je ne reconnaissais pas auparavant sur Emoji Classic. Je parviens finalement à retrouver mon *emoji*, non grâce aux quelques symboles très lointains de ceux que j'attendais, quand encore ce ne sont pas des carrés, mais parce que je connaissais avant ma recherche les termes gravitant autour mon émoticône, me permettant de la distinguer dans la liste¹². Celle-ci s'appelle « *Face With Look Of Triumph Emoji*¹³ ». Ici, le lecteur est peut-être surpris du qualificatif. Qu'il ne se sente pas seul, ce sont en fait des milliers d'utilisateurs d'*emoji* qui ont ressenti ce même étonnement : pour beaucoup, cette émoticône signifiait non la colère mais la victoire. Mais ne nous étendons pas outre mesure sur ce sujet, car nous le traiterons plus tard. Revenons plutôt au long déroulement des actions nécessaires pour insérer un *emoji* dans le cadre d'un logiciel de traitement de texte. Voilà donc mon *emoji*, selon le site de référence. Il ne ressemble pas du tout à ce que je voulais montrer, et rend la polémique autour de son sens insensée. Je le copie cependant... Mais il s'affiche sous forme de carré sur Libre Office. J'essaie d'exporter mon document en PDF, cela reste un carré. En revanche, si je le copie sur Microsoft Word¹⁴, il apparaît¹⁵.

J'ai finalement du donc tricher pour afficher mon *emoji* : le télécharger en .jpg et l'insérer dans mon document.

Quel était l'intérêt de cette démarche ? De montrer, de façon très triviale, la multitude d'enjeux qui se cachent sous ce qu'on appelle « *emoji* », de questionner le terme même, car il n'est pas certains que mon émoticône sous Word et encore moins mon carré sous Libre Office soient reconnus comme *emoji* par leurs utilisateurs. Nous avons donc répondu à « qu'ai-je fait », et de façon très superficielle, puisque nous venons seulement de nous emparer de notre sujet, à « qu'ai-je dit ».

Il nous semble que c'est à partir de là que nous pouvons commencer une réflexion sur notre objet d'étude. Il convient en premier lieu de le définir.

12 Cf. Annexe 3, p 83

13 « *Emoji d'un visage à l'air triomphant* »

14 Version 15.0.4.4727.1003, soit la dernière à jour au 03/07/2015

15 Cf. Annexe 4, p 84

Contextualisation : la « longue » histoire des *emoji*

L'*emoji* est né au Japon, de la main et du crayon de Shigetaka Kurita en 1995¹⁶. La FAQ « *Emoji and Dingbats* » d'Unicode¹⁷ nous propose une définition sur laquelle nous souhaitons nous appuyer :

« Emoji are “picture characters” originally associated with cellular telephone usage in Japan, but now popular worldwide. The word emoji comes from the Japanese 絵 (e ≡ picture) + 文字 (moji ≡ written character).

*Emoji are often pictographs—images of things such as faces, weather, vehicles and buildings, food and drink, animals and plants—or icons that represent emotions, feelings, or activities. In cellular phone usage, many emoji characters are presented in color (sometimes as a multicolor image), and some are presented in animated form, usually as a repeating sequence of two to four images—for example, a pulsing red heart. »*¹⁸

Qu'est-ce qui différencie les *emoji* des images ? Là encore, la FAQ d'Unicode répond de façon précise :

« Emoticons (from “emotion” plus “icon”) are specifically intended to depict facial expression or body posture as a way of conveying emotion or attitude in e-mail and text messages. They originated as ASCII character combinations such as :-) to indicate a smile—and by extension, a joke—and :(to indicate a frown. In East Asia, a number of more elaborate sequences have been developed, such as (”)(-_-)(”) showing an upset face with hands raised. Over time, many systems began replacing such sequences with images, and also began providing ways to input emoticon

16 Jeff Blagdon, The Verge, « *How emoji conquered the world* » [En ligne], <http://www.theverge.com/2013/3/4/3966140/how-emoji-conquered-the-world> (publié le 03/04/2013, consulté le 13/07/2015)

17 Unicode, FAQ – *Emoji and Dingbats*, [En ligne], http://www.unicode.org/faq/emoji_dingbats.html (consulté le 14/07/2015). Unicode est un standard informatique qui permet des échanges fluides entre toutes les langues sur Internet. Le site Unicode a pour but de les recenser et les expliquer.

18 « Les *emoji* sont des « caractères picturaux », à l'origine liés à l'usage du téléphone mobile au Japon, mais qui sont maintenant populaires dans le monde entier. Le mot *emoji* vient du japonais 絵 (e ≡ image) + 文字 (moji ≡ caractère écrit).

Les *emojii* sont souvent des pictogrammes – des images de choses telles que des visages, la météo, des véhicules et bâtiments, de la nourriture et des boissons, des animaux et des plantes – ou des icônes qui représentent des émotions, des sentiments ou des activités. Dans le cadre d'un usage au sein d'un téléphone mobile, nombreux caractères *emoji* sont représentés en couleur (parfois en image multicolore), et certains sont sous forme animée, souvent constituée d'une séquence de deux à quatre images qui se répètent : un cœur rouge qui bat par exemple. »

*images directly, such as a menu or palette. »*¹⁹

Les *emoji* sont donc polymorphes : ils sont passés de combinaisons ASCII à des images montrées sur des menus. Leur origine est scripturale.

Ici, il convient de revenir sur ce concept d'Unicode. Nous venons de le dire, la majeure différence entre les *emoji* et le reste des émoticônes ou *smiley* est le fait que ce ne sont pas que des images. Mais pourquoi ?

Shigetaka Kurita, ingénieur chez le principal opérateur téléphonique japonais NTT DoCoMo a commencé par créer 172 pictogrammes utilisables dans la plateforme de messagerie I-mode. Pour les rendre accessibles facilement, il a décidé d'utiliser une région inexploitée du schéma d'encodage japonais « Shift JIS »²⁰. Les images étaient donc chargées par défaut sur tous les téléphones DoCoMo comme tout autre caractère. Pour les ajouter, il suffisait aux utilisateurs de les sélectionner dans une grille intégrée à leur application d'e-mail. A cause de la restriction de la grille (12x12 pixels), les *emoji* devaient être très simples et sont bien différents de ceux que l'on connaît aujourd'hui. C'était aussi la volonté de Kurita d'envisager les *emoji* davantage comme des symboles qui se s'intégreraient de façon discrète dans la conversation, sans trop troubler les phrases.

Cette configuration n'a cependant pas longtemps duré : DoCoMo n'ayant pu poser de *copyright* sur le design des *emoji*, qui par ailleurs connaissent un succès inattendu, ses deux concurrents principaux s'en emparent, les remodèlent et surtout en ajoutent par centaines, afin d'attirer les consommateurs. Comme le résume bien Jeff Blagdon, auteur de l'article « *How emoji conquered the world* » : « *What could have been a single uniform set of characters became a jumble of different proprietary approaches, and emoji sent from one carrier wouldn't display on competitor's phones.* »²¹ En 2005 cependant, les trois opérateurs s'accordent pour unifier leurs pictogrammes, avec l'aide de Kurita. DoCoMo en a 250, d'autres opérateurs plus de 800. Enfin, en

19 « Les émoticônes (de « émotion » et « icône ») sont spécifiquement créées pour montrer une expression faciale ou une posture afin de faire passer une émotion ou une attitude dans des e-mails et SMS. Elles trouvent leur origine dans des combinaisons de caractères ASCII tels que :-) pour représenter un sourire – et par extension une blague – et :-(pour représenter un froncement de sourcil. Dans l'Asie de l'Est, de nombreuses séquences plus élaborées ont été développées, telles que (")(-_-)(") représentant un visage énervé levant les mains. Petit à petit, beaucoup de systèmes ont commencé à remplacer ces séquences par des images, et ont également proposé des moyens d'intégrer les émoticônes directement, via un menu ou une palette. »

20 « Shift-JIS (SJIS) est un codage de caractères pour la langue japonaise, développé par Microsoft. Comme son nom l'indique, il est basé sur l'encodage ISO-2022-JP (JIS), mais avec un nombre plus importants d'octets permettant l'utilisation de 64 katakana entre les codes hexadécimal 0xA0 et 0xDF. », Shift-JIS, *Wikipédia*, [En ligne], <https://fr.wikipedia.org/wiki/Shift-JIS> (consulté le 17/07/2015)

21 « Ce qui aurait pu être un seul set uniforme de caractère devint un bric-à-brac de différentes approches propriétaires, et un emoji envoyé depuis un opérateur n'était pas lu par les téléphones des concurrents. », Jeff Blagdon, « *How emoji conquered the world* », *op. cit*

2010, des centaines d'*emoji* sont encodé dans Unicode 6.0. Aujourd'hui, Unicode 7.0 contient 550 caractères pouvant être considérés comme des *emoji*, et 240 *emoji* représentant des drapeaux de pays.

Si les *emoji* sont donc présents depuis longtemps, c'est cependant en 2011 qu'ils ont quitté la seule sphère du Japon pour se répandre dans le monde. Leur succès est attribué à une mise à jour du système d'exploitation d'Apple. Alors que les iPhones affichaient les *emoji* dès 2008 avec l'iOS 2.2, c'est la version iOS 5 de fin 2011 qui les popularise en les rendant accessibles facilement. Comment ? Avant cette mise à jour, les utilisateurs devaient copier coller les *emoji* en installant une application tierce. Désormais, il suffit d'aller dans les paramètres du téléphone et d'activer un *clavier emoji* en l'ajoutant comme *langue*.²²

22 Cf. Annexe 5 p 85

Problématisation du sujet

Que s'est-il passé ? Apple, un acteur privé américain, a décidé arbitrairement d'attribuer une taxinomie aux *emoji*, en les « rangeant » dans les options de langue dans son système d'exploitation. Ce geste, qui n'a peut-être été appelé que par une question de commodité et d'accessibilité, a en fait déplacé, changé, (re)défini un objet et l'a chargé d'une quantité d'imaginaires. Dès leur apparition, les *emoji* contenaient en eux cette caractéristique en puissance. En effet, rappelons le, ils ont été créés sur une grille de *caractères* inutilisés du système d'encodage japonais et pensés comme des symboles pouvant s'intégrer sans friction dans une suite de mots. Car, rappelons le aussi, les *emoji* sont petits : 12x12 pixels. La mise à jour du système d'exploitation d'Apple n'a fait qu'acter davantage ce qui était déjà inscrit dans ces objets, mais c'est peut-être la popularité de l'entreprise et son grand nombre d'utilisateurs qui ont enrichi les *emoji* d'un sens nouveau. Ce moment est riche d'une multitude d'enjeux. Le lecteur n'aura pas manqué de remarquer qu'au déplacement ou réaffirmation de sens est corrélé un déplacement ou une nouvelle affirmation géographique et commerciale : l'on passe du Japon aux Etats-Unis, de DoCoMo et autres à Apple, le tout étant cependant sous-tendu par l'organisation Unicode. Ici n'est ni le lieu ni le moment de creuser et d'affiner ce point, que nous n'invoquons et évoquons de façon très superficielle dans l'unique but de démontrer la complexité et la multiplicité d'un objet souvent vu comme trivial et ne nécessitant pas que l'on y dédie un mémoire. C'est la position inverse que nous tenterons de défendre ici, car nous pensons que les *emoji* sont le terrain de jeu d'un grand nombre d'enjeux culturels, intellectuels, industriels et communicationnels pour n'en citer qu'un petit nombre, et ce depuis leur définition par Apple.

Dès lors, il convient de s'interroger sur leur statut nouveau, question qui peut-être formulée ainsi : en quoi la propriété pictographique des *emoji* charge ces objets de significations et d'enjeux inédits ?

Puisque nous partons de l'intégration des *emoji* comme clavier par Apple, c'est donc sur cette version que nous allons appuyer notre corpus. Nous l'avons vu, les *emoji* créés par Shigetaka Kurita en 1995 ne ressemblent presque en rien à ceux que l'on connaît aujourd'hui. Mais même, dire « ceux que l'on connaît aujourd'hui » ne signifie pas grand-chose, puisque selon le support physique, le navigateur et logiciel utilisé, le pictogramme sera représenté différemment. Par là nous entendons que les *emoji* sont plus que les images précédemment montrées dans cette introduction, ces bonhommes jaunes que nous voyons sur iOS et Whatsapp principalement. Ils ont cependant tous un code et une référence définis par Unicode, et c'est ce sera donc la dernière version Unicode à ce jour, Unicode 7, qui sera notre corpus.

Ces objets seront analysés en suivant la trame de trois hypothèses que nous avons formulées et que notre travail tâchera de confirmer ou d'infirmier.

La première est la suivante : les *emoji* sont une langue fantasmée. C'est ce trait qui a fait naître mon intérêt pour ce sujet : depuis quelques années, mais surtout la dernière, se pose un peu partout, et dans des médias de moins en moins spécialisés, la question d'une nouvelle *lingua franca* de l'Internet, qui serait les *emoji*. Notre hypothèse est que les *emoji* n'en sont évidemment pas une, mais ils en sont du moins le désir, et par la performativité de certains acteurs, en deviennent langue.

Notre deuxième hypothèse est que les *emoji*, bien qu'objets triviaux qui circulent, sont tributaires de cadres. Ces cadres sont une réponse cinglante à qui veut faire des *emoji* une langue universelle, car ils sont définis par des acteurs parfois relativement obscurs et dont la volonté ne dépend guère des utilisateurs.

Cela nous amène à notre troisième hypothèse : les *emoji* sont avant tout des objets de pouvoir. Nous pourrions même aller plus loin et affirmer que d'une certaine manière et dans certains endroits, les *emoji* sont un microcosme des principaux enjeux de domination culturels et industriels de l'Internet et surtout du Web.

Méthodologie

Le travail de recherche pour préparer ce mémoire s'est exercé sur des terrains variés. Comme dans la plupart des cas lorsque l'on étudie un objet nouveau, il existe peu de littérature académique sur le sujet et il faut jouer de son imagination pour réussir à le rattacher à d'autres problématiques plus anciennes qui pourraient contenir des éléments intéressants pour notre réflexion. C'est ce que j'ai tenté de faire dans un premier temps, mais ces efforts ont été peu concluants. J'ai d'abord axé mes lectures sur de la littérature majoritairement américaine portant sur ce que Nadia Gauducheau nomme la communication écrite médiatisée par ordinateur (CEMO)²³, et notamment sur la représentation de soi et de ses émotions et la façon dont elles sont communiquées. Dans cette démarche, j'ai été beaucoup aidée par *Les Liaisons numériques* d'Antonio Casilli²⁴ ainsi que divers articles du journal électronique académique américain *First Monday*.

Cependant, j'ai été vite confrontée à de nombreuses limitations. Le corpus, d'abord, était trop large et imprécis : les *emoji* n'étaient jamais cités, tout au plus les *smiley*, mais ces derniers étaient compris dans le même ensemble que la ponctuation, les images, les avatars, etc. Mais surtout, l'angle adopté par les chercheurs et les conclusions qu'ils tiraient de leur travail ne correspondaient pas à la direction que je souhaitais emprunter. La plupart des recherches sont effectivement exercées dans le cadre de la discipline de la sociologie. Antonio Casilli lui-même se définit comme sociologue du numérique. L'accent est par conséquent mis sur le comportement des individus et des groupes sociaux, et non sur les procédés de communication, et l'analyse des cadres et supports des échanges, ainsi que je le souhaitais.

J'ai donc pu bien moins utiliser ces ouvrages que je ne le pensais, et me suis alors concentrée sur deux autres ressources en essayant de les équilibrer. La première est un corpus d'articles, souvent américains, de médias principalement en ligne et traitant des nouvelles technologies pour la plupart (*Mashable*, *The Verge*, *TechCrunch* etc.), trouvés en faisant des recherches et surtout une veille quotidienne depuis janvier 2015. La deuxième réunit des ouvrages méthodologiques ou académiques loin de mon sujet mais qui développent les grandes idées et déploient la méthode que je souhaite utiliser : les analyses sémiotiques de Roland Barthes, les ouvrages du GRIPIC – et principalement Etienne Candel, Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier, ainsi que les cours dispensés durant mes trois années au CELSA, surtout les cours de sémiotique

23 Nadia Gauducheau, « La communication des émotions dans les échanges médiatisés par ordinateur : bilan et perspectives. », *Bulletin de psychologie* 4/2008 (Numéro 496) , p. 389-404, accessible en ligne : www.cairn.info/revue-bulletin-de-psychologie-2008-4-page-389.htm

24 Antonio Casilli, *Les Liaisons numériques*, Paris, Seuil, 2010

d'Internet d'Etienne Candel et d'Hécate Vergopoulos, en M1 et M2. Enfin, je me suis appuyée sur le mémoire de Claire Sarfati intitulé « Du simple sourire aux personnages colorés et animés : en quoi l'évolution des smileys leur permet aujourd'hui d'être envisagés comme un langage à part entière », soutenu en 2014 dans la filière Innovation et création de contenus médiatiques et ayant obtenu la note de 17/20. J'ai également échangé avec cette dernière et avec de nombreux MISC des années précédentes qui m'ont donné de précieux conseils bibliographiques et méthodologiques.

J'ai choisi de concentrer mon mémoire sur un objet très précis. Ce d'abord parce que j'ai supposé qu'une analyse fine d'un objet le plus défini possible peut finir par outrepasser celui-ci et à montrer, souligner, découvrir des tendances plus macroscopiques. J'ai à tout pris voulu éviter de faire un état des lieux des objets de communication informatisée non verbaux. J'ai en effet considéré que l'intérêt d'une telle démarche était réduit, d'abord parce qu'il avait déjà été fait par Claire Sarfati il y a peu, et parce qu'il ne me semblait pas nécessaire et pertinent pour ce que je voudrais penser. Enfin, le choix de me limiter aux *emoji* est dicté par le fait que je les considère entièrement différent des autres *smiley*. Le terme de *smiley* lui-même est flou, Wikipédia nous dit que c'est « un dessin extrêmement stylisé de visage souriant coloré en jaune exprimant l'amitié. »²⁵ et nous avertit de ne pas le confondre avec les émoticônes : « une courte figuration symbolique d'une émotion, d'un état d'esprit, d'un ressenti, d'une ambiance ou d'une intensité, utilisée dans un discours écrit. »²⁶, elles mêmes à ne pas confondre avec les casseaux: « *un caractère mobile représentant un pictogramme, ou dingbat. Le dingbat est une ornementation ou un symbole graphique utilisés en typographie. Il existe des polices d'écriture spécialisées, dont les glyphes représentent de tels symboles et formes en lieu et place des caractères alphabétiques et numériques usuels.* »²⁷. En plus de ces définitions s'ajoutent le terme de stickers²⁸, que l'on retrouve sur Line, WeChat, Facebook Messenger, qui sont généralement plus gros et ont pour caractéristique d'être téléchargeables gratuitement ou non, souvent dans les pages marchandes des applications. Ils représentent une source de revenu importante pour l'application japonaise Line par exemple²⁹.

25 Smiley, *Wikipédia*, [En ligne] <https://fr.wikipedia.org/wiki/Smiley> (consulté le 28/07/2015)

26 Émoticône, *Wikipédia*, [En ligne] <https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89motic%C3%B4ne> (consulté le 28/07/2015)

27 Casseau (typographie), *Wikipédia*, [En ligne] https://fr.wikipedia.org/wiki/Casseau_%28typographie%29 (consulté le 28/07/2015)

28 Stickers (Internet), *Wikipédia*, [En ligne] https://en.wikipedia.org/wiki/Sticker_%28Internet%29

29 Harry McCracken, « How Japan's Line App Became A Culture-Changing, Revenue-Generating Phenomenon », *Fast Company* [En ligne] <http://www.fastcompany.com/3041578/most-innovative-companies-2015/how-japans-line-app-became-a-culture-changing-revenue-generat> (consulté le 28/07/2015)

Chacun de ces objets ont des propriétés bien différentes, et le fait de les réunir sous l'appellation de *smiley* ne me paraît ni pertinent ni précis pour mener une enquête. C'est donc pour cela que j'ai choisi de ne me concentrer que sur les *emoji*, et ne traiterai pas des autres manifestations graphiques permettant d'exprimer des émotions, des atmosphères ou de montrer des objets ou des concepts dans le cadre d'une communication écrite informatisée. Je défends l'idée que les *emoji* sont un objet à part entière, qui peuvent et doivent être analysés en tant que tel.

Cette analyse sera déroulée en trois moments, qui travailleront à répondre à la problématique et aux hypothèses que nous avons formulées. Nous nous concentrerons d'abord sur l'aspect linguistique des *emoji*, réel et fantasmé. Ce sera l'occasion d'évaluer les imaginaires qui gravitent autour de ce sujet très conversationnel et investi par un nombre croissant et très varié d'acteurs.

Dans un second temps, nous procéderons à une analyse sémiotique du dispositif, en adoptant trois différents angles : le graphisme des pictogrammes, leurs cadres d'utilisation, et les discours qui les enveloppent.

Enfin, nous approcherons notre objet d'étude dans sa dimension sociale et communicationnelle : comment cet objet désormais infraordinaire contient en lui des enjeux de pouvoir.

I. Les *emoji* sont-ils une langue ? Usages et imaginaires

« *After millennia of painful improvement, from illiteracy to Shakespeare and beyond, humanity is rushing to throw it all away. We're heading back to ancient Egyptian times, next stop the stone age, with a big yellow smiley grin on our faces.* »³⁰ Pour Jonathan Jones, journaliste au *Guardian*, nous allons droit à notre perte en utilisant les *emoji*. Il compare ces derniers aux hiéroglyphes égyptiens (encore que, dit-il, ces derniers soient plus sophistiqués), qui sont certes jolis mais « *there is no ancient Egyptian Iliad or Odyssey* ».³¹ Et l'auteur de conclure : « *speak Emoji if you want. I'll stick with the language of Shakespeare.* »³²

Que nous dit cet article ? Au delà de son aspect caricatural et exagéré, il présente l'intérêt de ne même plus se poser la question de savoir si les *emoji* sont une langue ou non : l'auteur s'interroge directement sur les conséquences de son usage, de ce qu'il se passe quand on la *parle* (« *speak* »). Pour comprendre comment ce glissement a été rendu possible, il convient de chercher comment l'on peut assimiler les *emoji* à un langage.

30 « Après des millénaires de douloureux progrès, de l'illettrisme à Shakespeare et plus encore, l'humanité se presse de tout balayer. Nous retournons aux temps anciens de l'Égypte, et bientôt à l'âge de pierre, avec un grand sourire jaune sur nos visages. », Jonathan Jones, « *Emoji is dragging us back to the dark ages – and all we can do is smile* », *The Guardian*, [En ligne], <http://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2015/may/27/emoji-language-dragging-us-back-to-the-dark-ages-yellow-smiley-face>, (publié le 27/05/2015, consulté le 27/07/2015)

31 « Il n'y a pas d'*Iliade* ou d'*Odyssee* écrite en ancien Égyptien. », *Ibid*

32 « Parlez l'*emoji* si vous le souhaitez, moi je m'en tiens à la langue de Shakespeare. », *Ibid*

1) Des nécessités techniques créatrices

Qu'est-ce qui fait d'une langue une langue ? Selon *Le Petit Robert*³³, la langue est un « système d'expression et de communication commun à un groupe social (communauté linguistique). » Mais, rappelons le, la langue est l'exercice du langage. Il est donc plus intéressant de regarder la définition de ce dernier, qui, toujours selon le *Petit Robert* est : la « 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. »³⁴

Le langage sert donc à la communication entre les êtres humains, et doit être doté de signes. Les *emoji* comprennent-ils ces caractéristiques ?

a) Les *emoji* sont un alphabet

Nous l'avons dit dans notre introduction, le succès des *emoji*, sa viralité rapide, date du moment où Apple ne les a non pas intégrés – cela était fait depuis 2008 – mais rendu accessibles plus facilement, en 2011. Comment ? En en faisant un clavier³⁵. Cela permettait à Apple de garder ses utilisateurs sur ses produits : alors que ces derniers devaient télécharger une application tierce, puis l'ouvrir et en copier-coller les images, ils n'ont plus désormais qu'à cliquer sur le pictogramme de globe sur leur clavier pour changer de *langue* et les afficher. Car en effet, ce pictogramme permet de basculer entre les langues que l'utilisateur a choisies, Anglais, Français, Chinois etc. pour afficher les configurations de clavier différentes (qwerty, azerty...). En intégrant les *emoji* dans cette logique, Apple les investit d'un nouveau statut : les *emoji* deviennent des caractères. Comme un alphabet, leur nombre est désormais arrêté, ils ont un ordre³⁶ qui ne varie pas, sont classés, rangés.

Le Petit Robert définit l'alphabet ainsi : « système de signes graphiques (lettres) servant à la transcription des sons (consonnes, voyelles) d'une langue ; série des lettres, rangées dans un ordre traditionnel. »³⁷ Ici, les images remplacent les lettres. Regardons maintenant la définition de

33 *Le Petit Robert de la langue française*, 2014

34 *Ibid*

35 Cf. Annexe 6 p 86

36 Cet ordre est défini par Unicode : *Emoji Ordering* [En ligne]

<http://www.unicode.org/emoji/charts/emoji-ordering.html> (consulté le 27/07/2015)

37 *Le Petit Robert*, *op. cit.*

signe (linguistique, selon Saussure) : « unité linguistique formée d'une partie sensible ou signifiant (sons, lettres) et d'une partie abstraite ou signifié »³⁸.

En assignant à chaque *emoji* une place, en faisant en sorte que l'*emoji* d'un bonhomme qui sourit (signifié) se trouve à la place de mon a (signifiant) lorsque j'utilise le clavier Français, Apple crée un système qui est bien celui de l'alphabet. Localisé et délimité, cet alphabet est composé de signes, chaque signe étant un *emoji*. On peut donc parler d'alphabet, de grammaire de l'*emoji* : autant de termes qui sont ceux que l'on utilise pour parler d'une langue.

38 *Ibid*

b) Les *emoji* sont des caractères

Mais, nous l'avons dit en introduction, si le Consortium Unicode décide de ce qu'est un *emoji*, et choisit ou non d'en ajouter de nouveaux et modifier d'anciens, l'affichage est laissé au soin des fabricants. Ainsi, Google et Apple montrent tous deux un bonhomme qui tire la langue, mais ce bonhomme n'est pas le même.

Il faut donc alors ne pas seulement se reposer sur l'aspect graphique du pictogramme pour définir son identifié, et créer un moyen universel de le reconnaître : un code, ou une référence. C'est ainsi que chaque *emoji* est répertorié, classé, nommé, à la manière des mots dans un dictionnaire. C'est parce qu'il se trouve dans ce classement qu'un *emoji* existe et pourra apparaître sur nos écrans. Ce classement est accessible à tous sur le site d'Unicode.³⁹

Count	Code	Browser	B&W*	Apple	Andr	Twit	Wind	GMail	DCM	KDDI	SB	Name	Version	Default	Annotations
1	U+1F600								missing	missing	missing	grinning face	V6.1*	emoji	face , grin , person
2	U+1F601											grinning face with smiling eyes	V6.0i	emoji	eye , face , grin , person , smile
3	U+1F602								missing			face with tears of joy	V6.0i	emoji	face , joy , person , tear
4	U+1F603											smiling face with open mouth	V6.0i	emoji	face , mouth , open , person , smile
5	U+1F604								missing	missing		smiling face with open mouth and smiling eyes	V6.0i	emoji	eye , face , mouth , open , person , smile

Copie d'écran du classement des emoji sur Unicode

Chaque *emoji* a donc :

- son nombre, de 1 à 1281 à ce jour
- son code, qui correspond à l'encodage de tous les symboles Unicode (par exemple, le point d'exclamation est U+0021)
- sa représentation dans plusieurs logiciels et supports : navigateur, traitement de texte, Apple, Twitter, Windows, Gmail, DCM, KDDI, SB
- son nom
- sa version
- sa taxinomie
- des mots clefs permettant de le retrouver

³⁹ Full Emoji Data [En ligne] <http://www.unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html> (consulté le 27/07/2015)

Encore une fois, on retrouve l'idée que les *emoji*, bien loin d'être des images éparses et aléatoires, sont bien un ensemble, un système répondant à des règles strictes. Ils n'ont beau ne pas toujours être représentés de la même façon, le sens reste le même. Si l'on voulait pousser l'analogie plus loin, on pourrait dire que la représentation de l'*emoji* s'apparente au mot calligraphié, tandis que son code serait le mot. Personne n'écrit « mot » de la même façon, mais cela ne change en rien la signification du mot « mot ».

Nous nous fondons sur le code attribué à chaque *emoji* pour les caractériser des caractères. En effet, les *emoji* reçoivent le même attribut que n'importe quel autre signe (alphabet latin, grec, symboles...). Ils appartiennent donc à cet ensemble, ce qui leur permet (normalement) d'être affiché dans un logiciel de traitement de texte sans les insérer en tant qu'image, tout comme le symbole \$.

c) Les *emoji* sont du code

Enfin, autre facette, les *emoji* peuvent aussi être assimilés à un langage, dans le sens d'un langage informatique cette fois.

L'initiative vient d'un développeur qui la poste sur 4chan⁴⁰. Ce dernier affirme sa volonté de créer un langage programmatique, comme le php, javascript, python par exemple, écrit de A à Z en *emoji*. Ce projet n'est pas totalement nouveau, Swift, le langage de programmation développé par Apple promettant d'être plus intuitif et accessible que ses concurrents, permet déjà d'intégrer des variables en *emoji*. Il est d'ailleurs intéressant de lire une conversation de développeur sur ce sujet sur Reddit⁴¹. La majeure partie de ceux-ci considèrent cette possibilité comme de l'ordre du gadget, un artefact publicitaire pour faire parler du langage. D'autres rappellent que cette décision n'est pas si insensée que cela puisque les *emoji* font partie d'Unicode, et qu'ils pourraient même être plus égalitaires pour ceux qui ne parlent pas anglais ou maîtrisent mal l'alphabet latin. Enfin, quelques développeurs refusent catégoriquement cette fonctionnalité, car ils craignent que cela ne rende pas lisible le code et crée de la confusion.

Cela n'a pas eu l'air de décourager Four Man, l'auteur du langage de programmation en *emoji* qu'il nomme 4Lang. Publié sur GitHub⁴², la plateforme de code collaboratif, depuis deux mois, il présente des exemples de code, un manifeste, et les états de son travail et de celui de ses neuf autres collaborateurs. Une capture d'écran de lignes de code se trouve en Annexe 7. Il est intéressant de noter que le « manifeste » (fichier Lisez Moi) de cette démarche s'accorde avec les arguments avancés par Swift : le principal atout des *emoji* semble être son universalité. Il y a la un précepte : une image « parle » mieux, à plus de monde, qu'une langue formée de caractères typographiques.

En dotant les *emoji* d'un clavier, en en limitant l'ordre, en les rangeant par une espèce d'ordre alphabétique, puis en donnant à chacun un attribut universel dépassant la différence d'affichage selon les cadres, et enfin en l'utilisant pour écrire tout un langage de programmation. exactement à la manière dont on a toujours utilisé l'alphabet latin, les *emoji* sont redéfinis. Plus complexes et riches que les autres émoticônes, ils se voient chargés d'une prétention à être

40 4chan.org étant un forum aux publications éphémère, cette dernière a disparu depuis. L'article de Mic Write, « Someone from 4Chan is building an emoji programming language », *The Next Web* [En ligne], publié le 24/06/2015, consulté le 27/07/2015 en relate cependant l'histoire.

41 Reddit, « 4Lang - A completely emoji-based programming language », [En ligne] https://www.reddit.com/r/webdev/comments/3b6c2o/4lang_a_completely_emoji_based_programming_language/ (consulté le 27/07/2015)

42 Github, « 4 Lang/ 4 », [En ligne], <https://github.com/4Lang/4> (consulté le 27/07/2015)

langue.

Il convient dès lors d'examiner cette fonction qui a été donnée aux *emoji* et de voir comment elle est appliquée. Car pour être langue, la langue doit être parlée. Il faut donc désormais s'intéresser à sa pratique : où, pourquoi et comment ?

2) La langue façonnée par les usages

C'est probablement cette problématique, le « parler *emoji* » qui a été dernièrement la plus traitée. Un nombre incalculable d'articles visent à déterminer si cela est bien ou mal, progrès ou recul pour la société, et si cela nous change. Au delà de question morales, c'est également le statut des *emoji* qui est interrogé. On peut dégager trois grandes positions dans ces débats : soit les *emoji* augmentent la langue que nous parlons déjà, soit ils remplacent celle que l'on utilisait dans certains contextes, soit ils en créent une nouvelle de toute pièce. C'est en regardant la manière dont les *emoji* sont utilisés que nous naviguerons dans ces trois mouvements.

a) Les *emoji* augmentent notre langue

Jeff Blagdon, journaliste au média en ligne américain *The Verge*, s'est penché sur l'histoire des *emoji* et a interrogé son créateur sur la raison de leur existence. Il apparaît que ceux-ci viennent d'une difficulté à communiquer avec les moyens fournis par les médias informatisés.

*« In Japanese, personal letters are long and verbose, full of seasonal greetings and honorific expressions that convey the sender's goodwill to the recipient. The shorter, more casual nature of email lead to a breakdown in communication. "If someone says Wakarimashita you don't know whether it's a kind of warm, soft 'I understand' or a 'yeah, I get it' kind of cool, negative feeling," says Kurita. "You don't know what's in the writer's head." »*⁴³

Les *emoji*, mais tout comme les autres émoticônes, sont alors nés de ce besoin de nuancer ou expliciter une communication quasi instantanée et succincte.

Courtney Seiter, directrice marketing de Buffer, s'est essayée à analyser la psychologie des *emoji* dans un long article publié sur *The Next Web*.⁴⁴ Elle commence par rappeler que 74 pourcent des habitants des États-Unis utilisent régulièrement des *stickers*, émoticônes ou *emoji* dans leur

43 « Au Japon, les lettres personnelles sont longues et verbeuses, remplies de vœux saisonniers, et d'expressions honorifiques qui montrent la bonne volonté de l'expéditeur à son récepteur. La nature plus courte, désinvolte de l'e-mail a amené un changement radical dans la communication. "Si quelqu'un dit *Wakarimashita*, on ne sait pas si c'est un doux et chaleureux 'je comprends' ou un 'ouais, j'ai compris', plus froid et négatif", dit Kurita. "On ne sait pas ce à quoi pense celui qui écrit." », « How emoji conquered the world », *op. cit.*

44 Courtney Seiter, « The psychology of emojis », *The Next Web* [En ligne], (publié le 27/06/2015, consulté le 29/07/2015)

conversations en ligne⁴⁵, envoyant en moyenne 96 *emoji* ou *stickers* par jour⁴⁶. Puis, elle cite des études prouvant que les émoticônes et les *emoji* sont interprétées par le cerveau humain de la même manière que les expressions faciales d'un être humain, une capacité qui s'est récemment développée chez l'homme avec l'émergence des réseaux sociaux. « *Essentially, social media culture has created a new brain pattern within us.* »⁴⁷ Les *emoji* seraient reconnus et interprétés comme de l'information non verbale, une communication non de mots mais d'émotions.

Que cela signifie-t-il ? 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, toutes ces informations qui se communiquent sans être dites et proférées, seraient transposés dans la communication informatisée sous la forme d'*emoji* et d'émoticônes.

En ce sens, il apparaît évident de reconsidérer les *emoji* sous cet nouvel angle, de les enrichir de ce nouvel attribut : ils augmentent la langue, ou du moins l'usage de la langue. On le sait, et même depuis Platon et sa pierre qui roule, le discours écrit ne vaut pas le discours oral car il est voué à être incomplet : il est pauvre, sans profondeur, niveaux, nuances. Mais qu'advient-il si l'on trouve un moyen de pallier ce défaut, qui n'est peut-être pas si déterminé ? Que se passe-t-il si l'on parvient à imiter les innombrables signes qui sous tendent toute communication verbale ? On peut dès lors comprendre l'engouement formidable de toutes les franges de la population pour les *emoji*, qu'ils soient « simples » utilisateurs ou qu'ils s'interrogent sur ses pratiques et usages. En rendant ce que l'on ne pouvait rendre avant, en permettant le sarcasme, l'ironie, de façon presque aussi visible que le ton d'une voix pouvait faire entendre, en précisant le sens d'un mot comme « *Wakarimashita* » dans son usage à instant t, les *emoji* sont une extension, un ajout, une augmentation de la langue.

45 « Do you use stickers or emoji in messaging apps? », Statista [En ligne], <http://www.statista.com/statistics/301061/mobile-messaging-apps-sticker-emoji-usage/> (consulté le 28/07/2015)

46 Uptin Saiidi, CNBC « Brand marketers find a new way into your phone », [En ligne], <http://www.cnbc.com/2014/08/18/emojis-brand-marketers-find-a-new-way-into-your-phone.html> (publié le 18/08/2014, consulté le 29/07/2015)

47 « En fait, la culture des médias sociaux a implémenté un nouveau modèle dans notre cerveau », Courtney Seiter, « The psychology of emojis », *The Next Web* [, <http://thenextweb.com/insider/2015/06/23/the-psychology-of-emojis/>En ligne], (publié le 27/06/2015, consulté le 29/07/2015)

b) Les *emoji* remplacent la langue

Mais on pourrait même aller plus loin, et affirmer que les *emoji* remplacent la langue. Ici, même si le titre est un peu osé ou exagéré, nous trouvons l'argument avancé presque plus pertinent que celui précédemment évoqué. Car il ne s'agit pas pour les *emoji* de remplacer toute la langue, de façon systématique. Bien au contraire, ce sont des mots spécifiques que les *emoji* remplacent. Et cela est avancé non par des raisonnements sans appui, mais par un rapport très intéressant produit par Instagram : « Emojineering Part 1: Machine Learning for Emoji Trends »⁴⁸.

Les ingénieurs travaillant chez Instagram ont eu l'idée d'analyser l'usage des *emoji* dans les légendes des photos des utilisateurs. Ce qu'ils remarquent est la chose suivante : de plus en plus, les *emoji* remplacent ce qu'ils appellent de l'*Internet slang*, c'est-à-dire de l'argot principalement utilisé sur Internet, comme le mot lol par exemple.

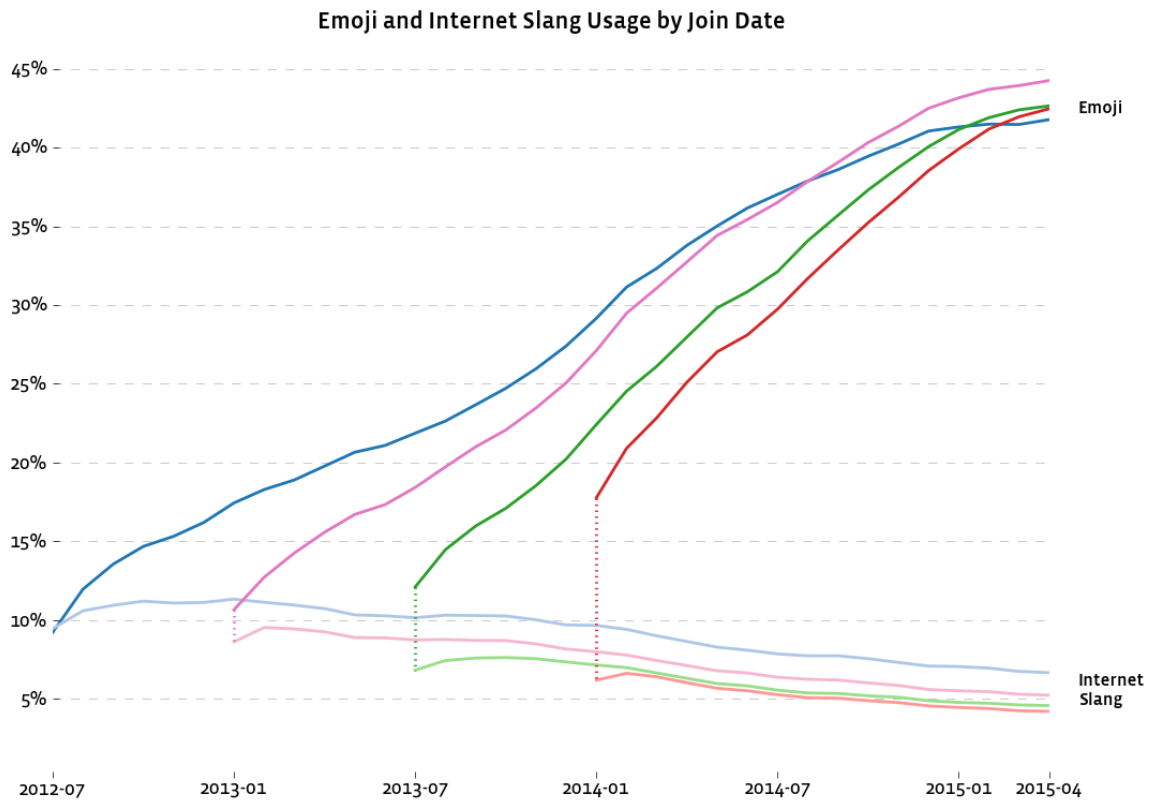
Mais cet usage est très normé. Ainsi, chaque *emoji* couvre un spectre bien précis de mots d'argot. En voilà par exemple quelques équivalences.

- 😂 (ranked 1st in emoji usage): lolol, lmao, lololol, lolz, lmfao, lmaoo, lolololol, lol, ahahah, ahahha, loll, ahaha, ahah, lmfao, ahha, lmaooo, lolll, lollll, ahahaha, ahaha, lml, lmfao
- 😍 (ranked 2nd in emoji usage): beautifull, gawgeous, gorgeous, perfff, georgous, gorgous, hottt, goregous, cuteeee, beautifulll, georgeous, baeeee, hotttt, babeee, sexyyyy, perfff, hawttt
- ❤️ (ranked 3rd in emoji usage): xoxoxox, xoxoxo, xoxo, xoxoxoxo, xoxoxoxoxo, xoxoxoxox, xxoo, oxox, babycakes, muahhhh, mwahh, babe, boobear, loveyou, bunches, muahhh, muahh, xoxox, muahhhhh
- 👍 (ranked 9th in emoji usage): #keepitup, #fingerscrossed, aswell, haha, #impressed, #yourock, lol, #greatjob, bud, #goodjob, awesome, good, #muchlove, #proudfyou, job, #goodluck
- 😞 (ranked 11th in emoji usage): ughh, ughhh, ughhhh, ugh, uggh, ugghh, ughhhhh, ughhhhhh, ugggh, lolol, wahhhh, rn, oml, uhg, agh, xc, omgg, omfg, omf, lololol, whyyy, loll, wahhhhh, tooo, kms

Capture d'écran du rapport "Emojineering Part 1: Machine Learning for Emoji Trends"

Il est encore plus intéressant de regarder le second graphique de l'étude pour se rendre compte à quelle rapidité les *emoji* ont remplacé cette langue argotique.

48 « Emojineering Part 1: Machine Learning for Emoji Trends », Instagram [En ligne] <http://instagram-engineering.tumblr.com/post/117889701472/emojineering-part-1-machine-learning-for-emoji> (consulté le 28/08/2015)



« *Emojineering Part 1: Machine Learning for Emoji Trends* », Ibid

En l'espace de deux ans seulement, des mots qui étaient devenus communs, comme lol,wtf, lmao, lmfao, se sont vus remplacés par des petits bonhommes jaunes. Il est intéressant d'ailleurs de remarquer que, quand un sentiment était exprimé de différentes manières (lol, loll, lmao, lmfao...), il n'appelle qu'un *emoji*. Est-ce par manque de diversité de l'offre ou parce que l'*emoji* contient en lui plus de nuance qu'un « lol » ?

Ce qui est sûr, c'est que les *emoji* ont non seulement su se trouver une place dans le langage informatisé non verbale, mais même en remplacer un.

Pourrait-on aller plus loin et déclarer les *emoji* langue à part entière ? Si nous ne partageons pas pleinement ce point de vue, nous défendons cependant la nécessité non de le balayer sans le considérer, mais de s'interroger sur comment cette question peut être posée et quelles en sont les implications et les enjeux. En d'autres termes, il ne nous intéressera ici moins de répondre par un oui ou non, mais plutôt de demander pourquoi ce oui ou non sont possibles.

Nous avons vu précédemment que les *emoji* remplacent un langage déjà lui-même récent, l'argot d'Internet. Mais qu'est-ce qui fait d'une langue une langue ? Si je lis un texte en Anglais que je ne comprends pas, je saurai pourtant que, si je le traduis à l'aide d'un logiciel, si je cherche chaque mot dans le dictionnaire, ou si je demande à un ami bilingue de me le traduire, j'obtiendrai un résultat similaire. Pourquoi ? Parce que la langue est structurée, que chaque mot a un sens, et que nous utilisons plus ou moins tous le même vocabulaire pour véhiculer des idées et communiquer. Le fait que les *emoji* remplacent chacun des termes argotiques très spécifiques est déjà un premier pas vers la construction d'une langue. Car ce qui fait une langue, c'est aussi sa possibilité de traduire est d'être traduite. Il est intéressant de constater que les premières étapes de l'établissement de l'Espéranto⁴⁹, une langue toute construite, furent de traduire des ouvrages préexistants. Écrire et traduire dans une langue nouvelle est un moyen de l'éprouver, et d'obtenir ses lettres de noblesses.

Nous avons déjà parlé de ces internautes qui essaient de faire des *emoji* un langage programmatique. Bien plus nombreux sont les individus qui tentent d'en faire une langue que l'on pourrait « parler ». Et cela sous des formes très variées.

Prenons par exemple le cas de Keymoji. Keymoji est une application pour iOS qui se présente comme un autocorrecteur en *emoji*. Son but est donc simple : traduire, de façon systématique, ce que l'on écrit en *emoji*. Pour signifier la série *Mad Men* par exemple, le clavier propose un *emoji* de bonhomme en colère, puis deux *emoji* d'hommes⁵⁰. Si ce clavier est un peu trop poussé pour un usage quotidien peut-être, notons cependant que de plus en plus de claviers proposent une autocomplétion en *emoji*, c'est-à-dire que si je rentre « super ! Bien joué ! » l'application me proposera sûrement un *emoji* enjoué à rajouter à la suite de mon message.

Mais ces tentatives vont plus loin encore. De nombreux fans entreprennent de traduire des expressions, des proverbes, ou même d'illustrer un point de vue. Emojisaurus, dont le nom fait évidemment clin d'oeil à Thesaurus, permet à n'importe qui de soumettre sa suggestion. On peut ainsi trouver la formule « *To be or not to be, that is the question* », l'expression « *holy crap* » ou un

49 Sam Dean, *The Verge*, « How an artificial language from 1887 is finding new life online », [En ligne], <http://www.theverge.com/2015/5/29/8672371/learn-esperanto-language-duolingo-app-origin-history> (consulté le 09/09/2015)

50 Cf. Annexe 8 p 88

résumé des *Misérables* en *emoji* :

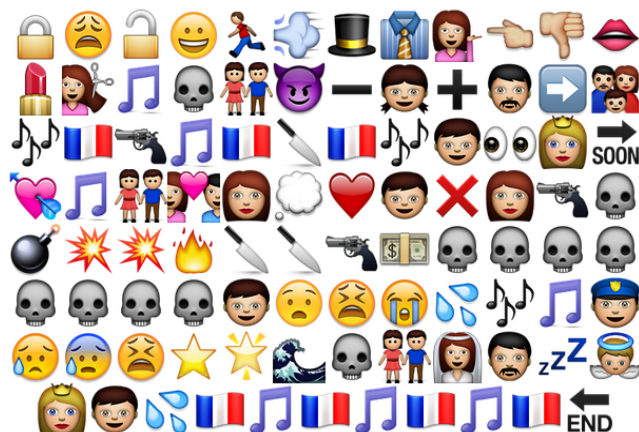
To be or not to be, that is the question



Holy crap



Les Misérables



De nombreux autres sites filent un projet similaire. Citons par exemple le tumblr d'un professeur de littérature Américain qui demande à ses élèves de résumer des œuvres en *emoji* : *Narratives in Emoji*⁵¹, ou un tumblr dont s'est emparé un grand nombre d'utilisateurs de Twitter, *Emoji Art History*⁵², qui joue à mimer des films en *emoji*. Notons au passage cette donnée intéressante : les *emoji* sont souvent ici utilisés non pour créer quelque chose à partir de zéro, mais pour recréer, réinterpréter, des œuvres existantes, et souvent des classiques.

Le cas est encore plus marquant avec le projet *Emoji Dick*⁵³. Cette traduction du classique *Moby Dick* de Herman Melville a été initiée par un *data scientist*, Fred Beneson en 2009. Pour ce faire, il a créé un projet sur *Kickstarter*⁵⁴ et récolté pas moins de 3 676 dollars en un mois. Cet argent a ensuite été utilisé sur Amazon Mechanical Turk, qui permet de faire travailler des individus à bas prix. Chaque phrase a été traduite de trois différentes manières et la meilleure a été gardée. Le livre a finalement été publié le 10 juillet 2010, puis ajouté à la collection de la *Library of Congress* en 2013, après avoir apparu comme un objet d'art dans une exposition à l'institution d'art

51 *Narrative in Emoji* [En ligne] <http://narrativesinemoji.tumblr.com> (consulté le 09/09/2015)

52 *Emoji Art History* [En ligne] <http://hyperallergic.com/64988/emoji-art-history> (consulté le 09/09/2015)

53 *Emoji Dick* [En ligne] <http://www.emojidick.com> (consulté le 09/09/2015)

54 *Kickstarter, Emoji Dick*, [En ligne] <https://www.kickstarter.com/projects/fred/emoji-dick> (consulté le 09/09/2015)

de Chelsea⁵⁵.

Deux *verbatim* ont retenu notre attention. Le premier vient de Fred, l'initiateur, qui justifie son projet sur *Kickstarter* ainsi :

« *I'm interested in the phenomenon of how our language, communications and culture are influenced by digital technology. Emoji are either a low point or a high point in that story, so I felt I could confront a lot of our shared anxieties about the future of human expression by forcing a great work of literature through such a strange new filter.* ⁵⁶»

Il y a ici l'idée que les *emoji* ne sont pas un langage, mais un filtre, qui nécessairement, essentiellement, amoindri le contenu. Le propre du filtre est en effet de ne pas laisser tout passer et de ne garder que ce qui est pertinent. Les *emoji* pourraient-ils donc épurer la langue ?

Le deuxième est prononcé par Michael Neubert, l'employé de la *Library of Congress* qui a suggéré l'acquisition de cet ouvrage. Il nous dit ainsi :

« *What is striking for the Library's collections about this work is that it takes a known classic of literature and converts it to a construct of our modern way of communicating, making possible an investigation of the question, 'is it still a literary classic when written in a kind of smart phone based pidgin language?' Simply demonstrating that it is possible is interesting in that regard.* »⁵⁷

Non seulement l'*emoji* est une langue, mais c'est une langue réflexive, qui nous fait réfléchir sur la parole.

C'est sur ce point de vue que nous souhaitons conclure cette partie examinant les *emoji* comme langue façonnée par les usages. Certes, nous l'avouons volontiers, les traductions des *emoji* sont probablement illisibles pour la majeure partie d'entre nous (ce peut-être parce que les *emoji* ne sont pas assez riches, comme le disent un grand nombre d'articles, mais peut-être aussi, ce que l'on ne voit questionné nulle part, parce que nous ne sommes pas éduqués à parler l'*emoji*, et que comme toute langue, cela s'apprend). Quoiqu'il en soit, ce n'est guère le contenu même de

55 Fred, *Kickstarter*, « *Emoji Dick is Officially Art & Acquired by the Library of Congress* » [En ligne] <https://www.kickstarter.com/projects/fred/emoji-dick/posts/409203> (consulté le 09/09/2015)

56 « Je m'intéresse à la manière dont le langage que nous utilisons pour communiquer et notre culture sont influencés par les technologies numériques. Les *emoji* sont soit un point crucial ou insignifiant dans cette histoire, donc je me suis dit que je pouvais faire monter à la surface beaucoup de nos peurs communes sur le futur de l'expression de l'homme en obligeant une grande œuvre littéraire à passer à travers ce filtre si inédit et étrange. » in *Library of Congress*, « *A Whale of an Acquisition* » [En ligne] <http://blogs.loc.gov/loc/2013/02/a-whale-of-an-acquisition> (publié le 23/02/2015, consulté le 09/09/2015)

57 « Ce qui est remarquable à propos de ce travail pour les collections de la Library est qu'il déconstruit un classique de la littérature et le convertit en une construction de notre façon de communiquer moderne. Ce qui rend possible la question 'ce livre est-il toujours un classique de la littérature s'il est écrit avec une espèce de pidgin créé avec un smartphone ?' Le seul fait de montrer que cela est possible est très intéressant, vu sous cet angle. », *Ibid*

ces traductions qui importe, mais plutôt ce qui est traduit, et surtout, la volonté de traduire. Les projets cités ne sont qu'un exemple, bien d'autres ont plus ou moins réussi (Fred avait aussi par ailleurs lancé un projet *Kickstarter* pour financer un traducteur automatique en *emoji* mais il n'a pas réussi à obtenir la somme requise, très élevée).

Il nous paraît désormais possible de questionner l'attribut de langue, et de proposer plutôt de qualifier les *emoji* de pidgin, définit par Wikipédia comme « différentes langues véhiculaires simplifiées créées sur le vocabulaire et certaines structures d'une langue de base, en général européenne (anglais, espagnol, français, néerlandais, portugais, etc.) »⁵⁸ Si les *emoji* ne sont pas véritablement une langue, s'il est impossible de parler *emoji*, si les traductions sont incomplètes, il faut alors s'interroger sur les motivations qui poussent certains utilisateurs à les forcer à être une langue. Pourquoi cet engouement ? Qu'est-ce qui le nourrit ?

58 Wikipédia, Pidgin, [En ligne] <https://fr.wikipedia.org/wiki/Pidgin>, consulté le 09/09/2015

3) Quand les fantasmés investissent l'objet

A partir du moment où les *emoji* se voient qualifiés de plus que de simples images, ils sortent du commun, se détachent, se créent une individualité. Cette prise d'autonomie permet en même temps de « sur définir » l'objet et de l'envelopper de fantasmés.

a) Des hiéroglyphes aux *smiley* : une langue universelle

Il n'est pas rare que les *emoji* soient comparés aux hiéroglyphes, et inscrits comme une continuité presque historique de ces derniers. Nous en avons eu un exemple précédemment dans cet article du *Guardian*⁵⁹ qui se lamentait de la fin de la civilisation, et appuyait la supériorité de l'alphabet latin sur les symboles égyptiens – qui sont selon le journaliste une version avancée des *emoji*. L'article cite le professeur Vyv Evans, linguiste à l'université de Bangor, qui nous dit : « *As a visual language emoji has already far eclipsed hieroglyphics, its ancient Egyptian precursor which took centuries to develop* »⁶⁰ Et le journaliste de commenter : « *Hieroglyphs enabled [Egyptians] to write spells but not to develop a more flexible, questioning literary culture: they left that to the Greeks. [...] The Greek alphabet was much more productive than all those lovely Egyptian pictures. That is why there is no ancient Egyptian Iliad or Odyssey.* »⁶¹

Il y a ici un vrai débat qui dépasse de loin la question de savoir si les *emoji* sont une langue ou non, d'ailleurs elle n'est plus posée, la réponse est oui. Comment cela se peut-il ? Comment peut-on comparer si aisément un ensemble de 250 pictogrammes relativement aléatoires et signifiant peu de choses à des hiéroglyphes, et à un alphabet grec ?

Si cet article du *Guardian* est possible, c'est d'abord et avant toute chose parce que les *emoji* sont faits langue par le simple désir performatif qu'ils en soient une.

Pourquoi ce désir ? D'où vient-il ?

59 Jonathan Jones, « *Emoji is dragging us back to the dark ages – and all we can do is smile* », *The Guardian* [En ligne], <http://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2015/may/27/emoji-language-dragging-us-back-to-the-dark-ages-yellow-smiley-face>, publié le 27/05/2015, consulté le 27/07/2015

60 « En tant que langue visuelle, les *emoji* ont déjà dépassé de loin les hiéroglyphes, ses précurseurs Égyptiens, qui ont mis des siècles à se développer. », *Ibid*

61 « Les hiéroglyphes ont permis aux Égyptiens d'écrire des sorts, mais non de développer une culture plus flexible, réflexive : ils ont laissé cette tâche aux Grecs. L'alphabet Grec était beaucoup plus productif que toutes ces charmantes images Égyptiennes. C'est pourquoi il n'y a pas pas d'*Illiade* ou d'*Odyssee* Égyptienne. »

Il faut pour ceci examiner deux mouvances qui se rejoignent.

La mélancolie du cratylisme⁶², la nostalgie de la tour de Babel sont autant de thèmes qui ont été filés pendant des siècles et continuent d'influencer une certaine vision du monde. Nous parlions plus haut de l'Esperanto, cette langue créée de toute pièce et censée devenir universelle. Si elle n'a jamais conquis tout le monde, elle est encore très fermement défendue parmi ses pratiquants, et retrouve un nouveau souffle grâce à Internet. C'est d'ailleurs cette communauté qui est à l'origine du *couchsurfing*, cette tendance qui consiste à accueillir et/ou dormir sur le canapé d'inconnus, bien avant Internet cette fois.

Car derrière une langue se cache des fantasmes, et celui d'une langue universelle, parlée par tous, est sûrement le plus tenace. Qu'advierait-il si tout le monde se comprenait ? Plus de quiproquos, davantage de tolérance, et peut-être même d'égalité des chances, si l'on en croit ce que soutiennent les défenseurs de l'Esperanto⁶³.

Il n'est alors pas étonnant de voir comment les *emoji* sont investis du même désir, voire d'un désir plus fort encore. Car les *emoji* ont un avantage majeur que l'Esperanto n'a pas : ce sont des images, des dessins, des « hiéroglyphes ». Et ne dit-on pas qu'un beau dessin vaut mieux qu'un long discours ? Ou ne demande-t-on pas à quelqu'un qui ne nous comprend pas s'il veut que l'on lui fasse un dessin ? Il y a derrière ces expressions populaires un imaginaire : une image communique mieux qu'un texte. De plus, cette dernière dépasse la barrière de la langue, car, a-t-on toujours tendance à croire, n'importe qui peut la comprendre.

Enfin, et c'est peut-être le point le plus décisif, les *emoji* sont le langage d'Internet. Ils sont nés sur Internet d'une nécessité à étoffer le discours, et ils sont utilisés principalement sur Internet. Or, qu'est-ce que l'Internet sinon l'incarnation d'un désir d'universalité ? Ne doit-on pas rentrer les abréviations de *WorldWide Web*, soit la toile mondiale, à chaque fois que l'on veut accéder à un « site » ? On comprend dès lors l'engouement que provoquent les *emoji*, car ils sont bien la rencontre entre deux mêmes fantasmes et imaginaires : une langue universelle sur un terrain accessible à tous, et pour tous.

62 Dans *Le Cratyle* de Platon, Socrate s'entretient avec Hermogène et Cratyle. Le premier défend l'idée que les mots sont totalement arbitraires, conventionnels, tandis que Cratyle défend l'idée d'une adéquation totale, d'une nécessité entre le mot et la chose, seulement, les règles de la nature échappent à l'homme.

63 Ceux-ci sont détaillés dans l'article « How an artificial language from 1887 is finding new life online » *op. cit.*

b) La grammaire des *emoji*

Les *emoji* sont donc fortement désirés comme langue, en ce qu'ils seraient compréhensibles par tous, neutres, et que c'est justement ce désir qui a porté le développement d'Internet. Mais nous irons plus loin encore, et déclarerons que les *emoji* sont également l'idéal démocratique de la langue.

Pourquoi ?

Chaque langue porte en elle une histoire, une politique, chargée et peu malléable. Il suffit de voir la lenteur avec laquelle des nouveaux mots sont intégrés dans la langue Française, et les réactions plus que mitigées que cela provoque. Une langue, parce qu'elle sert à se faire comprendre de tous, est par essence peu maniable.

Maintenant, imaginons que nous ayons tous un dictionnaire de Français sur nos téléphones, tablettes et ordinateurs, qui se met à jour en même temps que notre dispositif, et qui nous affiche les nouveaux mots. Et continuons même : imaginons que, lorsque que nous trouvons qu'un mot manque, nous puissions suggérer son existence et, après un vote, le voir intégrer ou non.

C'est ce que proposent les *emoji*. Chaque utilisateur est libre d'envoyer sa suggestion à Unicode. Et beaucoup l'ont fait. Il y a ainsi eu une pétition d'une association de sourds⁶⁴ pour intégrer des pictogrammes de leur langage. Des Américains ont milité pour l'ajout d'un *emoji* de taco⁶⁵ (32802 signatures). Il y a bien sur eu cette pétition pour nuancer les couleurs des *emoji* afin de représenter les minorités.⁶⁶ Les exemples sont nombreux et ne cessent d'augmenter. La procédure est simple : quand la suggestion envoyée, les acteurs d'Unicode se réunissent et discutent de ce qu'il faut ou non ajouter au catalogue *emoji*. La décision prise, les *emoji* sont petit à petit intégrés aux dernières versions des logiciels des fabricants, et apparaissent magiquement sur nos écrans lorsque nos terminaux se sont mis à jour.⁶⁷

Si l'on voulait faire une analogie, ce processus est presque en tout point pareil à

64 Tim Moynihan, *Wired*, « Emoji Aren't Silly—They Could Actually Help the Deaf », [En ligne], <http://www.wired.com/2015/07/sign-language-emoji/>, consulté le 10/09/2015 , publié le 17/07/2015

65 Taco Bell, *Change.org*, « The Taco Emoji Needs To Happen », [En ligne], <https://www.change.org/p/unicode-consortium-the-taco-emoji-needs-to-happen-2>, publié il y a 10 mois, consulté le 10/09/2015

66 *Dosomething*, « Diversify My Emoji », [En ligne] <https://www.dosomething.org/campaigns/diversify-my-emoji>, consulté le 10/09/2015

67 Christina Warren, *Mashable*, « Who Controls Emoji Anyway ? », [En ligne], publié le 19/06/1992, consulté le 10/07/2015

l'établissement d'un gouvernement dans l'idéal démocratique. Chacun peut faire entendre sa voix, chaque voix est égale, et les changements sont effectifs.

Parce que les *emoji* ne sont pas décidés et limités, parce que la langue n'est pas morte mais bien vivante et en constante évolution, l'on peut facilement comprendre ce qui les rend si populaires et utilisés. Il y a une sorte de plaisir à se sentir acteur d'un objet trivial que sa circulation constante, ses usages, ses mises en pratiques n'ont de cesse de l'enrichir de nouvelles couches, de plus en plus complexes (car les *emoji* ne sont jamais supprimés).

c) La langue performative

Car oui, les *emoji* s'enrichissent en permanence, aussi bien sur la forme que sur le fond. Et leur dernière évolution rejoint encore l'un des fantasmes les plus profondément ancrés dans le concept de langue : la performativité, ce procédé qui confère à la langue un tel pouvoir que dire, c'est faire. Pouvoir quasi divin qui était celui du roi par exemple, et faisaient le malheur des héros tragique : n'est-ce pas parce que Phèdre a avoué, parce que Cœnone a proféré le nom d'Hippolyte (« Ah, c'est toi qui l'a nommé! »)⁶⁸ que sa belle mère est condamnée ? On ne saurait mieux dire la puissance donnée ici à la langue.

Et c'est encore ce fantasme qu'investissent les *emoji*. Car l'*emoji*, après avoir envahi tous nos écrans, évolue et devient... cliquable. Cela n'est en fait guère surprenant, puisque, rappelons-le, les *emoji* sont des caractères.

C'est le logiciel de messagerie instantané *Slack*, qui connaît un succès qui ne cesse de croître et spécifiquement dans le monde de travail, qui initie le changement de cadre des *emoji*. En juillet, le service commence d'intégrer les *emoji* de façon bien différente de ce qu'il faisait auparavant. Quand ces derniers ne servaient à rien de plus qu'à ponctuer les phrases, comme dans tous les autres espaces de communication que nous avons évoqués jusqu'ici, *Slack* leur confère une nouvelle fonction : les *emoji* deviennent boutons.

Il est peut-être bienvenu ici de procéder à une présentation sommaire de *Slack* pour mieux en comprendre les enjeux. Nous l'avons dit, c'est un logiciel (sur web et sur bureau, ainsi que décliné en application sur iOS et Android) conçu et pensé pour améliorer la communication spécialement dans le monde du travail. Ce dernier connaît un succès grandissant grâce aux nombreuses fonctions qu'il inclut : il est très facile de partager des fichiers, de les archiver, de créer des invitations pour des rendez-vous par exemple. Mais *Slack* est aussi apprécié en ce qu'il change légèrement la nature du cadre de communication au travail :

*« If there's one factor that explains why people have an emotional bond with group-messaging phenom Slack that's unusual for an enterprise tool, it's the service's polish and playful sensibility. »*⁶⁹

68 *Phèdre*, Racine

69 « S'il y a bien un facteur qui explique pourquoi les gens ont un lien émotionnel avec le phénomène de messagerie de groupe *Slack* qui est inhabituel pour un outil d'entreprise, c'est la sensibilité travaillée et enjouée du service. », Harry McCracken, *FastCompany*, « Slack's New Emoji-Based Reactions: Way, Way More Than A "Like" Button » [En ligne] ; <http://www.fastcompany.com/3048384/tech-forecast/slacks-new-emoji-based-reactions-way-way-more-than-a-like-button>, (publié le 13/07/2015, consulté le 10/09/2015)



Adam Sandlewood 4:31 PM

It's official! We've launched Bort App to the app store! Big kudos to @brett and @dortis on this one!



Capture d'écran d'un message sur Slack, *Google Images*, 2015

C'est dans cette philosophie que Slack charge les *emoji* d'un nouvel usage. Ils deviennent désormais l'équivalent du bouton *Like* sur Facebook, voire plus, comme l'explique Harry McCracken⁷⁰, ils le dépassent, en ce que n'importe quel *emoji* peut être utilisé et ne sera pas cumulé à un *emoji* différent précédemment utilisé. Pour être plus explicite, on pourrait avancer que, lorsque le *Like* ne propose qu'une seule réaction, « aimer », les *emoji* en proposent plus d'une centaine, et nuancent le message non verbal que l'utilisateur veut faire passer.

C'est ensuite les ingénieurs du système de gestion de contenu (ou CMS) Wordpress qui s'emparent de l'idée de rendre l'*emoji* cliquable et actionnable, et les intègre totalement dans sa dernière version, 4.2.⁷¹ Non seulement les *emoji* peuvent être utilisés partout sur la page, mais aussi en dehors : les utilisateurs de la plate-forme de publication peuvent désormais définir l'adresse URL de leur site en *emoji*. Pour la première fois, alors que les caractères chinois ou japonais par exemple, ne sont toujours pas complètement gérés par les navigateurs, il devient possible de mettre un pictogramme, une image dans un lien.

Enfin, c'est linkmoji⁷² qui étend cet acte au Web tout entier, en proposant un raccourcisseur de liens qui les génère en *emoji*.⁷³ L'on peut alors les copier et coller sur n'importe quelle page, et même s'ils ne s'affichent pas dans leur intégralité (ce fut mon cas lorsque j'ai publié un *tweet* avec un lien en *emoji* : mon client Twitter, Tweetdeck, n'a affiché que la moitié des caractères), le lien

70 *Ibid*

71 Owen Williams, *The Next Web*, [En ligne], <http://thenextweb.com/apps/2015/04/28/wordpress-now-lets-you-use-emoji-even-in-the-url-of-your-post/> (publié le 28/04/2015, consulté le 10/09/2015)

72 Linkmoji, [En ligne], <http://www.xn--vi8hiv.ws/> (consulté le 10/09/2015)

73 Molly McChug, *Wired*, « Linkmoji Turns URLs Into Emoji », [En ligne], <http://www.wired.com/2015/07/linkmoji-turns-urls-emoji/> (publié le 09/07/2015, consulté le 10/09/2015)

reste cliquable et redirige vers la page indiquée.

Plus qu'un ensemble de symboles, plus que des hiéroglyphes, les *emoji* deviennent une langue qui réalise, du moins en partie, des fantasmes ancestraux. Ils deviennent une langue en acte, une langue qui performe, et qui permet de faire ce que la langue écrite ne le peut. En plus de cela, parce que les *emoji* sont avant tout des images qui se suffisent à elles-mêmes pour signifier, il est aisé de qualifier cet objet de langue, et de langue universelle.

Ce premier moment de notre réflexion s'est attaché à considérer les *emoji* dans le cadre de réflexion dans lequel ils sont le plus souvent convoqués, c'est-à-dire celui de la langue, et plus précisément, de son statut de langue. Nous n'avons cependant pas cherché à trancher sur cette question, non 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 *emoji* en eux. Il nous est paru plus pertinent de déplacer l'angle de recherche pour comprendre pourquoi l'on pouvait qualifier, ou réfuter la qualification de langage.

C'est pourquoi nous avons tenté tout au long de cette partie de considérer les paramètres qui permettaient de voir les *emoji* en langue.

Nous nous sommes d'abord intéressés aux dispositifs physiques et techniques qui, par leur choix arbitraires, plaçaient sémantiquement les *emoji* dans la même catégorie que n'importe autre quelle langue. Les *emoji* sont en effet accessibles sur un clavier, tout comme le sont le Français ou l'Anglais. Ce sont aussi, techniquement, des caractères puisqu'ils appartiennent à l'ensemble Unicode. Par là même, les *emoji* sont un standard qui se doit d'être affiché sur tous les écrans, au même titre que la lettre « a » ou n'importe quel caractère chinois. Enfin, les *emoji* sont aussi mobilisés dans le contexte du langage informatique et programmatique, puisque l'on peut écrire du code en *emoji*. Ces trois critères techniques poussent à appeler les *emoji* une langue.

Et cette possibilité est appuyée par certains usages.

Les *emoji* sont en effet de plus en plus utilisés non seulement pour ponctuer des phrases écrites dans nos langues respectives, mais aussi pour en remplacer des mots entiers, souvent forgés il y a peu car appelés par la pratique de la communication informatisée. Plus encore, les *emoji* sont l'objet d'un jeu et exercice littéraire de traduction, voire de rédaction, ce qui en fait une langue à part entière.

Cela ne serait pourtant pas possible s'il n'y avait pas un véritable désir de créer une langue, qui, selon nous, s'ancre moins dans la nature même des *emoji* que dans des fantasmes plus anciens, qui ont déjà nourri l'Espéranto par exemple. Il nous semble que ce désir soit principalement motivé par une volonté de créer une langue universelle et démocratique, volonté qui adhère avec les principes sur lesquels s'est construite l'utopie d'Internet. En plus de cela, par son essence éminemment double de pictogramme et de symbole Unicode, l'*emoji* permet de devenir langue performative, en ce que l'on peut accomplir des actions en cliquant ou en renseignant un *emoji* dans un champ.

Tout cela a permis de passer de simple image à l'esquisse d'une langue, où chaque pictogramme est considéré non plus comme un seul signe se suffisant à lui-même, mais comme

un signifiant que l'on peut ajouter à un autre, puis à un autre et ainsi de suite, pour en faire une phrase, qui respecte un ordre précis⁷⁴.

Nous avons donc ici interrogé et examiné les imaginaires qui investissent notre objet d'étude pour éprouver notre hypothèse, qui était la suivante : les *emoji* ne sont pas une langue ce sont le désir d'une langue. Cette hypothèse nous semble vérifiée, mais nous pensons qu'il faut néanmoins l'étoffer. Certes, les *emoji* ne sont pas une langue, mais ils sont plus qu'un simple désir, car à certains niveaux et dans certains cadres, ils ont déjà utilisables comme langue, et comme langue performative. Il faudrait peut-être alors les qualifier, comme l'a fait la *Library of Congress*, de pidgin.

Mais approcher un objet d'étude si riche par le seul prisme des imaginaires et fantasmes nous paraît insuffisant. Il faut désormais s'intéresser au dispositif en tant que symbole et sujet, et procéder à une analyse systématique de son sens.

74 Lucia Peters, *Bustle*, « Emojis Have Grammatical Rules And You're Probably Already Following Them », [En ligne], <http://www.bustle.com/articles/32092-emojis-have-grammatical-rules-and-youre-probably-already-following-them> (publié le 17/07/2014, consulté le 10/09/2015)


II. Les *emoji* : des objets mouvants sans cesse redéfinis

Nous avons commencé de l'évoquer en introduction de notre travail : les *emoji* sont des objets difficiles à cerner, en raison d'une caractéristique inhérente : leur apparence est sans cesse changeante. Il faut cependant ici tenter d'en arrêter les limites floues, pour comprendre pourquoi cela fait partie prenante d'un des enjeux majeurs qu'ils portent en eux.

Car en effet, l'une des particularités des *emoji*, nous l'avons dit et démontré, est qu'ils sont plus que des simples images en format jpeg ou png que l'on importerait ou copie collerait dans un document pour les afficher, ce sont des caractères, accessibles d'une seule combinaison de clavier. Mais, le choix des affichages est laissé entièrement à la discrétion des fabricants de logiciels. C'est pour cette raison que l'*emoji* que j'ai tenté d'afficher sur ma première page n'est pas apparu de la même façon sur mon logiciel de traitement de texte Microsoft Word que sur Libre Office, et qu'il ne s'affichera pas pareil non plus si mon destinataire ouvre mon fichier en utilisant un Macintosh que s'il utilise un ordinateur tournant sous Windows. Cela est source, on peut facilement s'en douter, de beaucoup de confusion et complications qui mettent en difficulté l'objectif initial des *emoji* : faciliter les échanges, et être universels.

1) (Rece)voir les *emoji* : un processus arbitraire et complexe

Les *emoji* ont d'abord été créés par un ingénieur chez l'opérateur japonais DoCoMo, et ont été directement intégrés au téléphone de ce vendeur. Mais ils ont été popularisés par Apple, qui a utilisé une version modifiée de SoftBank, car DoCoMo n'avait pas réussi à imposer un *copyright* sur ses créations. Dès le départ donc, les *emoji* qui ont commencés à être utilisés de façon massive furent très différents de leur apparence initiale. Puis, chaque fabricant a tenté d'imposer sa propre version. Il en résulte qu'il existe au moins cinq ou six dessins différents pour chaque pictogramme. Le site apps.timwhitlock.info a tenté de référencer ces différences dans un tableau⁷⁵. Si l'on se penche sur ce tableau et l'étudie de près, on voit que non seulement les *emoji* d'Apple n'ont rien à voir avec leurs sources, mais que l'ensemble d'*emoji* proposé par Google, et qui sont disponibles sur Google Hangouts par exemple, utilisés quotidiennement par des millions de personnes, sont également bien différents des deux ensembles. Parfois, il devient même impossible de deviner qu'ils représentent la même chose. Cela a donné lieu à de nombreux problèmes de communication.

L'un des exemples les plus souvent cités est celui du « cœur poilu » (*hairy heart*)⁷⁶. Les utilisateurs d'iPhone ou iPad ou tout autre terminal fonctionnant sous iOS envoyaient des cœurs jaunes à leurs amis, pour se rendre compte que ceux qui avaient un terminal fonctionnant sous Android recevaient une étrange image de cœur poilu qui ne véhiculait pas le message qu'ils souhaitaient faire passer. 

Ce raté est loin d'être isolé et les utilisateurs sont fréquemment confrontés à de tels problèmes. A tel point que diverses expressions ont été créées pour adresser ce problème : on parle d'*emoji gap*, d'*emoji barrier* ou d'*emojumble*. Bianca Bosker, journaliste au *Huffington Post*, raconte ses problèmes de communication : « *Emoji have an image problem. Worse than not appearing at all, the string of symbols you think you're sending can morph into unrecognizable impostors when they cross from one phone to another. I say "coach class" on my iPhone (🚌), you say "Charles Eames chair" on your Android (🪑). I wished a birthday girl "feliz cumpleaños" (👧).* » (We need to

75 Cf. Annexe 9 p 89

76 John Michael-Bond, *Engadget*, « You may be accidentally sending friends a hairy heart emoji », [En ligne], <http://www.engadget.com/2014/04/30/you-may-be-accidentally-sending-friends-a-hairy-heart-emoji/> (publié le 30/04/2014, consulté le 17/09/2015)

dance, you pretty Spanish lady!) On her Android, she saw “feliz cumpleaños 🧑🎉.” (HELP THERE’S A SPIDER CRUSH IT.) »⁷⁷

D’où viennent ces malentendus ? Du fait que les fabricants conçoivent eux-mêmes leur set d’emoji. « Tech firms, which follow the Unicode guide at their discretion, have developed their own interpretations of “snowman without snow” or “persevering face.” »⁷⁸ continue la journaliste.

L’un des exemples les plus frappants, et qui souligne à quel point les différences sont importantes, est celui évoqué par la journaliste de la femme qui danse du tango. Les emoji dessinées par Apple sont pour le moment celles qui sont les plus connues et les plus répandues. Cette image montre de gauche à droite l’emoji « danseur » selon Unicode, Apple, Google, Twitter et Microsoft.



Willem Van Lancker, un ancien employé d’Apple qui a dessiné des centaines d’emoji pour iPhone, exprime son désarroi de les trouver si différents sur Android : « [they] almost [seem] to mean a different emotion [...] It’s a lot like spoken languages, things are lost in translation. »⁷⁹

L’on est alors en droit de se poser la question suivante : pourquoi ne tout simplement pas avoir créé un seul set d’emoji pour tous les systèmes d’exploitation, fonctionnant sur un dispositif d’interopérabilité, comme le font les polices d’écriture par exemple ?

77 « Il y a un problème d’image avec les emoji. Pire que ne pas apparaître du tout, l’ensemble de symboles que vous pensez envoyer peut se changer en imposteur méconnaissable quand il passe d’un téléphone à un autre. Je dis « classe économie » sur mon iPhone (🚗), vous dites « chaise Charles Earnes » sur votre Android (🪑). J’ai souhaité joyeux anniversaire à une amie ‘feliz cumpleaños 🧑🎉’ (Il faut qu’on danse, belle Espagnole!) Sur son téléphone, elle a vu ‘feliz cumpleaños 🧑🎉.’ (ATTENTION, UNE ARAIGNEE, TUE LA .) », Bianca Bosker, *Huffington Post*, « How Emoji Get Lost In Translation », [En ligne], http://www.huffingtonpost.com/2014/06/27/emoji-meaning_n_5530638.html (publié le 27/06/2014, consulté le 17/09/2015).

78 « Les entreprises du domaine de la technologie, qui suivent le guide Unicode à leur discrétion, ont développé leur propre interprétation de ‘bonhomme de neige sans neige’ ou ‘visage persévérant’. », *Ibid*

79 « Ils ont presque l’air de signifier une émotion différente. C’est comme pour beaucoup de langages parlés, les choses se perdent lors de la traduction. », *Ibid*.

Lorsque les premiers *emoji* Apple sont apparus au Japon sur les téléphones fonctionnant avec le concurrent de DoCoMo, SoftBank, les designers se sont vus assigner la tâche de les retravailler. Selon Van Lancker, Apple a consulté les originaux Japonais, mais le design de chaque *emoji* était finalement laissé libre à son designer. « *To be honest, when there are hundreds of these to be made, some of them were made in 30 minutes.* », continue Van Lancker⁸⁰

Mais cela n'explique pas pourquoi Google, Twitter ou Microsoft n'ont pas réutilisé ce set, ou que les quatre géants ne se soient pas mis d'accord pour construire un ensemble universel. Et parce qu'une image vaut mieux qu'un long discours, l'on comprend tout de suite les enjeux lorsque l'on regarde cette dernière, issue d'un tableau Unicode de 2010 :



Que voit-on ici exactement ? Que les *emoji* de la deuxième case, qui sont ceux fait par Apple, rappellent très fortement l'iPhone quand il s'agit de représenter le téléphone, et les écouteurs blancs de la fabrique d'Apple pour signifier l'écoute de musique avec un casque ou des écouteurs. Un commentaire de Si Daniels, le concepteur des polices d'écriture chez Microsoft, confirme le pressentiment : « When we made our [emoji], we followed the Unicode design quite closely, but also instilled in it the Windows design principles that were emerging at the time: solid colors, stylized, simple without textures or gradients or fake effects. »⁸¹

C'est ainsi que chaque marque a sauté sur l'occasion des *emoji* pour affirmer son identité, sa signature. Et quoi de plus tentant et opérationnel en effet, que de constamment rappeler à l'œil de l'utilisateur qui veut montrer un téléphone le design de l'iPhone ? Pire, lui « instiller » à son tour, de façon quasi inconsciente pour lui, des couleurs maîtresses d'une certaine marque, et sans cesse se rappeler à ses yeux de cette façon ?

L'*emoji* devient alors ici un champ de bataille pour les marques fabricantes, un lieu d'exposition des produits et de monstration de leur puissance. Il n'est alors pas étonnant qu'Apple ait intégré sans broncher les demandes liées à diverses pétitions. Cela lui permet de rester le jeu d'*emoji* le plus utilisé, et, en satisfaisant les utilisateurs, l'entreprise les garde sur son système de

80 « Pour être honnête, quand il y en a une centaine à faire, certains furent faits en 30 minutes. », *Ibid.*

81 « Quand on a fait nos *emoji*, on a suivi le design Unicode d'assez près, mais on y a aussi instillé les principes du design de Microsoft qui émergeaient à ce moment là : des couleurs unies, une stylisation simple, sans textures, dégradés ou faux effets. », *Ibid.*

visualisation, et peut lui injecter, au détour de quelques images, des rappels de l'existence de ses produits.

Il faut alors souligner les dangers insidieux que portent en eux les *emoji*. Non sans aller dans le conspirationnisme, il nous semble toutefois important de prendre de la distance avec un objet de communication forgé par des marques, car cela amène nécessairement la question de qui décide de ce que l'on peut dire ou non. Si c'est à Apple que revient la fonction de représenter le monde et les idées par des pictogrammes, peut-on vraiment croire qu'il représentera « tout », ou qu'il fera volontairement des images biaisées : soit pour montrer sa marque, comme avec les écouteurs, mais aussi l'*emoji* de date qui est la même que l'icône calendrier sur iOS, soit pour nier une réalité autre : on pourrait imaginer que si demain le Consortium Unicode choisisse d'ajouter un *emoji* de drone, Apple, qui n'en fait pas, pourrait trouver un moyen de jouer sur les mots pour montrer autre chose, tandis que si Google lance sa marque de drone, il est prévisible qu'ils seront montrés tels quels sur le système d'*emoji* de Google. Pour recontextualiser et clarifier le propos, nous proposons de comparer cette fois les *emoji* à une langue parlée comme le Français : que se passerait-il, si le dictionnaire de Français, si l'Académie Française même, étaient rachetés par Apple et que les dirigeants de ces derniers décidaient des mots qui devraient être utilisés ou non ? Si le mot « téléphone » était automatiquement remplacé par « iPhone », si aux concepts se substituaient des produits. On serait alors probablement amené à réduire la langue à un novlangue⁸², qui servirait des buts commerciaux.

82 Défini ainsi : « Le novlangue était destiné, non à étendre, mais à diminuer le domaine de la pensée, et la réduction au minimum du choix des mots aidait indirectement à atteindre ce but. » — (Amélie Audiberti (trad.), 1984, 1950 (éd. 2009) ISBN 978-2-07-036822 ; traduit de l'anglais : George Orwell, *Nineteen Eighty-Four*, 1949)

2) Quand les cadres forment et informent

Nous venons de voir que les *emoji* sont en quelque sorte déterminés par les fabricants qui les construisent et statuent sur leur apparence. Et c'est donc logiquement que cette dernière est également déterminée par les cadres⁸³ d'utilisation, qu'il nous paraît important ici de lister et analyser.

En effet, chaque cadre porte en lui des caractéristiques propres.

Par exemple, nous avons parlé ci-avant de la différence des *emoji* entre Apple et Google, et avons cité un ancien employé de chez Apple qui regrettait que les *emoji* soient si différents sur Android. Or, le lecteur qui possède un terminal Android et est familier avec l'application de messagerie instantanée utilisée par 900 millions de personnes en septembre⁸⁴, soit Whatsapp, a peut-être tiqué en lisant les propos relatés. En effet, sur Whatsapp, quel que soit le logiciel d'exploitation sur lequel repose le téléphone, la tablette ou l'ordinateur utilisé, les *emoji* affichés sont bien ceux conçus par Apple⁸⁵. Comme le confirme Emojipedia : « WhatsApp uses Apple-style emoji images for emoji support on all platforms, including Android. On iOS, WhatsApp uses the native iOS emoji keyboard, but on Android a custom emoji keyboard is shown that displays images of Apple emoji characters instead of native Android emojis. »⁸⁶

On voit dès ici que chaque cadre détermine l'apparence, et par extension, l'usage des *emoji*. Par extension en effet, car, si le cœur jaune par exemple, dont nous avons parlé précédemment, apparaît comme un cœur poilu sur Android, il ne sera peut-être pas utilisé pour illustrer un message A comme le cœur jaune si iOS sera utilisé pour illustrer ce message A. L'usage d'un *emoji* dépend donc inévitablement de son cadre d'utilisation.

Whatsapp en est un important, mais il faut aussi citer Twitter, qui, non content d'afficher les *emoji*, en diffuse également d'autres qui n'apparaissent que sur le site de micro blogging. Les *emoji* qu'affiche Twitter ne sont pas conçus par Apple, mais viennent d'un projet open source (que

83 Nous entendons par cadres ce qu'Erving Goffman définit dans *Les Cadres de l'expérience*, soit ce qui organise la configuration et la signification des activités sociales (Goffman, 1974, p 242).

84 *Statista*, « Number of monthly active WhatsApp users worldwide from April 2013 to September 2015 (in millions) », [En ligne], <http://www.statista.com/statistics/260819/number-of-monthly-active-whatsapp-users/> (consulté le 17/09/2015)

85 Cf. Annexe 10 p 90

86 « Whatsapp utilise les *emoji* stylisés par Apple pour tous les *emoji* sur toutes les plateformes, dont Android. Sur iOS, Whatsapp utilise le clavier natif d'iOS, mais sur Android, il implémente un clavier personnalisé qui montre les *emoji* d'Apple au lieu des *emoji* natifs d'Android. » *Emojipedia*, [En ligne], <http://emojipedia.org/whatsapp/> (consulté le 17/09/2015).

tout le monde peut utiliser et modifier), nommé Twemoji⁸⁷. Ces 872 pictogrammes ont été dessinés en partenariat avec Icon Factory, et sont également utilisés par Wordpress. En plus de cet ensemble, Twitter s'est approprié les « Hashflags », qui sont des pictogrammes ressemblant aux *emoji*, mais uniques à Twitter, et qui apparaissent lors d'événements spéciaux. Par exemple, lors de l'Eurovision, si un utilisateur tweetait « #FRA » pour France, un drapeau de France dans un cœur apparaissait automatiquement à côté de son *hashtag*.

Twitter apparaît cependant comme une exception dans l'écosystème des cadres d'utilisation des *emoji*. En effet, dans la plupart des autres cas (Windows, Chrome Book, Mac, iPhone, iPad, Android, Snapchat...), les systèmes d'exploitation, tout comme les applications, rendent les *emoji* disponibles grâce à un clavier, sur le même modèle que celui décrit précédemment avec l'iPhone. Si chaque constructeur : Google, Windows et Apple, ont des set d'*emoji* différents et conçus par leurs designers, il semble que, à l'exception de Wordpress, les logiciels et applications préfèrent utiliser le modèle conçu par Apple. C'est le cas, nous l'avons dit, de Whatsapp, mais aussi de Snapchat et Slack par exemple.

87 *Twitter*, « Open sourcing Twitter emoji for everyone », [En ligne], <https://blog.twitter.com/2014/open-sourcing-twitter-emoji-for-everyone> (publié le 06/11/2015, consulté le 18/09/09)

3) Chemin de parcours : l'utilisateur accompagné

La dernière notion importante à nos yeux, et sur laquelle nous souhaitons nous arrêter, est ce que l'on pourrait nommer le chemin d'accès des *emoji*, et plus particulièrement, cet espace sémantique si caractéristique qu'est le petit rectangle comprenant les derniers *emoji* utilisés sur téléphone ou tablette⁸⁸. Lorsqu'un utilisateur souhaite envoyer un *emoji* depuis son téléphone, il lui faut d'abord opter pour le clavier *emoji*. Mais, avant d'obtenir tous les *emoji* classés par thématiques et onglets, il atterrit sur la première page, qui est celle des *emoji* utilisés récemment.

Cet endroit a donné lieu à de nombreux sujets de discussions et articles. L'on peut citer par exemple le blog Emojialysis⁸⁹, qui se décrit ainsi « You show me your recently used emojis. I tell you what's wrong with your life »⁹⁰, qui se veut, sur un ton décalé, faire de la psychanalyse des individus en se fondant sur les *emoji* qu'ils emploient. Le blog indique par ailleurs « Tweet name, age and screenshot to @brillospad or email to emojialysis@gmail.com »⁹¹ puis le blogueur procède à ses analyses.

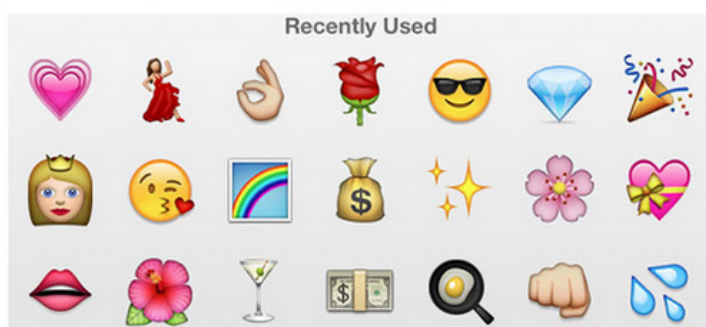
88 Cf. Annexe 11 p 91

89 Emojinalysis, [En ligne], <http://emojinalysis.tumblr.com/> (consulté le 18/09/2015)

90 « Montrez moi les *emoji* que vous avez récemment utilisés, et je vous dis ce qu'il ne va pas dans votre vie. » *Ibid*

91 « Tweetez votre nom, âge et une capture d'écran à @brillospad ou envoyez un email à emojialysis@gmail.com. »

Par exemple⁹² :



Subject 30: Jerico, Age Unknown

Those two emojis flanking the rainbow say it all. What are you really dreaming of, Jerico? Riches or romance? One minute I'm seeing flowers flanking Heart with ribbon. *Swoon* But the next, there's Cocktail glass and Banknote with dollar sign. *Sigh* I'm glad this isn't Instagramanalysis or I'd be looking at you #blessed in sportscar, wouldn't I? You're better than this, girl. Ditch the phone and focus on conquering the basicness within. I believe in you.

Diagnostic emoji: Confused face

Prescribed emoji: Thought balloon

Au delà de l'aspect amusant, mais qui cependant ne devrait pas être tant déconsidéré car l'on pourrait comparer l'usage fréquent de certains *emoji* à l'usage fréquent de certains mots, voire de gestes, de tics, cet onglet nous paraît également important en ce qu'il peut informer le propos. En effet, les *emoji* sont nombreux, et pas toujours faciles à identifier, car ils sont rangés par ordre assez arbitraire, et il faut parfois passer un certain temps avant de trouver l'image voulue. C'est là que cet onglet prend son importance : ne pourrait-il pas, certes faciliter la tâche, puisqu'il concentre un petit nombre d'*emoji* sur une seule fenêtre, mais aussi, finalement, restreindre le propos ? Quel impact cet onglet a-t-il sur le choix des *emoji*, voire du propos en lui même ? Une phrase, une pensée, ne pourrait-elle pas être motivée par ce simple étalage des *emoji* qui me sont familiers, et que je voudrais sûrement réutiliser ?

92 « Sujet 30 : Jerico. Age inconnu.

Ces deux *emoji* encadrant le drapeau disent tout. De quoi rêves-tu vraiment, Jerico ? D'amour ou d'argent ? Je commence par voir des fleurs autour d'un cœur avec un ruban. *Joie* Mais qu'est-ce qu'il y a ensuite ? Un verre à cocktail et une liasse d'argent avec un symbole de dollars. *Soupir* Je suis bien content que cela ne soit pas un Instagramanalysis, sinon je serais en train de regarder une photo de toi #béni dans une voiture de sport, non ? Tu vaut mieux que ça ma fille. Lâche ton téléphone et concentre toi sur un retour au racines. Je crois en toi. », *Ibid*

Il nous a semblé important, lors de ce travail de recherche, mais aussi de pratique des *emoji* au quotidien, de souligner un moment l'aspect technique de ces pictogrammes, trop souvent, selon nous, oublié. Il faut en effet rappeler que les *emoji* sont tributaires des fabricants qui choisissent leurs apparences, puis des dispositifs sur lesquels ils apparaissent. Ces derniers ont aussi leur mot à dire, puisqu'ils recèlent en leur espace d'autres espaces, qui peuvent influencer la parole et la mise en parole, ou en forme.

Ce moment d'analyse des dispositifs nous paraissait bienvenu pour contrebalancer l'idée travaillée auparavant d'une langue universelle, voire d'une simple langue, car il permet de montrer que l'universalité est loin d'être acquise. Les *emoji*, quoique définis par le Consortium Unicode, sont en réalité dans les mains de marques, et d'un très petit nombre d'entre elles. On peut dès lors commencer d'appréhender quels enjeux de pouvoir ils amènent.

III. D'un objet « infraordinarisé » à des enjeux de pouvoir

Tout au long de notre mémoire, nous avons travaillé les *emoji* sur de différentes strates, qui ont gagné en profondeur. Nous souhaitons rappeler ici ce que nous avons brièvement développé en introduction lorsqu'il s'agissait de justifier notre choix de sujet. Les *emoji*, et il suffit de relire l'article du Guardian⁹³ que nous avons plusieurs fois cité, sont trop souvent déconsidérés et méprisés. Or, c'est l'enjeu de notre travail, de montrer que ce sont devenus de véritables objets culturels qui méritent que l'on s'arrête dessus au même titre que tout autre objet de culture populaire, ou tout support de communication en tant que support. C'est là l'enseignement du groupe de recherche GRIPIC, qui soutient qu'il est aussi important, lorsque l'on étudie un objet communicationnel, de s'intéresser au texte écrit qu'à la forme de la page sur lequel il est écrit, et même du fait que cela soit une page et non un écran ou autre.

Il faut pour cela prendre du recul sur notre objet d'étude et se rendre compte que c'est un objet « infra-ordinaire » selon la définition d'Emmanuel Souchier, qu'il tire de Georges Perec, et agir en conséquence :

*« 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, comment en rendre compte, comment l'interroger, comment le décrire ? »*⁹⁴

Car c'est seulement en prenant l'objet d'étude sous cet angle que l'on pourra identifier les enjeux qui l'animent. Ces derniers sont triples : industriels, culturels, et communicationnels.

93 Jonathan Jones, « Emoji is dragging us back to the dark ages – and all we can do is smile », *The Guardian* [En ligne], <http://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2015/may/27/emoji-language-dragging-us-back-to-the-dark-ages-yellow-smiley-face>, publié le 27/05/2015, consulté le 27/07/2015

94 George Perec, *L'Infra-ordinaire*, le Seuil, 1989

1) Un enjeu industriel

Lorsque l'on sait que six milliards d'*emoji* sont envoyés chaque jour⁹⁵, et que chacune des polices d'*emoji* que nous avons analysées sont déposées et que leurs conditions d'utilisations sont très clairement définies, il ne fait aucun doute que ces objets d'apparence si triviale reposent en fait sur une histoire longue et des enjeux complexes.

a) ISO, Unicode et « ASCII imperialism » : une histoire de tension

Pour comprendre en quoi un objet si banal qu'est l'*emoji* peut être au centre de tensions bien moins légères, il convient d'abord de dresser une rapide histoire des procédés d'écritures et d'encodage qu'a connus le Net, ou autrement dit, de l'établissement des standards.

Dans *Standards and their Stories*⁹⁶, Daniel Paraglab et Jacob Palme s'intéressent à ce qu'ils appellent l'« impérialisme ASCII »⁹⁷. Pour introduire leur sujet, il se servent d'une anecdote qui souligne très clairement les enjeux qu'ils exposent ensuite. Ils racontent l'histoire de la municipalité de Habo en Suède. Lorsque celle-ci voulu s'installer sur Internet, elle se rendit compte que le nom de domaine qui lui revenait de droit, www.habo.se, était déjà pris. Non par un quelconque site ou un site frauduleux, mais par... la municipalité de Håbo, ville également suédoise. Parce que les caractères acceptés pour renseigner une url sur Internet ne comportent pas d'accent, des langues dont les nuances reposent sur ce paramètres ne peuvent pas exister pleinement. Ce problème, qui est loin d'être un cas isolé, en soulève un grand nombre d'autres selon les auteurs, regroupés sous cette question : « Pourquoi est-ce que les individus qui utilisent une langue autre que l'Anglais ont tant de problèmes sur Internet ? ».

Pour y répondre, ils entreprennent déconstruire Internet et regarder comment les standards que nous connaissons désormais et ne questionnons pas, parce que ce sont des standards et qu'ils 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, ont été établis.

95 eMarketer, « Smartphone Users Worldwide Will Total 1.75 Billion in 2014 », publié le 16/01/2014, consulté le 21/11/2015 <http://www.emarketer.com/Article/Smartphone-Users-Worldwide-Will-Total-175-Billion-2014/1010536>

96 Martha Lampland et Susan Leigh Star, *Standards and their Stories, How Quantifying, Classifying, and Formalizing Practices Shape Everyday Life*, Cornell University Press, 2009

97 *Ibid*, « ASCII Imperialism », p. 177.

Le premier set de caractère dominant – car, les auteurs expliquent qu'il est difficile de dater l'apparition d'un standard ou du moment où un brouillon, une proposition devient un standard, c'est un jeu d'implémentation et de stabilisation – fut ISO 646 dans les années 1970. Celui-ci contenait un ensemble de 95 caractères : l'alphabet latin, les chiffres arabes et les signes de ponctuations « communs ». C'est en fait une variante de cette norme qui est plus connue : le standard ASCII, American Standard Code for Information Interchange. Dans les années 1980, ISO 646 dernier est remplacé par ISO 8859, qui contient 190 caractères, et plusieurs variations (par exemple, ISO 8859-1 inclut les accents Français, Espagnols et Allemands, tandis que ISO 8859-11 offre des caractères Thaïlandais). Il faut utiliser des codes pour changer de variations. ISO 2022 était censé faciliter le changement de variations en permettant à un texte lui-même d'avoir un code pour varier. En réalité, peu de variations furent intégrées, mais il fut beaucoup utilisé au Japon pour passer du Japonais à de l'Anglais dans un même corps de texte.

C'est dans les années 1990 qu'Unicode est apparu pour résoudre les nombreux problèmes provoqués par les variations des standards précédents. Unicode permet environ 65 000 caractères. C'est toujours ce standard qui est utilisé, bien que ISO 10646, qui permet l'affichage de 4 295 milliards de caractères, ce qui devrait couvrir tous les caractères du monde, soit en discussion.

Que retenir de cette histoire ? Il faut rappeler qu'Internet était d'abord un réseau américain qui n'utilisait que l'ASCII. Par la suite, les autres langages se sont adaptés, en utilisant des cases libres pour y placer leur caractères qualifiés par défaut de « spéciaux ». A travers le prisme de la technologie se lisent des valeurs plus générales. C'est parce que les Américains ont été les premiers à s'emparer d'Internet que tout ce qui ne ressemble pas à de l'Anglais est qualifié de spécial. Il y a donc ici un enjeu politique, celui du normal et de l'anormal, ou si l'on reprend les termes de Foucault, de « normalisation »⁹⁸. Est normal et acceptable ce qui rentre dans un standard.

On comprend dès lors l'enjeu des *emoji* : celui qui parvient à faire rentrer un *emoji* dans un set Unicode impose en quelque sorte sa norme. Il n'est donc étonnant que des pétitions aient voulu amener plus de diversité de couleurs pour les personnages *emoji*, et il ne faut pas déconsidérer cet acte. L'exemple est même plus évident avec les *emoji* de couple, qui est passé d'une simple représentation du couple en tant qu'un homme et une femme, à des propositions plus variées : deux hommes, ou deux femmes. Faire inscrire ces *emoji*, c'est changer la norme. Mais les enjeux ne sont pas que sociétaux. Autre que les minorités, ce sont les marques qui s'intéresse à ce nouveau territoire.

98 Michel Foucault, « Sécurité, territoire, population » (cours donné au Collège de France en 1978), Seuil, 2004.

b) La bataille des marques

Puisque, une fois accepté, les *emoji* rentrent dans Unicode et deviennent un standard, il ne paraît guère étonnant que des marques soient tentées par cette légitimité. Nous avons déjà survolé cette incidence dans le deuxième moment de notre mémoire, lorsque nous avons montré que, quand Unicode écrivait en description d'un *emoji* : « téléphone », Apple dessinait un iPhone. Mais que faire lorsqu'une marque n'a pas de police spéciale comportant tous les *emoji* ? Seuls Apple, Google, Twitter et Microsoft ont pour le moment redessiné toutes les *emoji* à leur manière.

Certaines marques s'emparent de la popularité des *emoji* pour s'attribuer leurs caractéristiques, par exemple amusants et modernes. On peut citer Chevrolet, qui a sorti un communiqué de presse entièrement en *emoji* pour décrire la sortie de sa nouvelle voiture, la Cruze 2016⁹⁹. Avec le slogan « *Words alone can't describe the all-new 2016 Chevrolet Cruze* ¹⁰⁰ », la page hébergeant le communiqué de presse invitait l'utilisateur à « cracker » le code et le *tweeter* à Chevrolet. Ces derniers ont sorti une traduction le lendemain.

WWF a également détourné les *emoji* à ses fins, avec un usage plus réflexif peut-être. L'organisation a d'abord posté un tweet, disant « *We're using #EndangeredEmoji to save real animals from extinction. Please retweet to sign up and help.* »¹⁰¹. Les utilisateurs étaient alors redirigés sur le site <http://endangeredemoji.com/> où chaque animal en voie de disparition est illustré sous forme d'*emoji*. Le site dit alors que chaque tweet comportant un *emoji* d'un de ces animaux fera gagner 10 centimes d'euros à WWF. En réalité, l'utilisateur qui s'inscrit reçoit à chaque fin du mois des statistiques sur son usage des *emoji* des animaux concernés. S'il a tweeté un *emoji* de singe dix fois dans le mois par exemple, WWF lui proposera de donner 1 euro. On le comprend, cette campagne n'a pas tant pour but de faire une grande levée de fond, mais choisit plutôt de s'emparer d'un objet tombé dans l'infra-ordinaire, l'habitude, la culture populaire, pour l'en sortir, et en le décontextualisant, interpeller ses utilisateurs en leur faisant opérer un geste réflexif, un questionnement sur un objet qu'ils utilisent au quotidien et ce qu'il mimétise.

D'autres marques enfin, vont plus loin qu'isoler un *emoji* déjà existant et l'investir d'une nouvelle signification en l'intégrant dans un nouveau cadre. On peut alors citer Quartz, le *pure player*, qui s'est associé avec Emojipedia pour lancer un clavier comprenant tous les pays du

99 Cf. Annexe 12 p 92

100 « Les mots ne suffisent pas à décrire la nouvelle Chevrolet Cruze 2016 », [En ligne], <http://www.chevrolet.com/crack-the-emoji-code.html> (consulté le 20/09/2015)

101 « Nous utilisons le hashtag #EndangeredEmoji pour sauver de vrais animaux de l'extinction. Prière de retweeter pour s'inscrire et aider. », @WWF, publié le 12/05/2015, consulté le 20/09/2015

monde, là où Unicode n'en intégrait qu'une petite vingtaine. Si le site n'a pas clairement expliqué l'intérêt de sa démarche, on peut cependant imaginer qu'elle était motivée par un enjeu communicationnel : d'abord, l'application mentionne qu'elle a été créée par Quartz et Emojipedia, ce qui leur confère une certaine visibilité, ensuite, il est de bon ton pour un média de montrer sa connaissance des nouvelles technologies et son ouverture. Les commentaires louent l'application, et viennent de personnes qui ne se sentaient pas représentés par les *emoji* préexistants qui n'avaient pas le drapeau de leur nation¹⁰². Inclure le drapeau d'un pays, c'est en un sens statuer de son existence ou importance. Il faut considérer cet acte comme politique, qui peut avoir des conséquences importantes : Quartz s'est inquiété de problèmes entre Apple et la Chine lorsque le fabricant a implémenté un drapeau de Taïwan¹⁰³.

Enfin, nous voulons opposer deux exemples de réappropriation ou détournement des *emoji* à des fins commerciales : celui d'Ikea et de Taco Bell.

Ikea a tenté de lancer un clavier d'*emoji* en le justifiant ainsi :

*« Men and women have always found difficulty in communication. In the home situation misunderstandings occur most around clutter. And that is why IKEA introduces Emoticons: a communication tool to ensure universal love and understanding in your home. All your hints, desires and questions will be understood right away. Give it a try. Start spreading happiness. »*¹⁰⁴

Dans les faits cependant, les *emoji* offerts représentent pour la plupart des produits d'Ikea, comme l'on peut le voir dans la capture d'écran ci-dessous. *Ce qui fait dire au Marketing Magazine : « The idea, according to Ikea, is to help arguing couples communicate better over who does the chores, although in reality, the company has simply thought up a clever way to push its furniture visually. »*¹⁰⁵



Capture d'écran d'Emoticons, le clavier d'Ikea

102 Cf la page de [keyboard/id99613](https://www.emojipedia.org/emojis/emoji-keyboard/id99613)

103 Quartz, « Apple <http://qz.com/449/>; 02/07/2015, consulté le 20/09/2015) »

104 « Les hommes et les femmes ont toujours eu du mal à communiquer à la maison à cause du désordre. C'est pourquoi Ikea introduit des émoticônes : un moyen de communication pour s'assurer de l'amour et de la compréhension dans votre foyer. Toutes vos suggestions, vos souhaits et vos questions seront compris tout de suite. Essayez-le. Commencez à répandre le bonheur. »

105 « L'idée, selon Ikea, est d'aider les couples à mieux communiquer sur qui fait les tâches ménagères, alors qu'en réalité, l'entreprise a simplement trouvé un moyen intelligent de mettre en avant ses meubles de façon visuelle. », Shona Ghosh, *Marketing*, « Ikea's 'emoji' keyboard experiment backfires », [En ligne], <http://www.marketingmagazine.co.uk/article/1334700/ikeas-emoji-keyboard-experiment-backfires> (publié le 20/02/2015, consulté le 20/09/2015)

Ce geste a été moqué et critiqué par de nombreux médias, qui questionnaient l'intérêt de télécharger et installer une application spécifiquement dédiée à s'envoyer des *emoji* d'étagères. En plus de cela, certains utilisateurs ont fait remonter le fait que l'application fonctionnait mal car elle envoyait les *emoji* sous formes d'images sur fond blanc, transformant les SMS en MMS, ce qui peut revenir plus cher à l'expéditeur¹⁰⁶.

Quelle a été l'erreur d'Ikea ? Probablement d'avoir créé tout un clavier pour promouvoir ses produits, et offrir peu d'autres options de communication. Si les utilisateurs ont déjà suffisamment d'*emoji* pour exprimer ce qu'ils veulent au quotidien, iront-ils jusqu'à télécharger une application montrant uniquement des meubles ? Installer une nouvelle application, c'est allouer de l'espace à cette dernière, tant en terme de mémoire qu'en termes visuels. L'application d'Ikea prend une place de plus sur les claviers installés par l'utilisateur, et oblige ce dernier à changer encore plus souvent entre chacun, ce qui n'est guère agréable à l'utilisation.

On peut appuyer l'hypothèse que l'échec d'Ikea repose sur un manque de compréhension et d'ergonomie en terminant sur notre dernier exemple : Taco Bell. Nous l'avons déjà mentionné dans notre deuxième moment lorsque nous avons cité la pétition réunissant plus de 32 000 Américains pour demander un *emoji* de taco. Cette pétition a été initiée par l'entreprise américaine Taco Bell. Outre le fait que cela leur a permis d'acquérir une certaine popularité et sympathie, Taco Bell a su faire rentrer un *emoji* de son produit, manière de constamment le rappeler à l'utilisateur. En s'intégrant à un dispositif déjà existant, et en jouant le jeu de la démocratie et de la pétition, Taco Bell est parvenu à s'infiltrer en douceur.

Les *emoji* apparaissent dès lors comme des dispositifs moins innocents. Objets infra-ordinaires, que l'on ne questionne pas, ils sont en vérité sans cesse réinvestis par un jeu de trivialité, qu'Yves Jeanneret définit dans son article sur l'affaire Sokal comme « *la simple mise en mobilité de discours déjà écrits : cette activité qui consiste, non à produire des lectures, des*

106 *Ibid*

*synthèses et des vulgarisations, mais à jouer avec les objets culturels existants, en les recyclant sous des formes et dans des contextes nouveaux. »*¹⁰⁷

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

2) Un enjeu culturel

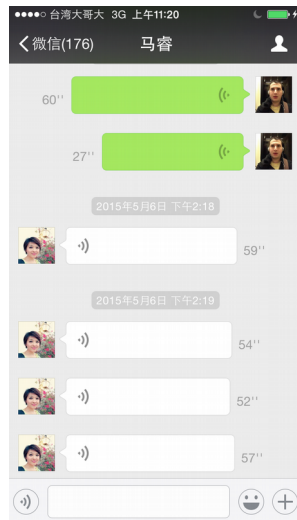
Rappelons le encore une fois : les *emoji* sont d'abord Japonais. Mais ils doivent leur succès retentissant à Apple, qui est Américain. Les *emoji* incluent et excluent. Ils ont inclus un taco, mais pas le drapeau du Pérou. Pourtant, ils se veulent langue universelle, et langue d'Internet. Or, comme le disent Daniel Paraglab et Jacob Palme : « *Any proposed solution to the language problem on the Internet has technical, social, economic, and cultural consequences.* »¹⁰⁸ Ce sont ces conséquences qu'il convient maintenant de rendre.

a) La trivialité des *emoji*, nouvelle lingua franca ?

Les contraintes que nous avons évoquées ont logiquement généré un certain nombre de frustrations pour les populations s'exprimant dans langue autre que l'Anglais, et surtout utilisant un autre alphabet. Il n'est en effet pas surprenant que les *emoji* soit Japonais. Car, si les claviers sont relativement pratiques d'utilisation pour qui utilise l'alphabet latin, ils peuvent vite devenir un cauchemar pour les populations asiatiques qui ne peuvent pas afficher tous leurs caractères sur un si petit espace, et même si cela était possible, ce ne serait guère ergonomique. On imagine mal un Chinois chercher dans ses 50 000 caractères celui dont il a besoin.

Il a du fallu faire preuve d'intelligence et de débrouille pour apporter des solutions à ce problème. C'est ainsi, par exemple, que les Chinois communiquent.

¹⁰⁸« Toute solution proposée pour résoudre le problème de la langue sur Internet a des conséquences sociales, économiques et culturelles. », Daniel Paraglab, Jacob Palme, *op. cit.*



Nul trace de symbole ou de signe ici mais seulement... Une icône représentant du son. Car les utilisateurs Chinois ne s'envoient pas de messages, mais des notes vocales. Comme nous le dit Josh Horwitz : « *Inputting Chinese script on a computer or phone requires typing in pinyin, or roman script, and then selecting one of multiple characters with analogous pronunciations. For example, after inputting the letters Y-O-U, a user will then choose one of the following characters.* »¹⁰⁹



Les *emoji* ne sont rien de plus ici qu'un autre moyen de pallier cette lourdeur d'expression.

Mais ne peuvent-ils pas signifier plus ? Nous avons vu dans le premier moment de notre travail quel désir il y avait d'une langue universelle sur un Internet universel, désir si fort qu'il forçait l'*emoji* à devenir langue. Or, l'une des hypothèses développée dans le chapitre ASCII Imperialism

¹⁰⁹« Rentrer des caractères Chinois sur un ordinateur ou un téléphone se fait en tapant en *pinyin*, ou en script romain, puis en sélectionnant un des multiples caractères qui se prononce de cette façon. Par exemple, après avoir entré les lettres Y-O-U, l'utilisateur choisira un des caractères suivants. », Josh Horwitz, *Qwant*, « Stop texting right now and learn from the Chinese: there's a better way to message », [En ligne] <http://qz.com/443441/stop-texting-right-now-and-learn-from-the-chinese-theres-a-better-way-to-message/> (publié le 02/07/2015, consulté le 21/09/2015)

de *Standard and their Stories*¹¹⁰ est la suivante :

« *We suggest that there is a built-in bias in the current Internet infrastructure. We, furthermore, argue that the interests of English speakers in general and of software developers in particular have much more influence than the interests of non experts users and people using languages other than English.* »¹¹¹

Les emoji ne pourraient-ils pas alors être interprétés comme une réponse à la domination de l'Anglais sur Internet, aussi bien en surface (en Mars 2015, 55,5 % des sites étaient écrits en Anglais¹¹²) mais aussi en profondeur, puisque le code est presque toujours écrit en Anglais ? Ne pourraient-ils pas représenter un moyen de s'émanciper de cette culture imposée, d'en défier les règles et de s'en approprier de nouvelles ?

110 Daniel Paraglab, Jacob Palme, *op. cit.*

111 « Nous émettons l'idée qu'il y a un biais ancré dans l'infrastructure actuelle d'Internet. Nous défendons également la pensée que les intérêt des personnes parlant anglais en général, et de ceux qui développent les logiciels en particulier, ont bien plus d'influence que les intérêt des non experts et des personnes qui parlent une autre langue que l'Anglais. », *op. cit.*

112 Wikipedia, Languages used on the Internet, [En ligne], https://en.wikipedia.org/wiki/Languages_used_on_the_Internet (consulté le 21/09/2015)

b) De la lanterne lazaka au taco

Nous avons parlé de culture, et ce n'était guère innocent. Au delà de l'enjeu de la langue, ou plutôt en plus, en filigrane de celui-ci, se joue une bataille plus fine encore : celle de la culture, ou de la *soft power*.

Il peut sembler au lecteur que le taco a constitué un *leitmotiv* de ce travail, puisqu'il a déjà été évoqué à deux endroits différents, et se retrouve à nouveau convoqué. C'est qu'il représente un enjeu clef des *emoji*, un microcosme des tensions qui les agitent et font leur popularité.



Voilà représentés ci-dessus les *emoji* signifiant la nourriture sur le code d'Apple, adapté de l'ensemble du Japonais Soft Bank. Que remarque-t-on ? Si un occidental retrouve sans difficulté son burger, sa pizza et ses frites, il fait cependant face à au moins 12 *emoji* qu'il peut rarement utiliser à moins d'aller dans un restaurant Japonais : les *tempura* (crevettes grillées), les sushi, et les ramens par exemple. Ainsi des sites se chargent de les expliquer, comme The Kitchn par exemple, dans son article « What All Those Mysterious Japanese Food Emojis Really Mean »¹¹³ D'autres *emoji* montrent des objets ou coutumes traditionnelles du Japon, et un article de BuzzFeed¹¹⁴ les détaille.

113 The Kitchn, « What All Those Mysterious Japanese Food Emojis Really Mean », [En ligne], <http://www.thekitchn.com/what-all-those-mysterious-japanese-food-emojis-really-mean-220215> publié le 08/06/2015, consulté le 21/09/2015

114 Kayla Bibeau, BuzzFeed, « Unidentifiable Emojis Identified! » [En ligne], <http://www.buzzfeed.com/kaylabibeau/unidentifiable-emojis-identified-c21w>, publié le 22/07/2013, consulté le 21/09/2015

Tout se passe alors comme si les médias – Américains pour la plupart – se chargent de faire la promotion d'une culture qui n'est pas la leur, comme si les journalistes se transformaient en guide touristique. Et les *emoji* sont loin d'être généraux : il y a un *emoji* représentant la lanterne lazaka, une lanterne figurant sur les devantures d'établissements proposant de l'alcool par exemple, ce que l'on ne voit nulle part ailleurs qu'au Japon.

Les *emoji* deviennent alors un terrain de jeu d'influence et de domination culturelle pour les nations. C'est grâce à ces symboles inexplicables pour des occidentaux, et qui pourtant apparaissent tous les jours sur leurs écrans, que le Japon peut faire connaître quelques un de ses traits.

C'est alors tout logiquement qu'une réponse ne se fait pas attendre. Nous avons auparavant souligné le biais Anglais ancré dans l'infrastructure d'Internet aujourd'hui, nous avons évoqué le rôle d'Apple dans la construction des *emoji* : il n'est alors pas surprenant que les États-Unis tentent de se réapproprié cet objet de plus en plus trivial.

Si la pétition pour intégrer un *emoji* de taco est avant tout un geste motivé par un but commercial et initié par une entreprise privée, il est intéressant de voir la liste des 37 *emoji* que le Consortium Unicode a accepté comme candidats à ajouter dans sa mise à jour.¹¹⁵ Parmi ceux-ci apparaissent une « tête qui roule des yeux » (*face with rolling eyes*), une « tête qui fait des câlins » (*hugging face*), un chapelet et dans la catégorie *emoji* les plus demandés : un hot dog, un taco, un burrito, une bouteille de champagne dont le bouchon explose, du popcorn, une dinde, une tête de licorne et une part de fromage.

Tous ces symboles reflètent de la culture occidentale, voire Américaine (la dinde de Thanksgiving par exemple). Et, en plus de demander à rajouter des *emoji* dans lesquels ils se reconnaissent, certains Américains ont demandé à en supprimer. On sait le problème que posent les armes à feu aux États-Unis et combien véhéments sont leurs détracteurs. On comprendra l'importance qu'ont les *emoji* dans ce pays en voyant que l'organisation New Yorkers Against Gun Violence a demandé à Apple de supprimer l'*emoji* de revolver.¹¹⁶

Qu'est-il donc en train de se passer ?

Un transfert, entre un objet culturellement marqué globalement asiatique et particulièrement Japonais à un objet occidental et particulièrement Américain. Car, les *emoji* ont beau avoir la

115 Samantha Murphy Kelly, *Mashable*, « The 37 new emoji candidates that we could see next year (including tacos) », [En ligne], <http://mashable.com/2014/11/18/new-emoji-candidates-tacos/#H99QBFhZzqk6> (publié le 18/11/2014, consulté le 22/09/2015)

116 Mark Wilson, FastCoDesign, « New York Activist Group Calls For Apple To Ditch The Gun Emoji », [En ligne], <http://www.fastcodesign.com/3049265/new-york-activist-group-calls-for-apple-to-ditch-the-gun-emoji> (publié le 31/07/2015, consulté le 22/09/2015)

prétention, ou être enveloppés de l'imaginaire d'une langue universelle, leurs usages dépendent des pays, et imposer ses images, c'est en quelque sorte, imposer sa culture et son système de valeur. Si le lecteur doute encore des arguments avancés, nous l'invitons à se pencher sur le rapport de l'éditeur de clavier de téléphones SwiftKey (qui fut le premier à proposer des *emoji* au sein de son application). Celui-ci a analysé plus d'un milliard d'*emoji* pour voir comment ils étaient utilisés dans seize différentes langues, et a trouvé par exemple que les Français utilisaient quatre fois plus les *emoji* de cœur que les autres, c'est d'ailleurs le seul pays où un « smiley » n'est pas le premier *emoji* le plus utilisé, que les Australiens utilisaient majoritairement des *emoji* liés à la « débauche » (alcool, drogue, vacances) et que les plantes et fleurs étaient utilisés quatre fois plus que la moyenne par les populations arabes. A chaque pays son usage.

c) Vers une standardisation de la parole ?

Après tout, quelles sont les conséquences de cette lutte des *emoji* ? Pourquoi devrait-on s'inquiéter d'une prédominance d'une puissance ou d'une autre ?

Certes, nous venons de le montrer, les pays et cultures conservent leur identité et diversité en s'appropriant différemment le set d'*emoji* donné. Mais cela ne fait qu'occulter un problème plus profond : celui de l'exclusion.

Dans leur article « Biais in Computer Systems »¹¹⁷, Friedman et Nissenbaum définissent le biais ainsi « *computer system that systematically and unfairly discriminate against certain individuals or groups of individuals in favor of others* »¹¹⁸. Puis elles distinguent trois sortes de biais : un biais préexistant (*preexisting bias*), un biais technique (*technical bias*) et un biais émergent (*emerging bias*). Le premier prend ses racines dans les institutions sociales, les pratiques et les attitudes, le deuxième naît des contraintes technologiques ou considérations techniques, et le troisième est impossible à identifier lors de la création d'un standard car il apparaît plus tard dans son contexte d'utilisation.

Tout au long de notre travail, nous avons traité des *emoji* comme objets utilisés pour communiquer, sans en interroger l'évidence. Nous avons certes déterminé que certains pays l'utilisaient plus que d'autres et dominaient la construction et l'évolution de ce langage, bien qu'une instance supérieure (la marque ou Unicode) les dépasse toujours.

Mais il faut ici revenir à l'usage même des *emoji* par les hommes. Les *emoji* sont des images, décrites par un code. Mais que sont-ils pour les aveugles ? Si une voix peut lire les textes écrits sur Internet aux non voyants, quid des *emoji*, surtout lorsqu'il ne s'affichent pas toujours sur les supports ? Comment peuvent-ils les lire, et les envoyer ? Ne sont-ils pas exclus de ce moyen de communication ?

Et si l'on continue sur les supports, qu'en est-il également de toute une (grande) partie de la population mondiale qui n'a pas forcément le smartphone dernier cri et ne peut pas afficher ou envoyer ces symboles de la « langue universelle » ?

Il faut prendre conscience et reconnaître un fort biais émergent social d'exclusion dans les *emoji*. Certes, ceux-ci facilitent la communication... Mais seulement aux voyants qui ont un

117 Batya Friedman, Helen Nissenbaum, « Biais in Computer Systems », *ACM Transactions on Information Systems*, Vol. 14, No. 3, juillet 1996, p 330 à 347.

118 « un système informatique qui discrimine de façon *systématique* et *injuste* certains individus en faveur d'autres » *Ibid*

téléphone ou ordinateur récent, ce qui sous-entend que ce sont également des personnes suffisamment fortunées pour mettre régulièrement à jour leur matériel technologique.

On voit donc ici que la question des cultures et des pays représentés n'est qu'une facette des nombreux problèmes que pose la standardisation des *emoji*. Ceux-ci ont un enjeu auquel ils doivent encore faire face : devenir des objets délivrés de biais, qui n'excluent pas une certaine frange de population.

Nous pouvons donc conclure sur cette citation qui résume les enjeux à venir si les *emoji* veulent assumer leur prétention à l'universalité :

*« What can and what cannot be expressed when it comes to electronic communication is, in the end, determined by the underlying and in many respects invisible infrastructure of standards that enables (and, at the same time, constraints and restricts) such communication. »*¹¹⁹

119 « Ce qui peut et ce qui ne peut pas être exprimé par la communication électronique est au final déterminé par une infrastructure de standards sous-jacente et à invisible à bien des égards qui permet (et en même temps contraint et restreint) cette communication. » Daniel Paraglab, Jacob Palme, *op. cit.* p 184

3) Un enjeu communicationnel

Nous avons considéré les *emoji* sous forme de langue et de moyen de communiquer des émotions ou des concepts de façon non verbale... C'est donc assez logiquement qu'il faut maintenant interroger cette communication, dans son schéma le plus basique, mis en forme par Shannon et Weaver, de l'émetteur – message – récepteur d'abord, puis dans les complexités cachées qu'elle recèle.

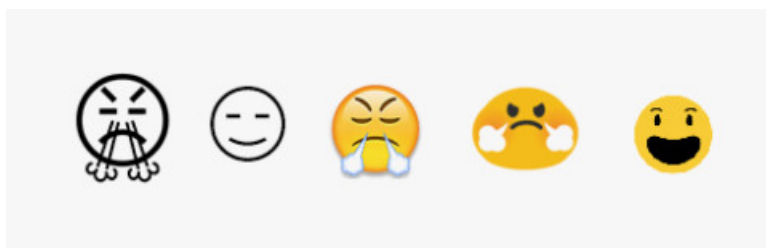
a) Lost in translation

Nous avons vu que chaque pays a sa façon différente de jouer avec le même ensemble d'*emoji* existant. Nous avons également vu que certains *emoji* comme la lanterne lazaka était moqués et discrédités par certains groupes de personnes, souvent des utilisateurs et médias Américains. Nous avons enfin vu que les *emoji* ne s'affichent pas de la même façon – quand ils s'affichent – sur les supports différents, en fonction de leur marque de fabrication, de *copyright* ou encore d'ancienneté du dispositif.

Tous ces faits sont autant de problèmes qui se posent lors de la communication entre deux individus, d'obstacle à un échange idéal, où l'émetteur dispose de tous éléments propres à refléter ce qu'il veut dire, où l'objet envoyé est le même que celui reçu, et est aussi *compris* comme même.

Car, au-delà même de toutes les différences culturelles, médiatiques et technologiques, les *emoji* engendrent aussi des problèmes de communication entre les individus, qu'importe s'ils viennent du même milieu ou non.

Il faut pour cela se remémorer l'introduction de ce travail. Nous avons parlé d'un *emoji* et avons précisé que nous le rappellerions plus tard. Cet *emoji* s'appelle « face of triumph » (expression triomphale). Voilà à quoi il ressemble selon les différents fabricants.



Deux *emoji* sourient, tandis ce que les trois autres soufflent du nez. L'*emoji* tout à gauche est celui proposé par Unicode 7. Il est suivi d'une nouvelle proposition par Unicode, puis par les versions d'Apple, Google et Microsoft.

En effet, les créateurs de cet *emoji* chez Unicode se sont rendu compte qu'il était mal interprété : beaucoup le considéraient – et le considèrent toujours – comme un signe d'énervement ou de frustration. C'est pourquoi Unicode a proposé une annotation pour la prochaine version d'*emoji* : « indicates triumph, not anger¹²⁰ » et suggère même de remplacer l'*emoji* par le nouveau proposé : « *Propose changing the chart glyph to remove the “steam from nose”, to appear like it is winning, not angry / fed up. Consider whether this will change the interpretation in Japan.* »¹²¹

C'est en fait toute une page qui est dédiée à ces changements, provenant de retour d'utilisateurs ou d'articles comme : « We're All Using These Emoji Wrong »¹²², qui liste tous les *emoji* que le commun des utilisateurs avaient investi d'un sens qui diffère de celui originellement renseigné par Unicode. Cette page, appelée « PRI #294 Background: Emoji Glyph/Annotation Recommendations »¹²³, propose en fait pas moins de 40 changements, ou clarifications sur les *emoji* existants.

On y retrouve par exemple une suggestion inhabituelle pour l'*emoji* « pile of poop », dont la version Apple (au centre) est extrêmement populaire (elle en est même devenue une peluche).



Unicode note que cet *emoji* est souvent perçu comme une face amicale avec des yeux, et suggère donc de rajouter des yeux sur la version Unicode, pour répondre aux attentes populaires.

Enfin, citons parmi ces nombreux exemple celui de la « sleeping face » (tête endormie) qui est si souvent confondue avec un *emoji* qui pleure :



120 « Indique le triomphe, non la colère »,

121 « Propose de changer le glyphe du tableau pour supprimer la « fumée qui sort du nez », pour que le visage air l'air de réussir, non d'être en colère / énerver. Voir si cela changera l'interprétation au Japon. », Unicode, « PRI #294 Background: Emoji Glyph/Annotation Recommendations », [En ligne], <http://www.unicode.org/review/pri294/pri294-emoji-image-background.html> (consulté le 23/09/2015)

122 Megan Logan, *Wired*, « We're All Using These Emoji Wrong », [En ligne], <http://www.wired.com/2015/05/using-emoji-wrong/> (publié le 21/05/2015, consulté le 23/09/2015)

123 Unicode, « PRI #294 Background: Emoji Glyph/Annotation Recommendations », [En ligne], <http://www.unicode.org/review/pri294/pri294-emoji-image-background.html> (consulté le 23/09/2015)

Et la proposition d'Unicode : « *Propose changing the chart glyph to remove the nasal bubble, which is too specific to Japanese usage; make more like the Windows image. Consider whether this will change the interpretation in Japan.* »¹²⁴

On observe ici un vrai travail de réinterprétation des objets car ceux-ci ne sont pas forcément reçus de la même façon. A ce sujet, Lisa Ledbuska écrit :

« *All communications—visual and alphabetic—serves multiple purposes, which are sometimes derailed purposefully, through re-appropriation and re-design and re-imagination, and sometimes derailed by accident, happenstance and the emergence of new forms.* »¹²⁵

Les *emoji* sont alors des objets instables et mouvants, des réceptifs pouvant accueillir en eux la polysémie et être amenés à être redéfinis et clarifiés à cause de cette dernière. Ils sont bien un médium de communication, qui porte donc en lui un risque constant d'incompréhension, et de mésinterprétation. Il nous paraît important ici de statuer de ce fait, car cela s'oppose à l'imaginaire de compréhension universelle appliqué aux *emoji* que nous avons décrit dans notre premier moment de réflexion. L'application de ce fantasme sur ces objets était facilitée par le fait qu'il soit par essence graphique, ce qui rend tentant une comparaison avec les gestes que nous utilisons justement pour clarifier ou nuancer notre propos. Mais ici nous voyons que les images ne sont pas plus compréhensibles que les mots, qu'une image ne remplace pas un discours, que le verbal et le non verbal se valent et qu'il n'y a définitivement pas de cratylisme possible : chaque médium porte en lui l'annulation possible de son but.

124 « Propose de changer le glyphe du tableau pour supprimer la bulle nasale, qui est trop spécifique à l'usage Japonais, et le faire ressembler un peu à l'image de Windows. Voir si cela changera l'interprétation au Japon. » *Ibid*

125 « Toutes communications – visuelle et alphabétique – servent de multiples buts, qui sont parfois changés de façon consciente par des réappropriations, des nouvelles représentations et des réimaginations, et parfois de façon accidentelle, par hasard et par émergence de nouvelles formes », Lisa Ledbuska, « *Emoji, Emoji, What for Art Thou?* », *Harlot*, n. 12 (2014) (accessible en ligne : <http://harlotofthearts.org/index.php/harlot/article/view/186/157>, consulté le 23/09/2015)

b) La boîte noire

Les problèmes que nous venons de citer, à savoir que les *emoji*, au lieu de faciliter la communication, vont parfois la complexifier et créer de l'incompréhension ne seraient pas si graves si cette « langue » était réellement, comme annoncée – nous l'avons vu au début de ce travail – « démocratique ». Mais l'est-elle vraiment ? Qui, au fait, contrôle les *emoji* ? « Who Controls Emoji Anyway ? »¹²⁶ L'auteure de cette question nous répond : le Consortium Unicode, et puis un peu d'Apple, de Microsoft, de Google...

C'est également ce que nous n'avons cessé de répéter tout au long de ce travail. Mais, finalement, qu'est-ce que le Consortium Unicode ? Wikipédia nous dit : « Le Consortium Unicode est une organisation privée sans but lucratif qui coordonne le développement du standard Unicode. »¹²⁷ Certes, mais qui fait cela ? Il faut aller dans la page membres du site d'Unicode pour enfin obtenir les informations. Ceux-ci sont divisés entre les « full members » (membres à temps plein), les « institutional members » (membres institutionnels), « supporting members » (membres de soutien) et « associate members » (membres associés) – ces derniers sont les seuls qui n'ont pas le droit de vote. Regardons maintenant qui compose les membres à temps plein : Adobe, Apple, Facebook, Google, Huawei, IBM, Microsoft, le Ministère des Affaires Religieuses d'Oman, Oracle, SAP et Yahoo!

Figurent donc dans cette liste exactement les mêmes membres que ceux qui pour le moment ont créé leur ensemble d'*emoji*. Qu'est-ce que cela signifie plus concrètement ? Que derrière un idéal démocratique, le pouvoir est dans les deux instances aux mains des fabricants. L'on aurait pu croire que le Consortium équilibrerait la grande puissance d'un Apple qui a créé sa police d'*emoji* et l'a même mise sous *copyright*, mais c'est tout le contraire : Apple est deux fois présent dans les hautes sphères de l'*emoji*. Il y a fort à parier que si des utilisateurs demandent un *emoji* qui mettrait en danger la marque, celui-ci sera refusé. Et même si la demande parvenait à être votée, puisque le Consortium ne dicte pas exactement les règles graphiques que doivent respecter les fabricants, Apple pourrait trouver un moyen de détourner le sens de l'*emoji*, tout comme il a su faire du placement de ses produits auparavant.

Étonnant langage universel et démocratique que celui-ci, où l'on ne sait ni qui décide des

126 Christina Warren, *Mashable*, [En ligne], « Who Controls Emoji Anyway? » <http://mashable.com/2014/06/18/so-who-controls-emoji-anyway/#SUUDjc7e.8kK> (publié le 19/06/2014, consulté le 23/11/2015)

127 Wikipédia, « Consortium Unicode », [En ligne], https://fr.wikipedia.org/wiki/Consortium_Unicode (consulté le 23/09/2015)

éléments que nous allons recevoir, ni pourquoi certains sont rejetés et d'autres non, ni enfin quand et comment les nouveautés seront intégrées, par exemple.

Les *emoji* sont pour la plupart des objets propriétaires. Il faut une licence pour utiliser un *emoji* Apple, tout comme il en faut pour Microsoft et Google. Comment est-on passé d'une initiative libre à un verrouillage sur des objets dont on se sert au quotidien? L'*emoji* n'est certes pas une langue, mais cela serait trop réducteur de ne faire de lui qu'une police d'écriture. Car, que j'écrive ce mémoire en Arial ou en Comic Sans MS, les mots seront les mêmes. Que je l'illustre avec les *emoji* d'Apple ou les *emoji* de Microsoft, la compréhension risque d'être bien plus gênée. Certains *emoji* sont même libérés de la contrainte du standard Unicode, et sont donc propriétaire : c'est le cas de la liste suivante, appartenant à Git Hub et citée par un blogueur qui a enquêté sur les *copyright des emoji*¹²⁸ :

octocat, squirrel, shipit

Copyright (c) 2012 GitHub Inc. All rights reserved.

bowtie

Copyright (c) 2012 37signals, LLC. All rights reserved.

neckbeard

Copyright (c) 2012 Jamie Dihiansan. Creative Commons Attribution 3.0 Unported

feelsgood, finnadie, goberserk, godmode, hurtrealbad, rage 1-4, suspect

Copyright (c) 2012 id Software. All rights reserved.

trollface

Copyright (c) 2012 whyne@deviantart. All rights reserved.

All other emoji images

Copyright (c) 2012 Apple Inc. All rights reserved.

Steve Klabnik note pourtant qu'il existe des *emoji* en *open source* issus d'un projet sur KickStarter : Phantom Open Emoji¹²⁹. Car rappelons le, diffuser une image des *emoji* Apple est une violation du *copyright*. Le projet Phantom permet à n'importe qui d'utiliser les *emoji* n'importe

128 Steve Klabnik, « Emoji licensing: :cry: », [En ligne], <http://words.steveklabnik.com/emoji-licensing>, (publié le 06/08/2013, consulté le 23/09/2015)

129 Phantom Open Emoji, [En ligne] <https://github.com/Genshin/PhantomOpenEmoji> (consulté le 23/09/2015)

où.

Pour autant, cela ne résout qu'une très fine partie du problème, puisque le choix du set d'*emoji* que nous utilisons sur nos téléphones reste offert au fabricant, et il semble assez évident qu'Apple voudra que l'on utilise ses *emoji* sur iOS. Des *emoji* qu'on ne peut donc utiliser qu'avec caution, et sans le moindre contrôle ni connaissance de leur fonctionnement.

Conclusion

Tout au début de notre travail, nous nous interrogeons sur ce que « parler en *emoji* » voulait dire. Nous nous rendons compte à ce moment même d'écriture de notre conclusion à quel point ce objet demande à être étudié davantage sous un angle théorique, car le terme « parler en *emoji* » ne nous convient pas, il est certes mieux qu'« envoyer » un *emoji* qui réduit l'objet à une simple option de transmission, ou que « mettre » un *emoji* qui voile toutes les subtilités contenues dans l'objet, mais il ne comprend en rien l'étendue des problématiques présentes.

Nous avons orienté notre recherche de la façon suivante : en se demandant en quoi l'aspect éminemment graphique, et même pictographique des *emoji* les chargeaient de significations et d'enjeux inédits. Et en effet, nous défendons l'idée, après nos recherches, que c'est parce que les *emoji* sont des images plus des caractères écrits, comme nous dit la construction de ce mot même, que nous avons pu voir se dérouler toutes les conséquences que nous avons décrites et interrogées.

C'est parce que les *emoji* sont des mots et des images qu'ils ont pu être investis d'un imaginaire si puissant visant à en faire une langue universelle. Les autres tentatives de langues telles que l'Esperanto n'ont pas connu un tel engouement. Parce que les *emoji* sont des pictogrammes, et ressemblent en cela à des hiéroglyphes, ils portent en eux l'idée, qui est reçue de façon consciente ou non, que leur signification est directe et sans médiation. Une image est claire, une image ne ment pas, une image délivre son sens sans subtilités. Citons les intuitions de Roland Barthes dans « Rhétorique de l'image » :

*« Les linguistes ne sont pas les seuls à suspecter la nature linguistique de l'image ; l'opinion commune elle aussi tient obscurément l'image pour un lieu de résistance au sens, au nom d'une certaine idée mythique de la Vie : l'image est re-présentation, c'est-à-dire en définitive résurrection. »*¹³⁰

Mais les *emoji* n'auraient pas été langue s'ils n'avaient été qu'une seule image, et cela pour une question de technologie et de *circulation*. Si l'*emoji* n'était qu'une image, il m'aurait été tout aussi difficile à l'envoyer qu'une autre image, alors pourquoi choisirai-je celle-là en particulier ? Quelle aurait été la différence avec une autre de même, si les *emoji* n'étaient pas en vérité un simulacre d'alphabet, de palette qui me permette de re-présenter tous les sentiments et idées (ou du moins c'est l'impression que j'en ai) de façon uniformisée visuellement, et au même endroit

130 Roland Barthes, « Rhétorique de l'image », *Communications*, 1964, Volume 4, Numéro 1, p. 40

géographiquement ?

C'est parce que les *emoji* sont mots et images, parce qu'ils sont des pictogrammes à la place de lettres sur un clavier, tout aussi facile d'accès et d'envoi, et limités, ordonnés, qu'ils ont engendré de tels fantasmes.

Fantasmes qui ont donné lieu à des réalités, puisque les *emoji* ont non seulement augmenté notre manière de parler dans le cadre de communications écrites informatisées, mais sont aussi allés jusqu'à remplacer certains mots qui étaient eux aussi nés de cet échange si particulier, un argot d'Internet. Cela a permis la formation et la circulation d'autres imaginaires encore : celui d'une indépendance totale des *emoji* pour les faire langue à part entière. Son affirmation, sa recherche de lettres de noblesse a déjà commencé : il faut voir les tentatives de traductions de grands ouvrages de culture partagée dans cette nouvelle langue.

Et le désir de faire des *emoji* une véritable langue est légitime. Si en effet, elle permet, parce qu'elle est à la fois mot et image, de devenir universelle et compréhensible par tous (si l'on reprend encore l'exemple de l'Esperanto, comment une langue qui ne se fonde que sur l'alphabet latin peut prétendre à la même chose, alors que des milliards d'individus ne l'utilisent en priorité ?), et si en plus elle s'empare des avantages qu'offre Internet – ou du moins que l'on pense qu'Internet offre – telle que plus d'ouverture et de démocratie, et qu'enfin, elle sait devenir *la* langue qui réconcilie langue (parlée) et langage (informatique) en utilisant les possibilités encore trop inexploitées des supports numériques pour devenir langue performative, comment ne pas être tenté ? Comment s'opposer à la suprématie des *emoji* et ne pas les voir comme une solution à tant de problèmes de mauvaise compréhension et communication sur Internet ?

Mais les *emoji* sont-ils vraiment tout cela ? Et plus encore, *peuvent-ils* le devenir ? Une simple analyse sémiotique de ces objets montre qu'ils sont en réalité infiniment plus complexes que ces « brainless little icons » (petites icônes sans cerveau) décrites avec dédain par un journaliste au Guardian.¹³¹

Comment penser l'universalité quand les *emoji* sont une « vérité en deçà des Pyrénées, erreur au delà » comme le dit Pascal dans les *Pensées*¹³², que leur représentation dépend non seulement des supports qui les accueillent, mais aussi d'accords obscurs (pourquoi Whatsapp sur

131 Jonathan Jones, « Emoji is dragging us back to the dark ages – and all we can do is smile », *The Guardian* [En ligne], <http://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2015/may/27/emoji-language-dragging-us-back-to-the-dark-ages-yellow-smiley-face>, (publié le 27/05/2015, consulté le 27/07/2015)

132 Blaise Pascal, *Pensées*, éd. Gallimard (édition de Michel Le Guern), coll. Folio classique, 1977 fragment 56, p. 87

Android montre-t-il le set d'Apple et non de Google ? par exemple). Comment également penser la langue libre de contrainte, lorsqu'elle est « copyrightée » ? Comment enfin penser la parole universelle quand rien que la forme sur nos terminaux peut informer nos propos ?

L'universalité de la langue semble bien en péril. Mais, suite logique de nos constats, pourquoi ?

Parce que sous les *emoji* des enjeux, industriels, culturels et communicationnels. Parce que les *emoji* 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.

Que ce soit pour préserver le logocentrisme et l'ethnocentrisme anglo-saxon d'Internet, ou pour gagner de la visibilité pour une marque, les *emoji* se voient reniés à une universalité sans attache à certaines valeurs, pour être déplacés entre plusieurs régimes. Plus qu'une simple question de langage, c'est alors un véritable enjeu culturel qu'ils portent en eux. A travers des sujets d'apparence frivoles et anodins comme des *emoji* de nourriture, la question est en fait : qu'est-ce que l'on définit comme nourriture, comme essence et représentation habituelle de nourriture, à des milliers de personnes d'origines différentes ? Des *ramens* ou des *tacos* ? Chaque *emoji* est une définition d'un concept, acte, idée, émotion. Un *emoji* qui semble pleurer parce qu'il est fatigué n'est plus acceptable maintenant que les *emoji* sont sortis d'une culture asiatique et entrés dans une culture occidentale : ce n'est pas comme ça que nous représentons la fatigue, nous ne nous reconnaissons pas. Il s'agit non seulement de reconnaître ses codes et valeurs, mais aussi d'obtenir de la reconnaissance, car la représentation suppose une présence, une existence. C'est en re-présentant des minorités que l'on fait acte de leur présence, et qu'on les met sur pied d'égalité, qu'en bref, on redéfinit la norme.

Mais à qui revient ce droit ? Cette capacité des *emoji* à se renouveler serait intéressante et les chocs des cultures pourraient éventuellement être résolus si les *emoji* dépendaient d'un organisme neutre qui jouerait le jeu de la démocratie. Et c'est d'abord l'impression qu'on en a, puisque l'on nous dit que le Consortium Unicode est un organisme à but non lucratif. Mais non lucratif, et surtout lorsque l'on parle de *soft power*, ne veut pas dire désintéressé... Et encore moins lorsque les acteurs de cet organisme sont aussi ceux qui apposent un *copyright* sur leur version des *emoji*. Il y a là une vraie tension entre ce que l'on veut dire, ce que l'on peut dire, et ce que l'on nous fait dire. Les *emoji* ont un enjeu communicationnel. Au delà de la question de « qui peut dire quoi ? » se pose la question tronquée et simple de « qui peut dire ? » : les *emoji* à l'état actuel, en raison de leur non interopérabilité, de leur dépendance à des supports, et de leur manque d'uniformité pour les non-voyants, portent en eux un biais social d'exclusion. A une

échelle plus large, ils sont également responsables, pour les raisons citées précédemment, de nombreux actes d'incompréhension qui interrogent leur capacité à assumer le rôle de langue universelle, capacité qui se voit même pour nous niée et annulée du fait du phénomène de boîte noire qui empêche une transparence et une manipulation des outils qu'on utilise tels quels au quotidien.

En bref, que faut-il réellement conclure de ce travail ? Nous avons confirmé la première hypothèse, qui était que les *emoji* étaient une langue fantasmée, ainsi que la deuxième, car les *emoji* dépendent bien de cadres, et la troisième, qu'ils sont des objets de pouvoir. Nous n'étions pas sûre des hypothèses avancées, et les avons affinées au fur et à mesure de notre réflexion.

Si nous ne sommes pas d'avis d'appeler les *emoji* une langue, nous pensons toutefois que, faute de mieux pour le moment, c'est au moins cette orientation qui est la meilleure, en ce qu'elle véhicule en elle une idée d'une possible traduction, d'un apprentissage, d'une grammaire, et d'une réelle communication et donc de possibilité de compréhension comme d'incompréhension.

Nous avons espéré tout au long de ce mémoire d'avoir posé quelques bases sur un sujet qui nous l'espérons sera bien plus étudié, et surtout d'avoir convaincu notre lecteur de son importance et sa légitimité à être décortiqué.

Nous aimerions aussi exprimer quelques recommandations sur son usage par des professionnels qui souhaiteraient les utiliser pour la communication de leur marque par exemple. Après notre travail, il nous semble que l'écueil à éviter est de mal comprendre le fonctionnement des *emoji* comme clavier, et de proposer une application entièrement faite par la marque, qui ne propose comme *emoji* que des *emoji* représentant les produits de la marque : c'est le cas d'Ikea que nous avons détaillé auparavant. Au contraire, il nous semble bien plus pertinent de s'inspirer du cas de Taco Bell, qui a filé tous les imaginaires des *emoji* et proposé une pétition « démocratique » pour faire rentrer un *emoji* de Taco dans l'ensemble défini par Unicode. Cela permet de rendre l'*emoji* utilisable sur toutes les plateformes, quand les *emoji* Ikea ne sont que des images, et coûtent donc cher à envoyer pour certains utilisateurs, et ne sont pas lus partout. En empruntant la voie de l'Unicode, Taco n'a certes pas réussi à imposer son nom sur l'*emoji*, mais a bénéficié de retombées très positives et a gagné, par sa victoire, de la sympathie par tous ceux qui ont signé la pétition. Faire rentrer son produit est pour nous la façon la plus efficace d'utiliser les *emoji*, mais nous saluons également la campagne de Coca-Cola qui statue l'aspect performatif de *emoji* en créant des URL cliquables en *emoji* heureux, ce qui s'inscrit dans leur passeport de

marque.¹³³ Selon nous, il ne faut pas forcément utiliser les *emoji*, et encore moins en créer et attendre du consommateur qu'il l'utilise, surtout s'il lui faut télécharger une nouvelle application et que l'*emoji* créé n'a aucune valeur ajoutée. Mieux vaut comprendre les usages et les enjeux, et si la marque ne se prête pas à la création d'un *emoji*, trouver des moyens innovants d'en utiliser des déjà existants : les mettre sur une campagne print alors que l'on est habitués à ne les voir que sur écran, les utiliser en URL ou hashtag cliquable sur Instagram, ou tout simplement plus souvent les utiliser dans un cadre de communication désinvolte, comme le Tour de France l'a fait cet été sur Twitter.

Nous aimerions enfin préciser que nous sommes consciente que les *emoji* pourraient être un effet de mode passé dans deux ans, comme c'est parfois le cas avec des objets si nouveaux que nous n'avons pas le luxe d'avoir du recul. Ce n'est pourtant pas une raison pour les dédaigner : d'abord car, que les *emoji substituent* ou meurent, ils auront existé et auront posé les questions que nous avons examinées, ensuite parce que ces questions s'inscrivent dans un ordre plus général des choses, et pourront très bien être investies par ce qui remplacera les *emoji* : en ce cas, l'objet sera désuet mais les bases posées pour penser les questions resteront, nous l'espérons, valables.

133 La Réclame, « Coca-Cola innove avec des URL en émoticônes », [En ligne], <http://lareclame.fr/121470coca-cola-emoji> publié en mars 2015, consulté le 22/11/2015

Bibliographie

Adeline Hérault, Pierre Molinier, « Les caractéristiques de la communication sociale via Internet ». *Empan* 76, no 4 (2009)

Antonio Cassili, *Les liaisons numériques : Vers une nouvelle sociabilité ?*, Paris, Seuil, 2010

Batya Friedman, Helen Nissenbaum, « Biases in Computer Systems », *ACM Transactions on Information Systems*, Vol. 14, No. 3, juillet 1996, p 330 à 347.

Bianca Bosker, *Huffington Post*, « How Emoji Get Lost In Translation », [En ligne], http://www.huffingtonpost.com/2014/06/27/emoji-meaning_n_5530638.html (publié le 27/06/2014)

Caitlin Dewey, *The Washington Post*, « Emoji IRL: A Q&A with the Designer Who Sees Emoticons as Works of Art » <http://www.washingtonpost.com/blogs/style-blog/wp/2014/01/15/emoji-irl-a-qa-with-the-designer-who-sees-emoticons-as-works-of-art/>, (publié le 15/01/2014)

Chris Plante, *The Verge*, « What you need to know about emoji », [En ligne], <http://www.theverge.com/2015/6/24/8837877/what-are-emoji-explainer-whats-tech-faq> (publié le 24/06/2015)

Christina Warren, *Mashable*, « Who Controls Emoji Anyway ? », [En ligne], <http://mashable.com/2014/06/18/so-who-controls-emoji-anyway/#SUUDjc7e.8kK> (publié le 19/06/2014)

Courtney Seiter, « The psychology of emojis », *The Next Web* [En ligne], <http://thenextweb.com/insider/2015/06/23/the-psychology-of-emojis/>. (publié le 27/06/2015)

Fabien Labarthe, « Ce que chatter veut dire. Pratiques internautes des jeunes des classes populaires », *Communication et langages* 147, no 1 (2006)

George Perec, *L'Infra-ordinaire*, le Seuil, 1989

Instagram, « Emojineering Part 1: Machine Learning for Emoji Trends », *Instagram Engineering*, [En ligne], <http://instagram-engineering.tumblr.com/post/117889701472/emojineering-part-1-machine-learning-for-emoji> (publié en juin 2015)

Jacques Anis, « Approche sémiolinguistique des représentations de l'égo dans la Communication Médinée par Ordinateur ». *Communication et Langages* 35, no 144 (2001): 20-38.

Jean-Paul Lafrance, Danielle Verville. « L'art de bavarder sur Internet ». *Réseaux* 17, no 97 (1999)

Jeff Blagdon, *The Verge*, « How Emoji Conquered The World » [En ligne], <http://www.theverge.com/2013/3/4/3966140/how-emoji-conquered-the-world>

John Fraim, *First Monday* 7, no 6, « Electric Symbols: Internet Words And Culture », [En ligne], <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/957> (publié le 03/06/2002)..

Laurent Vonach, *Quaderni*, « Le virtuel en quête de rituel. Étude d'un espace de sociabilité virtuel : le tchat » (2004) Accessible en ligne : http://www.persee.fr/doc/quad_0987-1381_2004_num_55_1_1635

Lawrence Bush, *Standards : Recipes for Reality*, The MIT Press (2013)

Lisa Ledbuska, « Emoji, Emoji, What for Art Thou? », *Harlot*, n. 12 (2014) (accessible en ligne : <http://harlotofthearts.org/index.php/harlot/article/view/186/157>)

Lucia Peters, *Bustle*, « Emojis Have Grammatical Rules And You're Probably Already Following Them », [En ligne], <http://www.bustle.com/articles/32092-emojis-have-grammatical-rules-and-youre-probably-already-following-them> (publié le 17/07/2014)

Mark Giese, *First Monday* 3, no 4, « Self without body: Textual self-representation in an electronic community ». [En ligne] , <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/587> (publié le 06/04/1998)

Martha Lampland, Susan Leigh Star, *Standards and their Stories, How Quantifying, Classifying, and Formalizing Practices Shape Everyday Life*, Cornell University Press, 2009

Megan Logan, *Wired*, « We're All Using These Emoji Wrong », [En ligne], <http://www.wired.com/2015/05/using-emoji-wrong/> (publié le 21/05/2015)

Michel Foucault, « Sécurité, territoire, population » (cours donné au Collège de France en 1978), Seuil, 2004.

Nadia Gauducheau, « La communication des émotions dans les échanges médiatisés par ordinateur : bilan et perspectives. », *Bulletin de psychologie* 4/2008 (Numéro 496) , p. 389-404,

Nick Stockton, *Wired*, « Emoji—Trendy Slang or a Whole New Language? » <http://www.wired.com/2015/06/emojitrendy-slang-whole-new-language/> (publié le 25/06/2015)

Roland Barthes, « Rhétorique de l'image », *Communications*, 1964, Volume 4, Numéro 1

Sam Dean, *The Verge*, « How an artificial language from 1887 is finding new life online », [En ligne], <http://www.theverge.com/2015/5/29/8672371/learn-esperanto-language-duolingo-app-origin-history>

Steve Klabnik, « Emoji licensing: :cry: », [En ligne], <http://words.steveklabnik.com/emoji-licensing>, (publié le 06/08/2013)

Swiftkey, « SwiftKey Emoji Report », *Scribd*, [En ligne], <https://www.scribd.com/doc/251421559/emoji> (publié en avril 2015)

Uptin Saiidi, *CNBC*, « Brand marketers find a new way into your phone »,

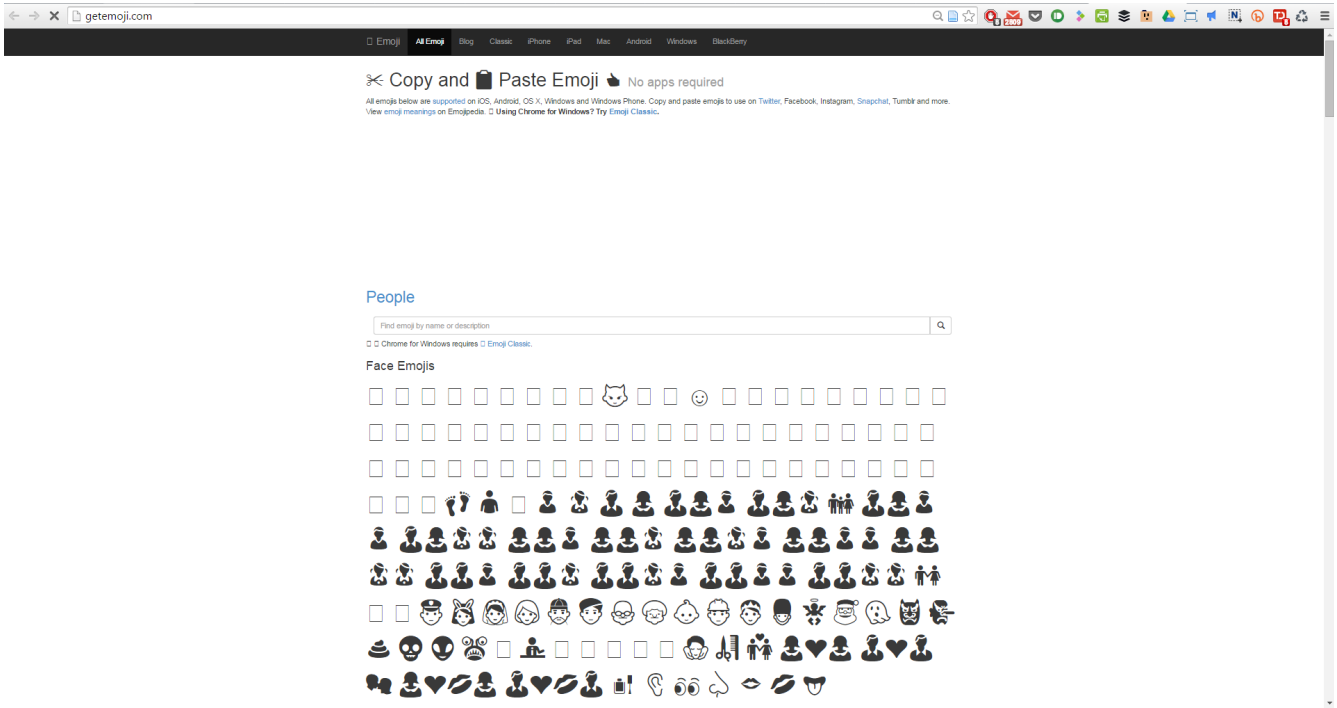
Yves Jeanneret, « L'affaire Sokal : comprendre la trivialité », *Communication et langages*, 1998, numéro 118, p 13-26.

Yves Jeanneret, *Y a-t-il (vraiment) des technologies d'information ?*, Presses Universitaires du Septentrion, 2007

Annexes

Annexe 1 – Get Emoji.....	81
Annexe 2 – Get Emoji Classic.....	82
Annexe 3 – Emojipedia : liste des emoji.....	83
Annexe 4 – Différence d'affichage entre Microsoft Word (2013) et LibreOffice (2015).....	84
Annexe 5 – Ajout d'un nouveau clavier sur iPhone.....	85
Annexe 6 – Support Apple “Utilisation de caractères Emoji (émoticônes) sur votre iPhone, iPad et iPod touch”	86
Annexe 7 – GitHub 4Lang/4 – Sample code.....	87
Annexe 8 – Keymoji.....	88
Annexe 9 - apps.timwhitlock.info.....	89
Annexe 10 – Emoji d'Apple sur Whatsapp.....	90
Annexe 11 – Emoji les plus récents	91
Annexe 12 – Communiqué de presse de Chevrolet.....	92

Annexe 1 – Get Emoji (capture d'écran – 15/07/2015)



Annexe 2 – Get Emoji Classic (capture d'écran – 27/09/2015)

Copy and Paste Emojis 🖱️ Classic

This is the classic version of Get Emoji, showing backward-compatible emojis that work in all Windows 7 browsers, older versions of Android, and on Chrome for Windows 7, 8, and 10. These emojis will show in black and white on older systems, but will be converted to color when viewed by a recipient with a system that supports color emoji. Switch to regular emoji to view [all new emojis](#).

People Emoji

Find emojis by name or description



Try Audible today to get two free Audiobooks of your choice

Faces Emoji



Cat Faces Emoji



Other Faces Emoji




Misc Emoji



Clothes and Accessories Emoji



Annexe 3 – Emojipedia : liste des emoji (capture d'écran – 27/09/2015)



[People](#) [Nature](#) [Food & Drink](#) [Celebration](#) [Activity](#) [Travel & Places](#) [Flags](#) [Objects & Symbols](#) [Modifiers](#)

People

- [Grinning Face](#)
- [Grinning Face With Smiling Eyes](#)
- [Face With Tears of Joy](#)
- [Smiling Face With Open Mouth](#)
- [Smiling Face With Open Mouth and Smiling Eyes](#)
- [Smiling Face With Open Mouth and Cold Sweat](#)
- [Smiling Face With Open Mouth and Tightly-Closed Eyes](#)
- [Winking Face](#)
- [Smiling Face With Smiling Eyes](#)
- [Face Savouring Delicious Food](#)
- [Smiling Face With Sunglasses](#)
- [Smiling Face With Heart-Shaped Eyes](#)
- [Face Throwing a Kiss](#)
- [Kissing Face](#)
- [Kissing Face With Smiling Eyes](#)
- [Kissing Face With Closed Eyes](#)
- [White Smiling Face](#)
- [Slightly Smiling Face](#)
- [Hugging Face](#)
- [Smiling Face With Halo](#)
- [Thinking Face](#)
- [Neutral Face](#)
- [Expressionless Face](#)
- [Face Without Mouth](#)
- [Face With Rolling Eyes](#)
- [Smirking Face](#)
- [Persevering Face](#)
- [Disappointed but Relieved Face](#)
- [Face With Open Mouth](#)
- [Zipper-Mouth Face](#)
- [Hushed Face](#)

Categories

- [People](#)
- [Nature](#)
- [Food & Drink](#)
- [Celebration](#)
- [Activity](#)
- [Travel & Places](#)
- [Flags](#)
- [Objects & Symbols](#)
- [Modifiers](#)

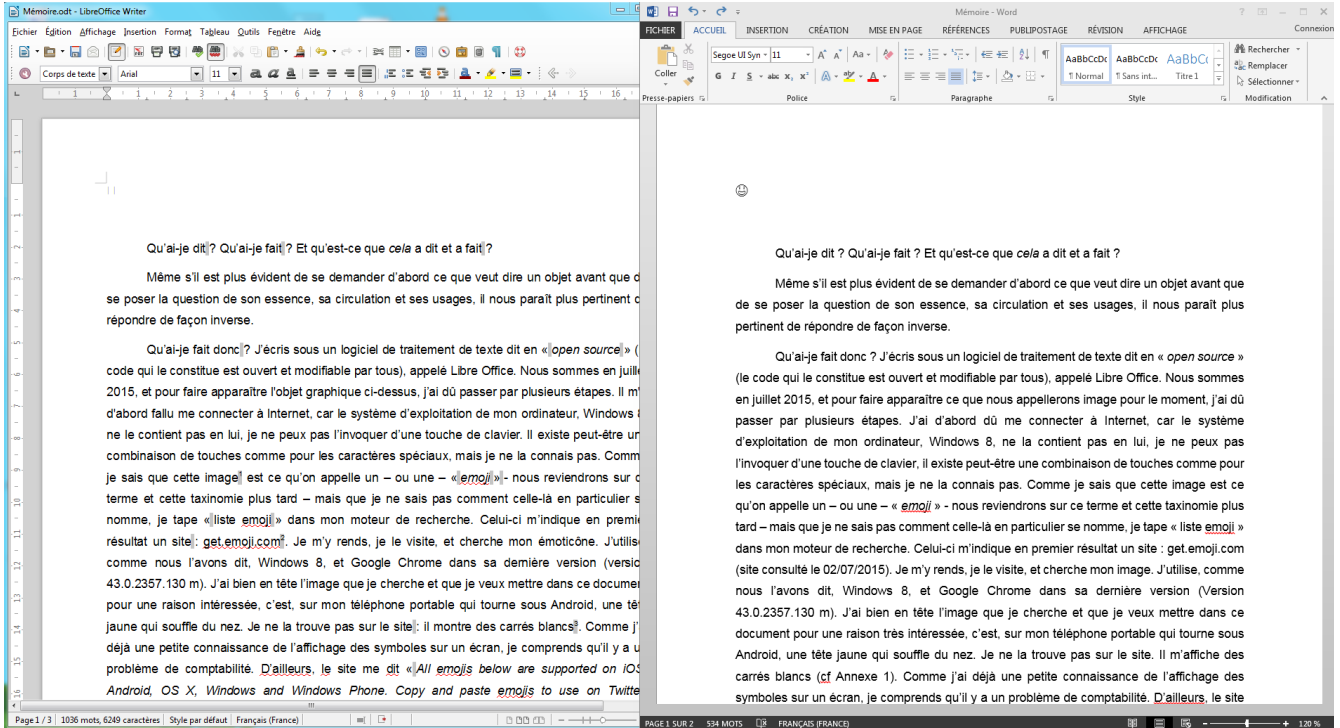
Most Popular

- [Reversed Hand With Middle Finger Extended](#)
- [Glowing Star](#)
- [Face With Tears of Joy](#)
- [Money Bag](#)
- [Grimacing Face](#)
- [Raised Hand With Part Between Middle and Ring Fingers](#)
- [Smirking Face](#)
- [Heavy Black Heart](#)
- [Smiling Face With Heart-Shaped Eyes](#)

Latest News

- [LG G4 beats Apple to Unicode 7](#)
- [iOS 9 Emoji Changelog](#)
- [iOS 9.1 includes new emojis](#)
- [Farewell, ads](#)
- [Samsung, Facebook, Emoji One](#)
- [Dude, where's my gavel?](#)
- [Unicode 9 Emoji Updates](#)
- [Windows 10 Emoji Changelog](#)

Annexe 4 – Différence d'affichage entre Microsoft Word (2013) et LibreOffice (2015) (04/27/2015)



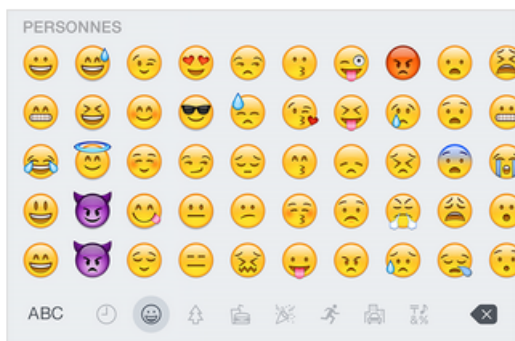
Annexe 5 – Ajout d'un nouveau clavier sur iPhone (capture d'écran- 23/09/2015)



Annexe 6 – Support Apple “Utilisation de caractères Emoji (émoticônes) sur votre iPhone, iPad et iPod touch” [En ligne] <https://support.apple.com/fr-fr/HT202332> (consulté le 27/08/2015)

Accès au clavier Emoji

Le clavier Emoji est accessible depuis toute application utilisant le clavier standard. Touchez un champ de texte, puis l'icône 😊. Si plusieurs claviers sont activés sur votre appareil, maintenez votre doigt sur l'icône 🌐, puis sélectionnez Emoji.



Annexe 7 – GitHub 4Lang/4 – Sample code [En ligne]

https://github.com/4Lang/4/blob/master/sample_code/4c/bubblesort.4c consulté le 27/08/2015)

FourMan on 8 Jul fixed if token and created 4c file with ascii ids
1 contributor

14 lines (12 sloc) | 0.632 kB

Raw Blame History

```

1  
2
3  
4   holding variable
5   set flag to true to begin first pass
6
7  
8  
9  
10 
11  swap elements
12 
13 
14  shows a swap occurred
    
```

Annexe 8 – Keymoji [En ligne] <http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/21862/1/the-keymoji-app-autocorrects-your-text-messages-into-emoji> (consulté le 28/08/2015)



Emoji Unicode Tables























































The following tables show commonly-supported Emoji that map to standardized Unicode characters.

The additional sections refer to symbols that have no mapping to Japanese mobile carriers in Unicode's [EmojiSources.txt](#)

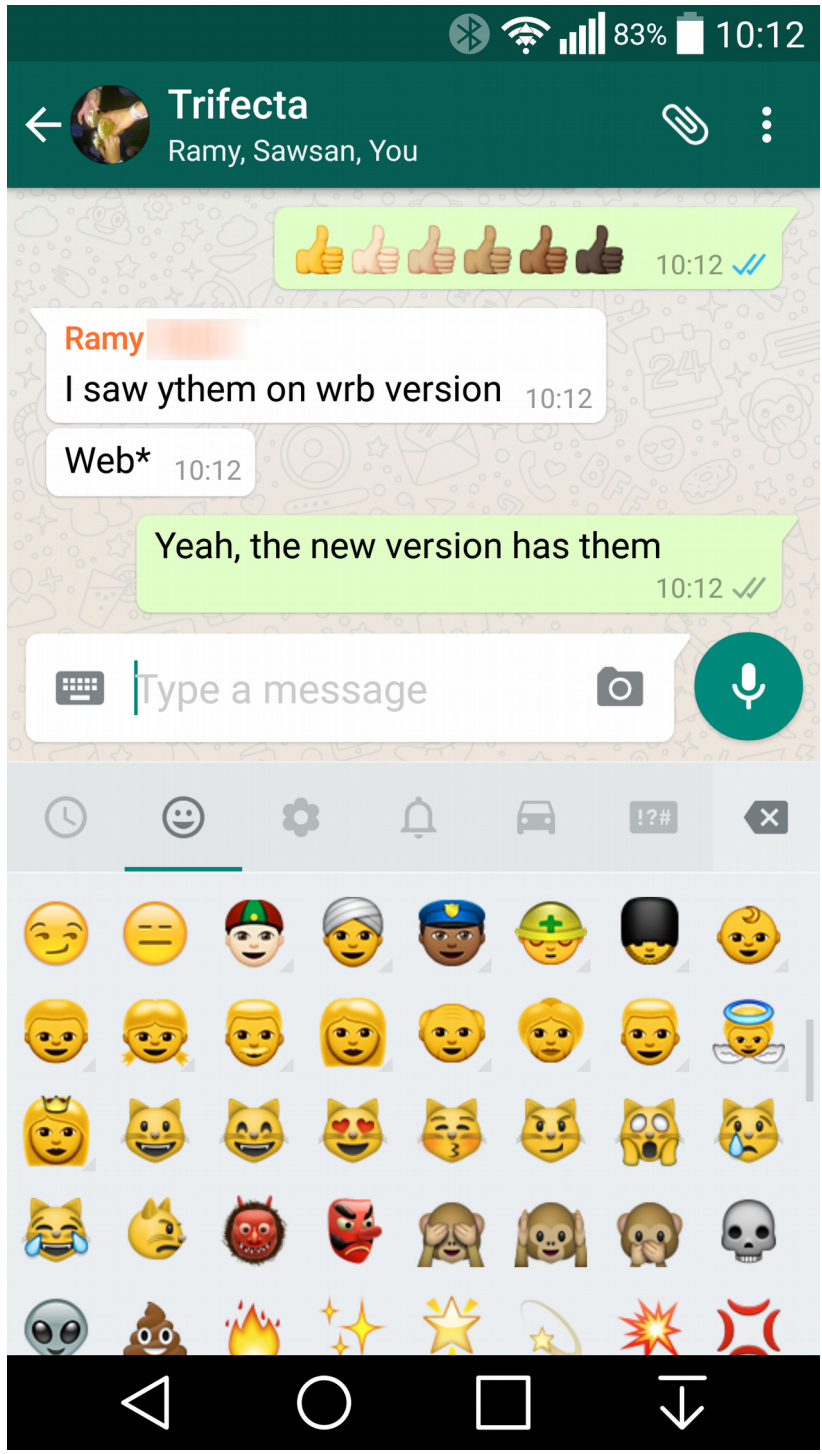
1. Emoticons
2. Dingbats
3. Transport and map symbols
4. Enclosed characters
5. Uncategorized
- 6a. Additional emoticons
- 6b. Additional transport and map symbols
- 6c. Other additional symbols

1. Emoticons (1F601 - 1F64F)

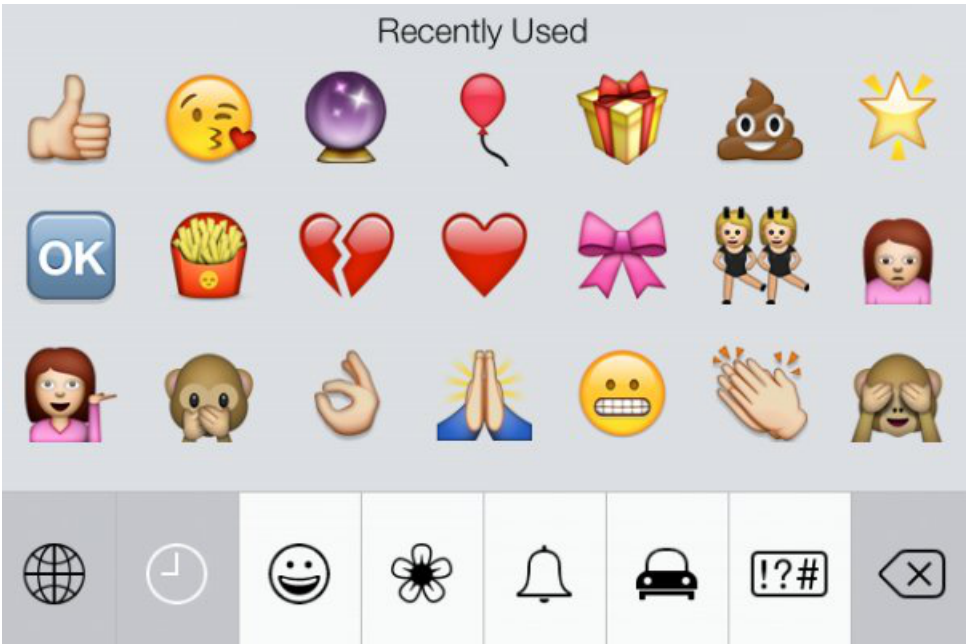
[Back to top](#)

Native ^[1]	Apple ^[2]	Android ^[3]	Android ^[3]	Symbola ^[4]	Twitter ^[5]	Phantom ^[6]	Unicode	Bytes (UTF-8)	Description
☺							U+1F601	\xF0\x9F\x98\x81	grinning face with smiling eyes
☻							U+1F602	\xF0\x9F\x98\x82	face with tears of joy
☺							U+1F603	\xF0\x9F\x98\x83	smiling face with open mouth
☺							U+1F604	\xF0\x9F\x98\x84	smiling face with open mouth and smiling eyes
☺							U+1F605	\xF0\x9F\x98\x85	smiling face with open mouth and cold sweat
☺							U+1F606	\xF0\x9F\x98\x86	smiling face with open mouth and tightly-closed eyes
☺							U+1F609	\xF0\x9F\x98\x89	winking face
☺							U+1F60A	\xF0\x9F\x98\x8A	smiling face with smiling eyes
☺							U+1F60B	\xF0\x9F\x98\x8B	face savouring delicious food

Annexe 10 – *Emoji* d'Apple sur Whatsapp (caputre d'écran – 27/09/2105)



Annexe 11 – *Emoji* les plus récents (capture d'écran – 26/09/2015)



Résumé :

Que dit-on lorsque l'on emploie un *emoji*, que peut-on dire, et qu'est-ce que l'*emoji* dit ? Ce mémoire a pour but d'analyser les multiples enjeux qui gravitent autour d'un objet infra-ordinaire. Il défend l'idée que les *emoji* sont au centre de problématiques cruciales, ainsi que d'imaginaires puissants. Il s'interroge sur l'aspect « langagier » des *emoji* : pourquoi sont-ils définis tour à tour comme mort de la langue, langue à part entière, dialecte... Et comment peut-on s'interroger sur ce statut, quels sont les éléments qui permettent réfléchir l'*emoji* en tant que langue ou langage.

Ces éléments sont d'abord la construction et l'organisation des *emoji* qui suivent celui d'un alphabet latin, une taxinomie qui range des caractères. Ce sont aussi les usages qui font des *emoji* un candidat pour être langue : qu'ils soient utilisés comme un langage de programmation ou comme un complément à une langue trouvée inaptes à couvrir en totalité la communication électronique. L'aspect technique comme l'aspect social des *emoji* poussent alors à les investir d'un fantasme non seulement de langue, mais de langue universelle, démocratique, universelle et performative, une langue parfaite.

Pour autant, une analyse bien plus proche de chaque *emoji* montre que ce sont des objets instables et dépendant de circonstances extérieures : plateformes, marques, temporalité... Qui sont le résultat d'une corrélation d'enjeux aussi bien entre acteurs privés qu'entre pays et cultures. Cela donne lieu à un troisième enjeu, un enjeu communicationnel, qui vient boucler le début du travail en nuancant les fantasmes avancés auparavant.

Mot-clefs :

emoji,

mobile

communication non verbale

communication informatisée

standardisation

code informatique

circulation

langage