Aleph. Langues, Médias et Sociétés Vol. 13, n° 3, juin 2026
ISSN : 2437-1076 · e-ISSN : 2437-0274

ERIHPLUS
EUROPEAN REFERENCE INDEX FOR THE HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

Revue de catégorie B
مجلة مصنفة في الفئة ب

DOAJ
DIRECTORY OF OPEN ACCESS JOURNALS

L'iconisation des émotions sur les réseaux sociaux

أيقنةُ العواطفِ على شبكاتِ التواصلِ الاجتماعي

The iconization of emotions on social networks

Khadija Hakiki et Yamina Taibi-Maghraoui
Environnement Linguistique et Usages de la Langue Française en Algérie - Université Abdel Hamid Ibn Badis - Mostaganem
Avenue Hamadou Hossine, Route Nationale N 11. Kharouba BP. 188, Mostaganem 27000, Algérie.
khadidja.hakiki@univ-mosta.dz
https://orcid.org/0009-0008-1782-112
yamina.taibi@univ-mosta.dz 7
https://orcid.org/0000-0002-6867-5499

Date de réception	Publication numérique	Archivage ASJP
14/12/2025	05/02/2026	19/06/2026

Référence électronique

Khadija Hakiki et Yamina Taibi-Maghraoui, « L'iconisation des émotions sur les réseaux sociaux », Aleph [En ligne], Vol 13 (3) | 2026, mis en ligne le 05 février 2026, consulté le 01 juillet 2026. URL : https://aleph.edinum.org/15837

Référence papier (archivage Asjp)

Khadija Hakiki et Yamina Taibi-Maghraoui, « L'iconisation des émotions sur les réseaux sociaux », Aleph, Vol 13 (3) | 2026, 333-344.

© Auteur(s), 2026. Les auteurs conservent leurs droits. Article diffusé en accès ouvert sous licence Creative Commons Attribution 4.0 International — CC BY 4.0, sauf mention contraire portée sur la page de publication.

Résumé

Cet article présente une étude consacrée à l'iconisation des émotions dans le discours numérique, à partir d'un corpus de publications et de commentaires recueillis sur deux pages Facebook (« Je » et « Chouf-Chouf »). L'objectif est de décrire les formes iconiques mobilisées (émoticônes/emoji) et d'analyser leurs fonctions pragmatiques (intensification, atténuation, connivence, ironie, cadrage évaluatif) dans l'interprétation des messages. À partir d'exemples attestés, l'analyse montre que ces ressources graphiques s'articulent étroitement au co-texte, ponctuent la structuration des énoncés et contribuent à la gestion interactionnelle (prise de position, alignement, clôture).

Mots-clés

Emoticône, emoji, émotion, discours numérique, réseaux sociaux, Facebook

الملخّص يقدّم هذا المقال نتائج دراسة تتناول التعبير عن العواطف من خلال الأيقونات الرقمية، وذلك بالاعتماد على تحليل صفحتين على موقع فيسبوك هما: « Je » و« Chouf-Chouf ». وقد شارك في هذه التجربة اللغوية مستخدمو الإنترنت من فئات عمرية وجنسيات وخلفيات ثقافية مختلفة.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد دور الإيموتيكونات في نقل العواطف على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك. كما نسعى إلى دراسة إسهام هذه الرموز الرسومية في التعبير عن الحالات الانفعالية للمستخدمين والتواصل بها، إضافة إلى تأثيرها في تلقي الرسائل وتأويلها من قبل المتلقين. وتهدف هذه الدراسة التحليلية إلى توضيح الآليات التي تُثري بها الإيموتيكونات التفاعلات الرقمية، وتقييم مدى تأثيرها في جودة ووضوح التفاعلات عبر الإنترنت.

الكلمات المفتاحية

الإيموتيكون، العاطفة، الرقمي، التواصل، فيسبوك

Abstract

This article examines the iconization of emotions in digital discourse through a corpus of posts and comments collected from two public Facebook pages (Je" and "Chouf-Chouf"). It describes the graphic

resources involved (emoticons/emoji) and analyzes their pragmatic functions (intensification, mitigation, alignment, irony, evaluative framing) in message interpretation. The findings suggest that these icons interact tightly with co-text, punctuate utterances, and contribute to interaction management (stance-taking, rapport building, closure).

Keywords

Emoticons, emoji, emotion, digital discourse, social networks, Facebook

Introduction

Dans un contexte de numérisation accélérée, les réseaux sociaux se sont imposés comme des dispositifs centraux de circulation des affects. Ils rendent visibles, partageables et commentables des états émotionnels qui, hors ligne, s'expriment souvent par des indices non verbaux. Cette reconfiguration modifie les conditions de production et d'interprétation des émotions en ligne, notamment par le recours à des ressources iconiques (images, pictogrammes, émoticônes/emoji) qui densifient le sens et contribuent à lever certaines ambiguïtés du texte écrit (Joffe, 2007).

Nous examinons, dans cet article, l'origine et l'évolution du processus d'iconisation des émotions sur la plateforme Facebook, en nous concentrant sur l'usage des émoticônes (emoji) dans la communication numérique. Trois questions structurent l'étude : (1) quelles formes iconiques sont mobilisées et à quelles positions dans l'énoncé ; (2) quelles fonctions pragmatiques remplissent-elles (intensification, atténuation, connivence, ironie, cadrage évaluatif, clôture) ; (3) dans quelle mesure ces indices contribuent-ils à l'interprétation des messages et à la dynamique interactionnelle des commentaires. L'objectif est de décrire des régularités observables et d'en discuter les implications pour l'analyse du discours numérique.

1. Qu'est-ce que le discours numérique ?

Le discours numérique-désormais objet d'étude fondamental en matière des sciences du langage- renvoie à l'utilisation du langage et de la communication dans un contexte numérique, incluant les médias sociaux, les forums en ligne, les messageries instantanées et diverses autres plateformes numériques. (Marcoccia, Analyser la communication numérique écrite, 2016) Ce mode de communication recourt fréquemment à des symboles, des émoticônes, des hashtags, des abréviations et d'autres formes de raccourcis, afin d'optimiser l'efficacité de la communication dans cet environnement digital. (Emerit, 2016)

À ce propos, Paveau (2017) souligne que

> « Le web offre aux discours un espace numérique qui a la particularité de déplacer les rôles de lecteur et de producteur, d'inscrire les discours produits dans des pré-formats contraints par les technologies numériques… ».

Sur le web, les utilisateurs sont à la fois consommateurs et créateurs de contenu. Ces derniers sont, en fait, structurés selon différentes dimensions numériques. À ce titre, le discours numérique fait référence à l'ensemble des communications, conversations et interactions via les technologies numériques.

Il importe de souligner que ces échanges numériques se distinguent par leur immédiateté, leur accessibilité, ainsi que leur aptitude à transcender les barrières géographiques et temporelles. De surcroît, ces interactions sont fréquemment

archivées, offrant ainsi aux internautes la possibilité d'y revenir ultérieurement en cas de besoin. (Marcoccia, 2016)

2. Présentation du corpus

2.1. Terrain, sélection et considérations éthiques

Le corpus mobilisé provient de contenus publics publiés sur Facebook. Les captures d'écran ont été anonymisées (suppression des identifiants et photos de profil) afin de respecter les exigences éthiques de la recherche. Paramètres à documenter pour une version « classe A » : période de collecte [à préciser], taille de l'échantillon [à préciser], critères d'inclusion et d'exclusion [à préciser], modalités de stockage et de traitement des données [à préciser].

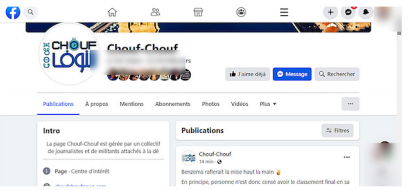
Nous avons choisi d'observer l'expression des émotions au moyen de formes iconiques (émoticônes/emoji) sur deux pages Facebook : « Chouf-Chouf » et « Je ». Ce choix est motivé par la nature sensible des sujets traités et par l'intensité des prises de position qui s'y manifestent. Le corpus est constitué de publications et de commentaires publics (voir les figures 1 à 4).

2.2. Pages retenues et matériau analysé

2.2.1. Page « Chouf-Chouf »

« Chouf-Chouf » constitue la première des deux pages Facebook retenues dans le corpus (voir figures 1 et 3). Nous présentons ci-dessous une capture d'écran anonymisée, puis un exemple de statut assorti de commentaires, afin d'illustrer les formes iconiques mobilisées et leurs fonctions dans l'interaction.

Figure 1. Page Chouf-Chouf, une fenêtre sur l'Intériorité.



Source : Chouf-Chouf, 2022.

« Chouf-Chouf » est une page Facebook créée le 16 janvier 2013. Elle est administrée par un collectif de journalistes engagés en faveur de la démocratie. Les principaux pays ou régions de résidence des administrateurs de cette page sont les suivants : France (3) Algérie (1).

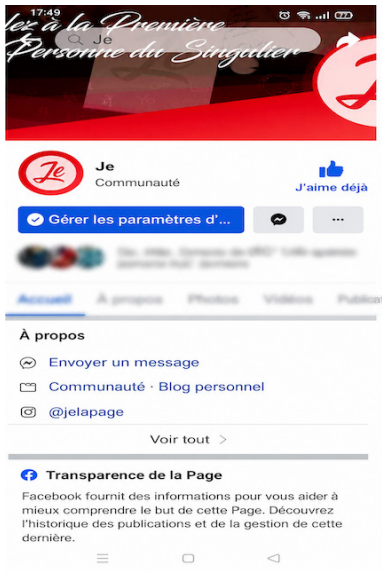
Cette page est classée dans la catégorie des communautés, rassemblant 2,7 millions de personnes qui l'apprécient et 2,4 millions de personnes qui la suivent (abonnés).

2.2.2. Page « Je »

« Je » est une page Facebook inaugurée le 8 novembre 2015. Son principe repose sur l'expression à la première personne du singulier, qui invite les utilisateurs à partager leurs impressions du moment en commençant par « JE ». Classée dans la catégorie des communautés, cette page compte 719 000 personnes qui l'apprécient et 776 000 abonnés qui la suivent.

Dans le cadre de cette étude, nous avons choisi de focaliser notre analyse sur un statut unique, issu de chacune des deux pages sélectionnées, que nous allons exposer ci-dessous.

Figure 2. Page Je, expression publique



Source : Page Je, 2025, page.

3. Méthodologie d'analyse

3.1. Unités d'analyse et procédure de collecte

L'unité d'analyse retenue est l'occurrence d'une forme iconique (émoticône typographique ou emoji) rapportée à son co-texte immédiat (énoncé) et à sa position dans la séquence interactionnelle (publication vs commentaire). Pour une reproductibilité de niveau « revue de classe A », il convient de consigner : (i) la période de collecte, (ii) la méthode d'échantillonnage, (iii) le nombre total de publications et de commentaires analysés, et (iv) les critères d'arrêt de la collecte.

3.2. Grille de codage (proposition)

Chaque occurrence peut être décrite selon une grille minimale : (a) forme (émoticône/emoji), (b) position (initiale/médiane/finale/isolée), (c) polarité affective (positive/négative/ambivalente), (d) fonction pragmatique dominante (intensification, atténuation, ironie, soutien, clôture), (e) relation au co-texte (renforcement, contradiction, disambiguïsation). Cette grille permet de passer d'une description illustrative à une argumentation davantage démonstrative (qualitative et/ou quantitative).

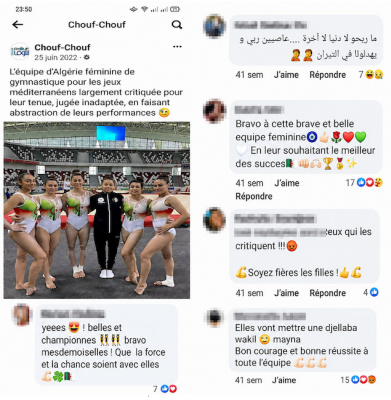
3.3. Limites

L'analyse présentée ici repose sur des exemples représentatifs, mais l'extension du corpus et la documentation des paramètres de collecte sont nécessaires pour consolider la validité externe des conclusions et discuter finement de la variabilité sociolinguistique.

« Je » est une page Facebook inaugurée le 8 novembre 2015. Son principe repose sur l'expression à la première personne du singulier, qui invite les utilisateurs à partager leurs impressions du moment en commençant par «JE». Classée dans la catégorie des communautés, cette page compte 719 000 personnes qui l'apprécient et 776 000 abonnés qui la suivent.

Dans le cadre de cette étude, nous avons choisi de focaliser notre analyse sur un statut unique, issu de chacune des deux pages sélectionnées, que nous allons exposer ci-dessous.

Figure 3. Chouf-Chouf, publication et commentaires



Source : Chouf-Chouf, 2022.

Ce statut, datant du 25 juin 2022 et portant sur l'équipe féminine de gymnastique, se distingue par sa critique de la tenue vestimentaire sportive jugée inappropriée par l'équipe féminine. Cette question a suscité une diversité de réactions émotionnelles chez les commentateurs. L'utilisation finale d'un émoticône dans

ce statut témoigne de l'intensité et de la nuance des sentiments exprimés par les contributeurs, illustrant ainsi l'importance de ces symboles dans la transmission et la compréhension des émotions au sein du dialogue numérique contemporain. (Elouni, 2018).

Figure 4. La page Je, publication et commentaires

Source : Page Je, 2025.

La sélection des exemples présentés ci-dessus montre bien la pluralité et la diversité des émoticônes utilisées dans notre corpus. Ces différentes formes iconiques indiquent divers états émotionnels, tels que l'amour, la colère, la tristesse, la joie ou le rire.

Figure 5. Palette d'émoticônes : répertoire visuel des affects numériques

Source : The Unicode Consortium, Full Emoji List, v. 17.0, consulté en 2026.

Les exemples montrent que ces émoticônes peuvent être insérées à divers endroits de la phrase, qu'ils soient au début, au milieu ou à la fin. Elles s'incorporent harmonieusement au texte, le structurant et ponctuant les différentes séquences syntaxiques avec lesquelles elles interagissent. En outre, elles confèrent aux énoncés une charge émotionnelle intense.

Dans le premier statut de la page « Chouf-Chouf », les émoticônes sont variées, dont l'émoticône du biceps contracté, reprise par de nombreux internautes. Cet émoticône symbolise la force et l'encouragement envers cette équipe féminine.

Quant au deuxième statut de la page « JE », il revêt un ton plutôt humoristique, se concluant par « XD », un émoticône de base composé des lettres X et D, que l'on peut percevoir verticalement comme un grand éclat de rire. De même, les commentaires sont presque tous empreints d'humour, les internautes rassurant l'auteur du statut en utilisant l'émoticône du rire aux larmes, ce qui indique un rire intense.

4. Pourquoi utiliser des émoticônes dans la communication en ligne ?

Dans cette perspective, nous nous appuierons sur les diverses théories relatives à l'usage des émoticônes dans la communication numérique. Nous évoquerons tout d'abord la théorie de la communication non verbale, qui décrit les émoticônes comme des outils capables de transmettre des émotions et des intentions impossibles à exprimer dans les messages écrits traditionnels. (Abric, 2019). En effet, ces éléments graphiques sont parfois utilisés pour atténuer les ambiguïtés inhérentes aux messages textuels. Selon cette théorie, les émoticônes se greffent aux messages écrits afin de prévenir toute confusion ou tout malentendu. (Ali 2024).

En revanche, la théorie de l'expression de soi souligne que les émoticônes reflètent les sentiments de l'expéditeur, révélant ainsi son état d'esprit et son humeur. De plus, la théorie de la norme sociale soutient que l'usage des émoticônes en ligne témoigne de la capacité de l'expéditeur à communiquer de manière appropriée dans un contexte donné, facilitant ainsi la compréhension mutuelle entre les internautes. (Cherbonnier, 2021).

4.1. Les émoticônes dans la culture populaire

En ce qui concerne la langue, les émoticônes peuvent être utilisées dans toutes les langues, car elles ne sont liées à aucune langue en particulier. (Straker) Cependant, leur signification peut varier selon la culture et le contexte, il conviendrait d'être prudent lors de leur utilisation afin d'éviter toute confusion ou tout malentendu. Par exemple, un émoticône qui est couramment utilisée dans une culture pour exprimer la joie peut être mal interprété dans une autre culture où elle a une signification différente.

La compréhension des émoticônes dépend souvent du contexte et de la culture. Dans certaines cultures, certains émoticônes peuvent être plus couramment utilisées ou avoir une signification différente de celle des autres cultures. Il existe cependant certains émoticônes qui sont universellement reconnus, tels que le sourire :) pour représenter la joie, et celui-là pour représenter la tristesse : (.

Les émoticônes sont souvent utilisées pour ajouter une touche d'émotion ou de sentiment à un message textuel, mais elles peuvent également être utilisées pour clarifier le ton ou l'intention derrière un message.

Les émoticônes peuvent également se substituer aux messages textuels, l'utilisation d'une émoticône seule peut remplacer une ou plusieurs phrases avec la même signification, comme le montre l'exemple plus bas.

Par exemple, l'émoticône « 👌 » est couramment utilisé dans certaines cultures pour exprimer l'approbation ou le fait que quelque chose est «ok», tandis que dans d'autres cultures, elle peut être considérée comme offensante ou vulgaire.

De plus, certaines cultures ont développé des émoticônes spécifiques qui ne sont pas largement utilisés dans d'autres cultures. Par exemple, les émoticônes «^^» et «^^ ;» sont couramment utilisées au Japon pour représenter un visage souriant, tandis qu'elles ne sont pas aussi répandues dans d'autres cultures.

4.2. L'avenir des émoticônes

Les émoticônes sont désormais une composante essentielle de la communication en ligne, et leur utilisation est appelée à se développer davantage à l'avenir.

Cependant, l'avenir des émoticônes pourrait également inclure des évolutions intéressantes, telles que l'introduction d'émoticônes en 3D, qui pourraient donner une dimension plus réaliste à la communication en ligne. De plus, avec le développement technologique, de nouveaux émoticônes peuvent être crées afin de refléter les tendances, les personnalités et leur identité, les cultures, les langues et pourquoi pas les dialectes.

En définitive, les émoticônes continueront probablement d'être un élément important de la communication en ligne, et leur évolution dépendra des développements technologiques et des tendances culturelles en constante évolution.

Conclusion

L'expression des émotions dans les environnements numériques renvoie à la relation polysémiotique des locuteurs au discours. Ces échanges doivent être envisagés comme décloisonnés, transcendant les distinctions traditionnelles entre l'oral et l'écrit que l'on observe hors ligne. En l'absence de communication en face à face, il devient nécessaire de verbaliser ce qui, autrement, resterait implicite. Les internautes disposent pour cela d'une panoplie d'outils leur permettant de transmettre des nuances émotionnelles et contextuelles complexes, enrichissant ainsi la communication numérique d'une dimension affective souvent absente des interactions purement textuelles.

Bibliographie

Marcoccia, M. . (2016). *Analyser la communication numérique écrite.* Paris: Armand Colin.

Paveau, M.-A. (2017). *L'analyse du discours numérique : Dictionnaire des formes et des pratiques*. Paris: Hermann.

Abric, J.-C. . (2019). *Psychologie de la communication : Théories et méthodes* (1ere). Paris, France: Dunod.

Cherbonnier, A. . (2021). *La reconnaissance des émotions à partir d'émoticônes graphiques : Des recherches expérimentales à l'étude des usages sur une webradio* (Thèse de Doctorat). Université Rennes 2, Rennes.

Berkane, . M. A. (2024). Émoticônes et communication numérique : Analyse sémiologique comparative de trois symboles émotionnels. *Revue Al Mi'yar* (مجلة المعيار).

Emerit, L. . (2016). La notion de lieu de corpus : un nouvel outil pour l'étude des terrains numériques en linguistique. *Corela (Cognition, Représentation, Langage)*, 141(1).