



HAL
open science

Des LOL et des MDR : de la publicisation du corps émotionné dans la communication électronique

Yosra Ghliiss

► **To cite this version:**

Yosra Ghliiss. Des LOL et des MDR : de la publicisation du corps émotionné dans la communication électronique. Fabien Liénard & Sami Zlitni Médias numériques et communication électronique: actes du colloque international organisé au Havre, les 1er, 2 et 3 juin 2016, KLOG, p 867-876, 2016. hal-01675933

HAL Id: hal-01675933

<https://hal.science/hal-01675933>

Submitted on 4 Jan 2018

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

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

Des *LOL* et des *MDR* : de la publicisation du corps émotionné dans la communication électronique

Yosra GHLISS

Praxiling UMR 5267-CNRS/ ITIC _ Université Paul Valéry

Monpellier III

FRANCE

Introduction

L'avènement de la communication SMS depuis presque deux décennies a fait couler beaucoup d'encre. Entre d'un côté, l'engouement des chercheurs qui observent d'un œil admiratif la « créativité » lexicale que cette communication a engendrée et d'un autre côté les puristes de la langue qui s'alarment contre cette pratique discursive qui « maltraite » l'orthographe. Que l'on adopte une attitude enthousiaste ou critique, on ne peut nier le fait que les SMS- tout comme les autres formes de discours électronique ou numérique- ont fait émerger un nouveau lexique renouvelant ainsi notre rapport à la langue et à la communication écrite mais aussi actualisant notre perception de l'identité électronique et ainsi notre rapport à l'autre.

Je propose ici d'interroger l'identité électronique en convoquant les notions de « corps » « émotion » et « discours » pour les confronter au cadre de la communication électronique. Notons que « corps » « émotion » et « discours électronique » seront à considérer comme des pôles structurant l'identité qui se manifeste à travers l'expression des affects. Ma réflexion se donnera pour objectif de discuter la notion d'« émoticonne » comme l'élément le plus parlant en termes de communication électronique des émotions. Si cette notion est plus connue sous sa forme iconographique avec les smileys ou plus récemment, dans sa forme figée, les émojis, on soulignera ici qu'elle peut être appréhendée sous une forme verbale. À travers donc l'analyse des différentes caractéristiques de la communication SMS, je chercherai à montrer comment les usagers déploient différentes compétences linguistiques leur permettant d'assurer la réussite de leur échange. L'enjeu étant de souligner comment la communication des émotions s'effectue et comment on construit discursivement ses propres émois. Je m'appuierai ensuite sur la notion d'émoticonne afin d'en vérifier la pertinence et celle des émoticonnes verbales (appelée aussi émotimot) : l'expérience ayant démontré que la représentation des affects se reconnaît à travers le matériau sémiotique mais aussi verbal d'où l'hypothèse de la notion des émoticonnes verbales.

1. De quelques caractéristiques de la communication SMS

1.1. Les études sur les SMS

Les dernières années ont été marquées par un intérêt scientifique croissant des différents modes de communication électroniques et particulièrement des SMS. On mentionnera toutefois la grande ambiguïté que celle de définir et/ou de catégoriser le discours SMS entre CMO (Anis 1999), eSMS (Panckhurst, 2010), CéMo (Cougnon & François, 2011), CMT (Laroussi&Liénard, 2008), etc. Le débat reste néanmoins ouvert et aucune catégorie ne semble empiéter sur les autres. Cette étude a comme corpus *88milSMS* (Panckhurst et al, 2014). Il s'agit d'un grand corpus de SMS authentiques recueillis auprès du grand public dans la région de Montpellier, il est désormais disponible en ligne et téléchargeable gratuitement (cf. 88milSMS : <http://88milSMS.huma-num.fr/>). A partir de cette base de données, des observations fines ont déjà été lancées scrutant ainsi les différentes propriétés discursives de cette communication.

1.2 Les SMS, des instances discursives saturées en affectivité

En linguistique, les SMS ont rarement été appréhendés comme des productions discursives à part entière, de telle sorte qu'ils puissent se présenter comme des corpus pour l'analyse de discours (désormais AD), et c'est d'ailleurs là peut-être l'un des facteurs qui les a peu à peu cristallisés comme des objets d'études très souvent relégués à deux approches : TAL (traitement automatique des langues) ou sociolinguistiques. Fort heureusement, les choses ont évolué depuis peu ; je soulignerai par ailleurs quelques récents travaux en AD qui ont articulé le corpus SMS avec les aspirations énonciatives notamment avec les travaux de Détrie (2015) sur les formes d'adresse ou encore le curieux usage de « l'insultemot doux » (Détrie & Verine, 2015) qui souligne le caractère spontané de la conversation par SMS. Parallèlement, en analysant les segments métadiscursifs, Verine (2015) atteste que les discours SMS sont globalement à très forte charge affective, qu'ils répondent certes à un besoin informationnel (celle de s'échanger des données utiles), mais que les textos servent aussi (et surtout) à répondre à un autre besoin, celui de maintenir un lien phatique, un simple désir de rester « en contact » avec l'autre. Ce désir se manifeste à travers un partage, qui se fait presque d'une manière spontanée, des petits émois du quotidien. Étonnant donc de constater que malgré les différentes contraintes, liées au genre SMS – à savoir la quasi-synchronie ou l'absence du face à face-, les SMS puissent quand même assurer une attractivité pour l'expression et le partage des émotions. Ainsi, je m'attarderai sur les formes que peut prendre l'inscription discursive des affects dans le contexte de la communication électronique.

2. Des émoticônes aux « émotimots »

2.1. Les émoticônes classiques ou les « smileys »

Le terme *émoticône* est une combinaison lexicale des mots « « émotion » et « icône », cette origine étymologique lui confère le rôle de l'expression des émotions. Or, cette expression se déploie principalement sous une forme iconographique qui vient représenter d'une manière schématique les mimiques

faciales (Marccocia 2000). Ainsi, de part leur caractère descriptif du corps, les émoticônes participent à la publicisation du corps et notamment le corps émotionné avec des représentations de visage joyeux, colérique ou triste. Martin-Juchat (2008) parle de « corps éprouvé », mais on peut trouver aussi d'autres parties du corps qui sont représentées comme le cœur, pour l'expression de l'amour ou les mains, pour l'applaudissement en guise de félicitation. La symbolique déployée dans chaque émoticône vient appuyer un travail de construction de sens et une volonté de voiler cette absence du face à face en créant une illusion de proximité voire de feindre une sorte de présence électronique.

Or, il a été montré à maintes reprises (voir Marccocia 2000, 2004 ; Lardellier & Liénard, 2014) que les émoticônes ne font pas que « schématiser » le corps, elles participent activement à la dynamique intersubjective et leur emploi semble être parfois une nécessité à l'intercompréhension dans un échange de communication électronique. Leurs poids discursif conduit même à considérer si ces émoticônes ne sont pas, dans quelques cas, équivalent à celui des mots. Dès 1999, Jacques Anis, a souligné une certaine similarité de fonctionnement entre par exemple le smileys du sourire « ☺ » et l'acronyme LOL. Me situant dans la continuité de cette idée, j'é mets l'hypothèse que les unités iconographiques et verbales peuvent assurer la même fonction pragmatique et converger vers une même finalité.

L'hypothèse à travers ce travail interroge la notion même d'émoticône : et si les émoticônes n'étaient pas que d'ordre iconographique ? Et s'il était possible d'en concevoir d'autres sous forme verbale ? Dans ce travail, les émoticônes seront à appréhender non pas comme une catégorie fixe mais comme une entrée, une piste de réflexion pour approcher la problématique de l'expression de soi, de ses affects, de son corps et donc de son identité dans le cadre d'une communication électronique.

2.2. Les émoticônes verbales dites « émotimots »

L'idée d'appréhender des « mots » comme des émoticônes n'est pas très répandue dans les travaux en linguistique et pourtant elle n'est pas si innovante en soi. Dans un article publié en 2013, Bottineau abordait cette question des émoticônes verbales en s'appuyant sur la plasticité du terme « émoticône ». Il en va même à créer un néologisme et suggère le mot « émotimot » :

On considèrera (...) que les émotimots et émotiphases sont des unités verbales de production d'un effet à la fois émotionnel et interactif, et que leur forme s'échelonne de l'interjection à la phrase figée.

Bottineau (2013 : 100)

Il désigne donc par ce néologisme, un ensemble hétérogène de mots (voire parfois de phrases) censés véhiculer des états affectifs. Par ailleurs, pour reprendre l'expression de Bouchard (2000), on peut considérer les *émotimots*

comme *les petits mots des émotions* dont les locuteurs usent pour mettre en scène et en discours leurs émotions dans leurs conversations quotidiennes.

Ainsi, en empruntant ce concept et en le transposant au cadre méthodologique de la communication par SMS, l'on se rend compte que les usagers de textos utilisent abondamment des « *émotivots* ». Il est assez frappant en effet de remarquer la grande fréquence des unités verbales à effet émotionnel (par exemple snif, arf, ptdr, etc.) relevée dans le corpus 88milSMS. Pour cette étude, j'examinerai particulièrement deux *émotivots* : LOL et MDR. A l'issue de l'analyse de leur comportement discursif dans les textos, je chercherai à mettre en exergue en quoi ces deux *émotivots* participent à la publicisation du « corps ému » au sens de Martin-Juchat (2008).

3. Les *émotivots* comme des unités de la publicisation du corps émotionné

3.1 Quelques caractéristiques de LOL et MDR

Les acronymes LOL et MDR ont pour sens premier la description d'un geste paraverbal, celui du rire. Tous deux se présentent comme des formes d'auto-référencement du (corps du) locuteur. Rappelons que l'acronyme « mdr » signifie littéralement « mort de rire » et qu'il envoie d'une manière presque naturelle au sujet parlant, ainsi un texto dont l'objet est « MDR » signifierait « [je suis] mort de rire ». Si toutefois, l'acronyme vise un autre sujet que le locuteur-lui même, ce dernier se trouvera obligé de le signaler en ajoutant un sujet, exemple : « Il était mdr ». Quant à l'acronyme « lol », l'étymologie est relativement moins fixe, l'on trouve ainsi deux significations « laughing out loud » (rire à haute voix) ou « lot of laughs » (beaucoup de rire). Même si la tendance actuelle bascule pour la première signification, l'on soulignera que, dans les deux cas, tout comme MDR, LOL renvoie au sujet parlant, et que son emploi à lui seul, suppose le rire du locuteur. Ce statut métadiscursif rappelle étrangement celui des émoticônes classiques, ce qui conforterait d'avantage l'hypothèse des émoticônes verbales au vu de leur similarité avec leurs voisines de formes iconographiques.

Après un travail de recensement des deux *émotivots*, j'ai pu relever, sur l'ensemble du corpus 88milSMS, 30183 occurrences de LOL et 29187 occurrences de MDR. En d'autres termes, presque deux tiers du corpus est submergé par ces deux acronymes. Comment interpréter cette fréquence ? Cela signifie-t-il que nous ne faisons qu'échanger des rires dans nos SMS ? La grande fréquence de lol et mdr répond en effet à un réel besoin communicatif qu'il serait intéressant d'esquisser dans cette étude.

3.2 Les LOL et les MDR comme moyen de publicisation du corps émotionné ?

Le travail d'analyse déjà entamé sur ces *émotivots* a permis d'en relever deux principales fonctions génériques.

D'une part, LOL et MDR remplissent pleinement leur rôle descriptif à savoir la sémiotisation du rire. En effet, l'on trouve assez fréquemment leur emploi avec caractère redoublé ; on soulignera par exemple que, plus le « r » de mdr est répété plus le rire mis en scène est intensifié et donc l'on exprime mieux son état d'hilarité. Même observation pour l'émotivot LOL qui se voit tantôt répété la voyelle « O », ce qui s'interpréterait comme un allongement vocalique du lol, tantôt la répétition de la consonne « L », ce qui sera plutôt renvoyé à l'état du scripteur pendant le textotage (Ghiss & Vérine, à paraître) ce que André (2014) appelle « la frénésie du scripteur ». Le phénomène de répétition comme surmarquage émotionnel n'est pas nouveau en soi car il trouve écho dans l'usage des émoticônes où un smileys normalement « ☺ » serait moins intense qu'un smileys avec la parenthèse répété « :))) » ». C'est ainsi que l'on dira que les deux *émotivots* censés sémiotiser le geste paraverbal du rire participent dans ce cas précis à la figuration du corps ému.

D'autre part, on soulignera que dans la majorité des exemples analysés, ce n'est pas le rire en soi qui est mis en scène mais plutôt la symbolique qu'il pourrait avoir, c'est plutôt le fonctionnement pragmatique du (sou)rire dans une interaction donnée qui sera d'avantage ciblé par l'emploi de LOL et MDR. Le sourire et le rire pendant une conversation de face à face viennent généralement répondre à des attentes sociales afin d'exprimer un acquiescement par rapport à une opinion ou simplement afficher qu'on se sente bien avec l'interlocuteur. En ce sens, ils participent au renforcement de la connivence entre les sujets parlants ce qui les classerait comme des procédés de politesse et plus précisément comme des « softners » ou adoucisseurs. Parallèlement, les émoticônes classiques semblent accomplir exactement le même rôle, ce que Marccocia souligne depuis quelques années déjà :

Utiliser un smiley est aussi un moyen de désamorcer le caractère menaçant d'un énoncé. Wilson parle de smileys comme politeness devices » (procédés de politesse)

Marccocia(2000 : 259)

Le recours aux émotivots LOL et MDR comme des procédés adoucisseurs souligne la volonté des scripteurs de dépasser les différentes contraintes liées à la communication électronique, et dans notre cas, à la communication SMS. L'absence du face à face, la quasi-synchronie de l'échange n'ont pas empêché le discours SMS de se présenter comme un discours spontané et familier et dont le contenu renvoie, plus souvent, à des sujets de l'intime où l'on parle de soi, de ses ressentis et de ses expériences vécues. Le textotage se trouvant être comme une activité où l'on exhibe une facette de soi, une instance où l'on partage avec un autre, séparé de nous par l'espace physique, mais avec qui on communique en parfaite harmonie par la parole qu'on met en forme sur un écran de téléphone. L'examen du comportement discursif des émotivots comme LOL et MDR dans un discours de type SMS témoigne certes de la volonté du

scripteur d'inscrire son corps mais surtout son désir de créer une illusion de proximité physique, d'esquisser ce qui se rapprocherait d'une coprésence en dépassant par ailleurs différentes contraintes que pose la communication par SMS. Les émoticônes participent ainsi comme de véritable catalyseur à la construction de soi, ses affects et son corps mais ils contribuent surtout à la construction de la dimension relationnelle et à atteindre l'autre au travers de la parole tracée soigneusement sur un écran de téléphone.

Conclusion

Le déplacement de la perspective classique des émoticônes que j'ai essayé d'esquisser dans ce travail vise à rendre compte de la diversité des phénomènes relevant de la dimension affective dans le discours SMS. L'idée d'aborder l'identité électronique à travers l'expression des affects dans le cadre du discours électronique m'a parue une piste assez riche et ouvre même le débat pour des croisements pluridisciplinaires où l'on aura à faire dialoguer les approches en linguistique, sémiotique et en SIC avec d'autres s'inscrivant plutôt en phénoménologie ou psychologie sociale.

Bibliographie :

André, F. (2014). « Écriture SMS et Phénomènes Phonétiques. Évolution des pratiques scripturales entre 2004 et 2011 », mémoire de Master 2, Sciences du Langage, Discours médiatiques, institutionnels et politiques, Université Paul-Valéry Montpellier 3, co-direction : Rachel Panckhurst et Fabrice Hirsch.

Anis, J. (1998). *Texte et ordinateur, l'écriture réinventée ?* Bruxelles, Université de Boeck.

Bottineau, D. (2013). « OUPS! Les émoticônes, les petits mots des émotions: des acteurs majeurs de la cognition verbale interactive ». *Langue française*, 180(4), 99-112.

Bouchard, R. (2000). « M'enfin!!! Des petits mots pour les petites émotions? ». *Collection éthologie et psychologie des communications*, 223-238.

COUGNON, L.-A., FRANÇOIS, T. 2011. « Étudier l'écrit SMS. Un objectif du projet sms4science ». In Adrian Stähli et al. (dir.) (2011), *La communication par SMS en Suisse. Usages et variétés linguistiques*. Linguistik Online (Themenheft).

Détrie, C., & Verine, B. (2015). « Quand l'insulte se fait mot doux: la violence verbale dans les SMS ». *Miscommunication and Verbal Violence/Du malentendu à la violence verbale/Misskommunikation und verbale Gewalt*, 93, 59-71.

Détrie, C. (2015). « Gentlemanminette d'amour, ma chou, colocounette et autres formes nominales d'adresse dans les SMS: de quelques spécificités liées au genre ». *En tous genres, Normes, textes, médiations*, 43-57.

Lardellier, P., & Liénard, F. (2014). « Des émoticônes à «l'hyper-ception». *Degrés: revue de synthèse à l'orientation sémiologique*, (156), p1-21.

Laroussi, F., & Liénard, F. (2008). « Eléments d'analyse de la communication médiée par téléphone mobile (CMT) de scripteurs plurilingues francoarabes ». In Actes du Colloque international des SIC « Interagir et transmettre, informer et communiquer: quelles valeurs, quelle valorisation (pp. 450-460).

Marcoccia, M. (2000). « Les smileys: une représentation iconique des émotions dans la communication médiatisée par ordinateur ». *Les émotions dans les interactions communicatives*, 249-263.

Marcoccia, M. (2004). « La communication écrite médiatisée par ordinateur: faire du face à face avec de l'écrit ». Journée d'étude sur le traitement automatique des nouvelles formes de communication écrite, 5.

Martin-Juchat, F. (2008). *Le corps et les médias: la chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*. De Boeck Supérieur.

Panckhurst, R., Détrie, C., Lopez, C., Moïse, C., Roche, M., & Verine, B. (2013). Sud4science, de l'acquisition d'un grand corpus de SMS en français à l'analyse de l'écriture SMS. *Épistémè--revue internationale de sciences sociales appliquées*, 9: Des usages numériques aux pratiques scripturales électroniques, (9), p-107.

Panckhurst, R. (2010). « SMS et eSMS : une autre forme de communication électronique médiée ? ». conférence invitée Nov 2010, Toulouse, France.

Verine, B. (2015). « "C pa 1 sms, c 1 roman!!": le SMS est-il interprété comme un genre par ses usagers? ». *En tous genres. Normes, textes, médiations*, 15, 27-41.