

LE GIF, OUTIL D'ICONISATION DU DISCOURS SUR TWITTER

O GIF, UMA FERRAMENTA PARA ICONIZAR O DISCURSO NO TWITTER

THE GIF, A TOOL FOR ICONISING THE DISCOURSE ON TWITTER

Marie-Anne Paveau*

Université Sorbonne Paris Nord-Paris 13

RÉSUMÉ: Cet article porte sur l'iconisation du discours en contexte numérique natif, à partir de l'usage du gif sur la plateforme Twitter en français. Il défend l'hypothèse d'une intégration syntaxique et énonciative du gif dans les tweets, qui ont de ce fait le statut de technographismes, dans lesquels l'ordre verbal et l'ordre iconique ne sont plus distincts mais articulés dans un élément composite. À partir d'une série d'exemples de tweets avec gifs fixes ou animés, je montre que le gif est au cœur d'une iconisation de l'énonciation qui a des implications théoriques et méthodologiques dans le travail de l'analyse du discours.

MOTS CLÉS: Composition. Gif. Iconisation du discours. Iconisation énonciative. Technographisme.

RESUMO: Este artigo focaliza a iconização do discurso em um contexto digital nativo, baseado no uso do gif na plataforma francesa Twitter. Ele defende a hipótese de uma integração sintática e enunciativa do gif em tweets, que assim têm o status de tecnografismos, em que a ordem verbal e a ordem icônica não são mais distintas, mas articuladas em um elemento composto. Utilizando uma série de exemplos de tuítes com gifs fixos ou animados, mostro que o gif está no centro de uma iconização da enunciação que tem implicações teóricas e metodológicas no trabalho da análise do discurso.

PALAVRAS-CHAVE: Composição. Gif. Iconização do discurso. Iconização enunciativa. Tecnographismo.

ABSTRACT: This article focuses on the iconisation of discourse in a native digital context, based on the use of gif on the French Twitter platform. It defends the hypothesis of a syntactic and enunciative integration of the gif in tweets, which thus have the status of technographisms, in which the verbal order and the iconic order are no longer distinct but articulated in a composite element. Using a series of examples of tweets with fixed or animated gifs, I show that the gif is at the heart of an iconisation of enunciation that has theoretical and methodological implications in the work of discourse analysis.

KEYWORDS: Composition. Gif. Enunciative iconisation. Iconisation of discourse. Technographics.

1 INTRODUCTION

Dans cet article, je propose de continuer l'exploration de l'iconisation du discours dans les énoncés numériques natifs proposée dans *L'analyse du discours numérique* (PAVEAU, 2017), en me penchant plus particulièrement sur l'utilisation du gif (format d'image compressé) sur les réseaux sociaux du web 2.0.

Je définis l'iconisation du discours comme un processus de production de sens dans lequel l'image joue un rôle important, voire dominant, car elle pilote le sens des énoncés, dans le cadre d'une énonciation matérielle visuelle nativement numérique. Le gif me semble avoir une place notable dans le processus d'iconisation, constituant un segment signifiant qui s'intègre à la syntaxe des technodiscours¹. L'exemple suivant² montre de manière plaisante à quel point il est partie intégrante de la rédaction sur Twitter, le a rédacteur.trice expliquant qu'elle renonce à rédiger un tweet quand elle n'a pas trouvé le gif approprié :



Figure 1: The "appropriate gif"

Source: @celestalon

Il existe encore très peu d'études en sciences du langage en France sur le gif, et elles le considèrent sous un angle essentiellement sémiotique, comme une unité de sens et de communication "grapho-sémiotique", dotée d'une dynamique sémantique, d'un "contenu cognitivo-affectif" qui produirait son "propre système de signification" (WAGENER, 2020). Chez les développeur.e.s et de manière plus générale les spécialistes de la communication numérique, le gif est souvent qualifié de "nouveau langage" ou de "nouveau mode de communication" (TRIHN-BOUVIER, 2015). Cette lecture, sur laquelle je reviendrai, maintient une altérité entre les éléments verbaux et les éléments iconiques, et reconduit le binarisme qui distingue les éléments linguistiques des éléments non linguistiques, binarisme qui empêche selon moi de rendre compte des discours numériques natifs: au contraire, leur compréhension suppose que l'on pense des énoncés hybrides, composites, sans pureté langagière, dans lesquelles différents ordres s'imbriquent (langagier, technologique, iconique, sonore).

¹ Je rappelle la définition du technodiscours: il s'agit d'une production discursive numérique native, issue d'une technologie discursive définie comme "l'ensemble des processus de mise en discours de la langue dans un environnement technologique. C'est un dispositif au sein duquel la production discursive est intrinsèquement liée à des outils technologiques en ligne ou hors ligne (ordinateurs, téléphones, tablettes, logiciels, applications, sites, blogs, réseaux, plateformes)" (PAVEAU, 2014, § 9).

² La majeure partie des exemples présentés sont en français, mais certains sont en anglais, la question de la langue n'étant pas prioritaire dans ce travail: ce sont davantage les dispositifs qui sont au centre de l'analyse, les gifs francophones ou anglophones étant d'ailleurs utilisés indifféremment par les internautes.

Mon hypothèse dans ce travail est que le gif ne se contente pas, comme lieu de sens autonome, d'accompagner ou d'illustrer un énoncé en lui apportant un surplus de sens, ou qu'il double la communication verbale en fondant un autre langage, mais qu'il possède un véritable rôle linguistique dans le déroulement syntagmatique des unités technodiscursives composites du discours numérique natif.

Après avoir présenté dans un premier temps le gif et ses manifestations dans les technodiscours, je montrerai qu'il accomplit une iconisation énonciative des technodiscours; je proposerai enfin une typologie exploratoire du gif comme donnée énonciative. Une précision méthodologique : je travaille sur la version française et francophone de la plateforme Twitter, et mes exemples sont donc situés dans le contexte de la société et de la culture françaises contemporaines.

2 LE GIF DANS LE TECHNODISOURS

2.1 PRÉSENCE CROISSANTE DU GIF DANS LES TWEETS

Depuis 2014, le réseau Twitter permet la publication des gifs, la base Giphy ayant été implémentée dans le système. Depuis sa naissance en 2006, l'interface du réseau s'est considérablement enrichie et la fenêtre de publication offre désormais, outre la rédaction du tweet verbal en 280 signes, plusieurs possibilités de publication:

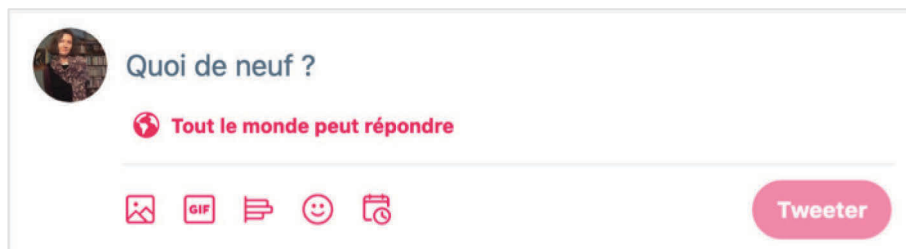


Figure 2: Configuration de la fenêtre de rédaction des tweets au 29.01.2021

Source: @mapav8

La liste des icônes montre que l'internaute peut, au moment de publier un tweet, choisir de publier une image, un gif, un sondage (pour ces trois catégories avec ou sans tweet verbal), insérer des émojis et programmer la publication, avec ou sans tweet verbal. Il peut donc utiliser les outils affordanciels³ proposés par la plateforme, le générateur de gifs y étant implémenté à partir de la banque de gifs Giphy⁴. La publication des gifs est donc simple et automatisée, et correspond à quatre opérations rapides et intuitives (voir figures ci-dessous): cliquer sur l'icône "GIF", choisir le gif, l'insérer dans la fenêtre du tweet et le publier.

³ Un outil affordanciel est une possibilité technique offerte à un internaute par une plateforme; une affordance est une propriété d'un objet dotée d'une dimension sémantique, l'objet prescrivant sémiotiquement son usage à son utilisateur.

⁴ Giphy est d'abord un moteur de recherche devenu une base de données états-unienne créée en 2013, et implémentée la même année sur Twitter (<https://giphy.com/>)

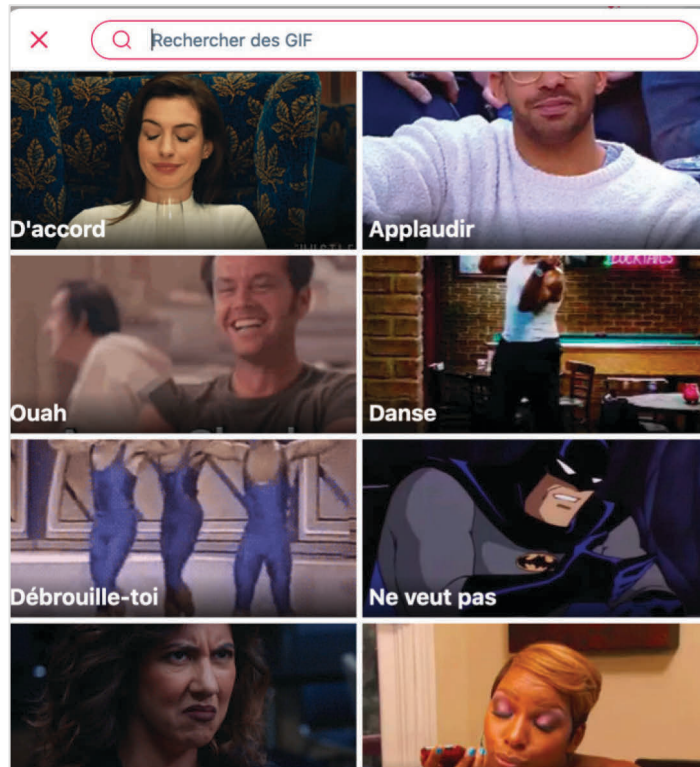


Figure 3: Cliquer sur l'icone "GIF"

Source: Twitter

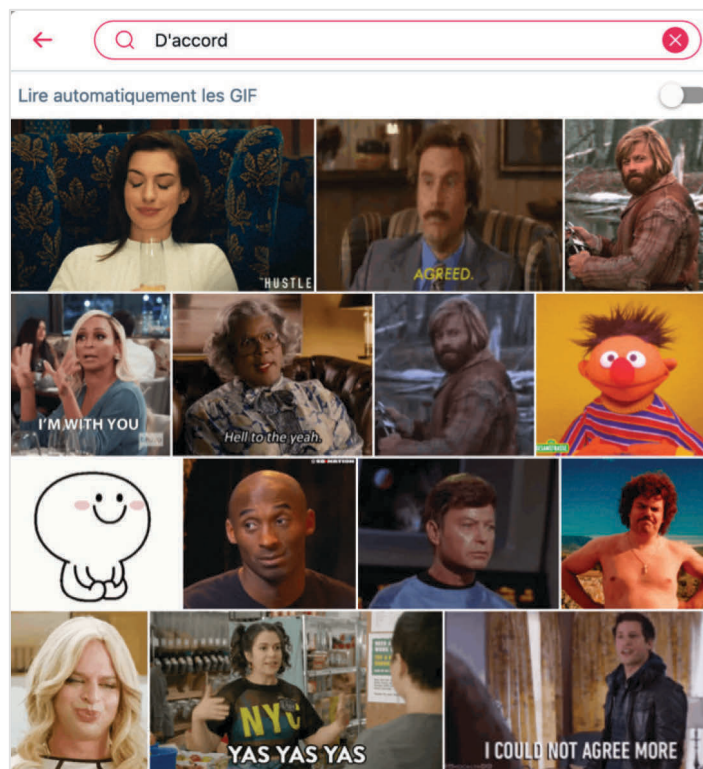


Figure 4: Choisir le gif

Source: Twitter



Figure 5: Insérer le gif dans la fenêtre du tweet

Source: @mapav8

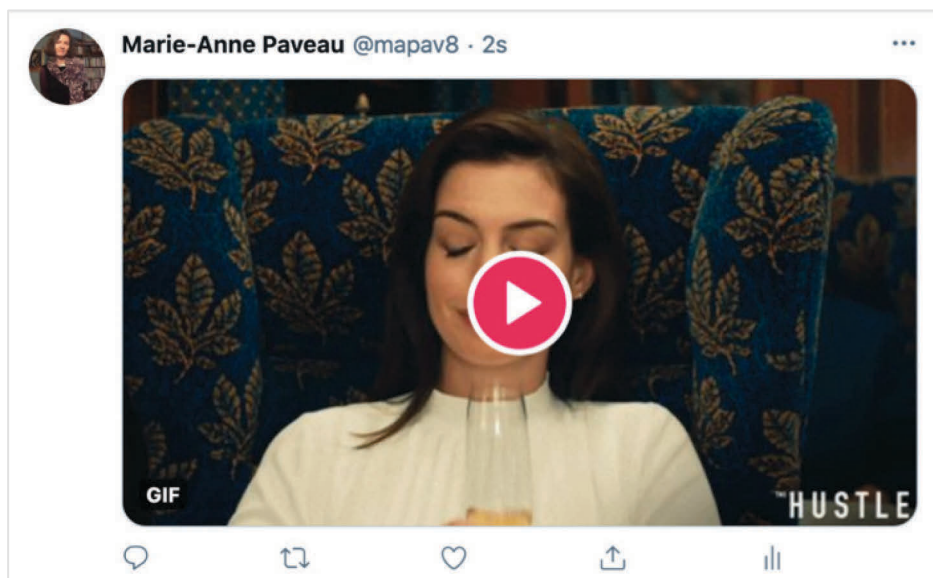


Figure 6: Publier le tweet

Source: @mapav8

Le choix est important – la base Giphy contenant des dizaines de milliers de gifs – et la procédure est intuitive et rapide. C'est la raison pour laquelle le gif est devenu fréquent dans les tweets (je ne dispose pas de statistiques, ma remarque est empirique, à partir de mon expérience d'utilisatrice du réseau depuis dix ans), au point de déclencher certaines critiques comme celle-ci:



Figure 7: Critique des gifs sur Twitter

Source: @michtosincere

L'image était déjà très largement intégrée à la communication sur Twitter, les publications de presse par exemple étant quasi systématiquement illustrées; mais l'implémentation du gif a accru cette tendance et accentué, j'y reviendrai, l'iconisation du discours en ligne.

2.2 LE GIF COMME OUTIL CONVERSATIONNEL

Le mot *gif* est, à l'origine, le sigle anglais de la suite *Graphic Interchange Format*, et s'est nominalisé et lexicalisé au masculin, un des signes de cette lexicalisation étant le débat autour de la prononciation du mot ([gif] ou [zif] ?), tranché par son inventeur Steve Wilhite en 2013 ([zif]). Au départ, le gif, inventé en 1987, est une solution technique pour l'échange de photos en bonne résolution, et devient une image animée autonome ou extraite d'une séquence plus large (série télévisée, film, dessin animé, etc.). L'usage du gif est essentiellement expressif: il permet d'exprimer des émotions, avec une dimension souvent réactionnelle. Les entrées de la banque Giphy sont d'ailleurs des catégories émotionnelles ou réactionnelles (figure 8): *D'accord*, *Applaudir*, *Ouah*, *Danse*, *Débrouille-toi*, *Ne veut pas*, *Berk*, *Roulement d'yeux*.

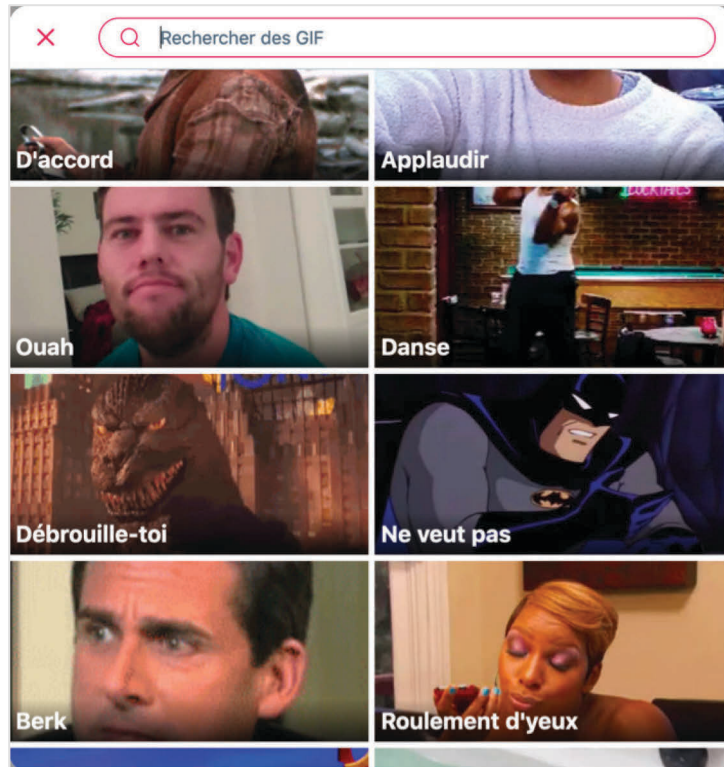


Figure 8: Les huit premières entrées de la banque Giphy sur Twitter, 20.02.2021

Source: Twitter

Le gif repose la plupart du temps sur l'existence d'une référence préalable, souvent issue de la culture audiovisuelle ou de la culture du web (extraits de films, de séries, de clips), et constitue donc une forme conversationnelle, fonctionnant sur des partages culturels. Ce trait en fait un élément hautement conversationnel, puisque le partage de références est l'un des facteurs d'échange les plus puissants.

Un autre trait accroît sa puissance conversationnelle, qui est son silence. Dans un billet intitulé "Le silence du gif", André Gunthert saisit ce trait peu commenté des échanges numériques: "La possibilité de consulter des contenus sans déranger autrui est un des principaux facteurs de l'omniprésence du smartphone dans les espaces partagés que sont les transports en commun, la rue ou le bureau." (GUNTHERT, 2016, en ligne). Contrairement à certaines critiques qui accusent le smartphone d'appauvrir les échanges sociaux et la culture des usagers, une analyse de son fonctionnement montre qu'il augmente plutôt les possibilités d'information et d'échange, grâce notamment à sa consultation silencieuse: "Comme le livre ou la presse papier, autres moyens d'occuper l'attente qui devaient à la lecture muette leur acceptation dans l'espace social, la consultation discrète des écrans apparaît donc un ressort essentiel de leur polyvalence." (GUNTHERT, 2016, en ligne). Le gif, par nature silencieux (mais on peut le travailler et y ajouter du son, ce qui produit des gifs sonores), participe de cet enrichissement, spécifiquement dans les échanges conversationnels, et l'on ne doit donc plus s'étonner de son intégration rapide dans les fils interactionnels:

L'intégration du matériel visuel au sein de la conversation numérique est de même largement facilitée par les formats courts et silencieux. L'essor récent du gif, devenu ressource conversationnelle grâce à des répertoires d'extraits de films prêts à l'emploi, s'explique mieux quand on comprend que ses propriétés répondent parfaitement aux contraintes de discrétion requises par l'usage ubiquitaire des écrans. (GUNTHERT, 2016)

Ces deux traits, sa référentialité et son silence, vont dans le sens de l'hypothèse de départ de cet article, c'est-à-dire son intégration dans les outils existants de l'échange verbal.

2.3. LE GIF COMME SEGMENT TECHNOLOGIQUÉ

Il me semble que toutes les conditions sont réunies pour affirmer que le gif constitue pleinement un élément d'écriture numérique, et qu'il appartient au technodiscours du tweet considéré comme un élément composite. Un tweet peut se définir en effet comme une articulation entre une image, des éléments verbaux et une technologie logicielle, ce qui est la définition du technographisme tel que je le conçois (voir 3.2). Comme paramètre de l'écriture numérique native au sein de cette catégorie du technographisme, comment le gif fonctionne-t-il? Quelle est sa fonction? Ma réponse est qu'il contribue à l'iconisation énonciative du discours, dans le cadre du tournant iconique de l'écriture numérique native, avec des appuis syntaxiques⁵. Je propose de le montrer à partir d'une méthodologie qualitative, exploratoire et descriptive, qui s'appuie sur un ensemble de 40 exemples de gifs marqués en favoris dans la timeline de mon compte Twitter entre janvier et juillet 2018. Je parle d'exemples et non de corpus pour signifier que je travaille à partir de phénomènes en nombre restreint qui ne prétendent ni à l'exhaustivité ni à la représentativité et dont le traitement n'a pas vocation à fonder une généralisation, et encore moins une théorie globale applicable à tout phénomène de tweet avec gif sur Twitter. Pour des raisons pratiques, je présente les exemples de gifs animés sous forme de captures d'écran fixes assorties de leur URL.

3 L'ICONISATION ÉNONCIATIVE DANS L'ÉCRITURE NUMÉRIQUE NATIVE

Je rappelle dans un premier temps la définition de la notion de composition et de la catégorie de technographisme, mobilisées pour l'étude du tweet avec gif.

3.1. COMPOSITION ET TECHNOGRAPHISME

Dans mon élaboration de la notion de technodiscours, j'ai proposé six opérateurs du discours numérique natif: la composition, la délinéarisation, l'augmentation, la relationalité, l'investigabilité, et l'imprévisibilité. La composition définit le mécanisme par lequel un élément numérique natif est composite, c'est-à-dire coconstitué de matière langagière, iconique et technologique:

Les discours numériques natifs sont composites, c'est-à-dire constitués d'une matière mixte dans laquelle entrent indiscernablement du langagier et du technologique de nature informatique, de manière manifeste (cas du hashtag ou du pseudo Twitter par exemple, dotés de marques de composition) ou non manifeste (cas de tous les technodiscours en ligne qui dépendent des programmes informatiques). Ce type de composition technolangagière est redoublé par une hybridité sémiotique: les technodiscours peuvent être plurisémiotiques en mobilisant simultanément et dans la même sémiologie du texte, de l'image fixe ou animée, du son (exemple de l'image macro ou de la pancarte). (PAVEAU, 2017, p. 28)

Le tweet avec gif est donc un élément discursif doublement composite, le tweet en soi étant déjà le produit d'une coconstitution verbale et technologique.

Puisqu'une image entre dans la constitution du tweet avec gif, il est question de technographisme, défini comme une production sémiotique associant texte, technologie et image dans un composite multimédiatique natif d'internet, produit par outils et gestes technodiscursifs et entré dans les normes des discours numériques natifs. L'exemple-type du technographisme, l'un des premiers à s'être installé dans la culture du web, est l'image macro, qui associe une image et un texte en deux parties, formé en police impact blanche détournée:

⁵ Je parle de "tournant iconique" en référence à la notion de "pictorial turn" proposée par William Mitchell en 1994 (MITCHELL, 1994).



Figure 9: recherche "image macro" sur Google images

Source: Google images

On peut citer également le genre de la vignette, constituée d'une image incrustée de texte, telle par exemple que Barack Obama avait l'habitude d'en publier sur son compte en tant que Président des États-Unis:



Figure 10: Vignette sur le compte Twitter de Barack Obama, 2016

Source: @BarackObama

Ou enfin la pancarte, genre de discours numérique natif, constitué d'une photographie d'une personne tenant un message rédigé manuellement sur un support rigide quelconque:



Figure 11. : Pancarte dans le cadre de la campagne "I need feminism", 2018

Source: Google images

Il faut insister sur l'interdépendance des deux ordres sémiotiques, qui perdent leur autonomie, l'image n'ayant pas d'autonomie en tant qu'image, et la partie verbale du tweet non plus: "Le sens n'est produit que dans le composite relevant d'un ordre verbo-iconique unique (le technographisme), et non dans l'articulation de deux ordres qui dialoguerait à partir de leurs autonomies respectives (comme c'est le cas pour la photographie et sa légende, ou la peinture et son titre)" (PAVEAU, 2017, p. 306). Cette précision est importante, car nombre d'analyses de ce type de configuration en ligne maintiennent le dualisme des ordres sémiotiques et présentent souvent les images comme des illustrations ou des ajouts. Dans la perspective qui est la mienne, ça n'est pas le cas: les ordres sémiotiques, qui ne se confondent pas, fonctionnent cependant ensemble, sans distinction possible, en parfaite articulation, et coproduisent le sens.

3.2. L'ICONISATION DU DISCOURS

Si les deux ordres sémiotiques, verbal et iconique, coexistent et s'articulent jusqu'à ne plus être distinguables, il semble cependant que l'ordre iconique prenne le pas sur l'ordre verbal: les images, embarquées dans la discursivité, produisent des effets de sens plus immédiats que les composants verbaux car elles sont prises dans un régime de visibilité plus efficace que le verbal. On peut alors parler de véritable iconisation du discours, notion que j'ai proposée (PAVEAU, 2017), comme pendant à celle de "conversationnalisation de l'image" que l'historien de l'image André Gunthert a mise en place quelques années auparavant (GUNTHERT, 2014); il estime en effet qu'une photographie « devenue un composant parmi d'autres de l'univers de la communication » et "embarquée dans chaque objet connecté » devient une "image conversationnelle" (2014, en ligne):

Comme l'arrivée du cinéma ou de la télévision, celle de l'image conversationnelle transforme en profondeur nos pratiques visuelles. La photographie était un art et un média. Nous sommes contemporains du moment où elle accède à l'universalité d'un langage.

Intégrées par l'intermédiaire d'outils polyvalents aux systèmes connectés, les formes visuelles sont devenues un embrayeur puissant des conversations privées et publiques. (GUNTHER, 2014)

Le terme *embrayeur* est particulièrement juste en ce qui concerne le gif: l'analyse d'exemples qui suit montre des phénomènes d'énonciativisation du gif, qui constitue un composant à part entière dans le fonctionnement de l'énonciation.

4 LE GIF COMME DONNÉE ÉNONCIATIVE. TYPOLOGIE EXPLORATOIRE

Avec le gif, c'est en effet l'ensemble du système énonciatif qui se trouve iconisé: on verra que, au-delà de la fonction expressive du gif, qui apparaît comme sa fonction de base, que l'on peut dire non marquée, il constitue également un marqueur de l'énonciateur.trice, de l'énoncé et de l'énonciataire.

4.1. ICONISATION DE L'ÉNONCIATEUR.TRICE

L'iconisation de l'énonciateur.trice apparaît dans un schéma de tweet avec gif récurrent sur Twitter: la combinaison de l'énoncé [*Moi quand* + gif], présentée dans les trois exemples suivants (12, 13 et 14).



Figure 12: Iconisation de l'énonciateur.trice

Source: @ThisIsKiyemis



Figure 13: Iconisation de l'énonciateur.trice

Source: @caraawtn



Figure 14: Iconisation de l'énonciateur.trice

Source: @citationroudou3

Sur le plan syntaxique, il s'agit d'une relation prédicative, plus précisément appositive entre le segment "moi quand" et l'image, cette dernière étant en fonction d'apposition. L'élément iconique est alors intégré à la syntaxe même de la phrase technodiscursive. Ce type de dispositif va dans le sens d'une intégration pleine et entière des éléments iconiques à la production langagière.

Cette iconisation énonciative se manifeste sous d'autres formes, qui développent d'autres schémas syntaxiques, mais opèrent toujours cette représentation de l'énonciateur.trice. Dans la figure suivante (15), la structure appositive minimale (*me* + image) est mise en contexte par un petit dialogue:



Figure 15: Iconisation de l'énonciateur.trice

Source: @mrsxroot

Dans l'exemple 16, c'est la structure attributive qui est mobilisée ([je suis + image]):



Figure 16: Iconisation de l'énonciateur.trice

Source: @mrsxroots

Dans la figure 17, il n'y a pas d'indice explicite de prédication puisque l'on ne trouve pas de marqueurs langagiers de la structure syntaxique qui est assurée par la seule articulation [texte + image], l'image représentant la locutrice par inférence du.de la destinataire du tweet:



Figure 17. Iconisation de l'énonciateur.trice

Source: @Fuzzyraptor

L'énonciateur.trice peut également être pluriel, formulé par un *nous* ou un *on* collectif, comme dans les exemples suivants (18, 19 et 20), dans lesquels le pluriel de l'expression verbale correspond à une figure singulière dans l'image:



Figure 18: Iconisation de l'énonciateur.trice
Source: @SweetieMayk



Figure 19: Iconisation de l'énonciateur.trice
Source: @LesJournalopes



Figure 20: Iconisation de l'énonciateur.trice
Source: @michaelbourgatt

Dans ce dernier exemple, le dispositif énonciatif comporte un trait supplémentaire, puisque le twitter blanc choisit de s'autoreprésenter en homme noir: l'usage des gifs comporte également une dimension raciale, d'ailleurs dénoncée dans certains discours militants, qui y voient une utilisation ludique et par conséquent dégradante de la figure des personnes noires. Dans la figure

16, on avait un phénomène analogue quoique non stigmatisant concernant le genre, puisqu'une femme se représentait par l'image d'un homme. Le traitement de cette dimension politique du choix du gif n'entre pas directement dans le cadre de cet article, mais doit être cependant soulignée comme participant de l'iconisation énonciative des discours sur Twitter et sur les réseaux sociaux numériques en général.

4.2. ICONISATION DE L'ÉNONCIATAIRE

La question de l'énonciataire est difficile à traiter sur Twitter comme sur le web en général puisque les situations d'énonciation ne sont pas réductibles au schéma canonique de l'énonciation benvenistienne (PAVEAU, 2013). En effet, en ligne, et sur Twitter en particulier, si l'énoncé ne construit pas de figure d'énonciataire par des marques précises, il est difficile voire impossible de l'identifier, et il vaut mieux d'ailleurs utiliser un autre terme, celui d'*audience* par exemple, et même d'*audience imaginée*, à la suite des travaux de Ruth Page (PAGE, 2012). Dans les tweets avec gifs qui suivent, l'énonciataire est construit en discours par des marqueurs verbaux et une représentation iconique, avec des variations dans les dispositifs énonciatifs. Dans l'exemple 21, le gif figure l'énonciataire du tweet:



Figure 21: Iconisation de l'énonciataire

Source: @franceinfoplus

Mais dans l'exemple 22, qui est un appel à candidature pour un organe de presse, le gif construit une figure de l'énonciataire du tweet dans la projection future du recrutement:



Figure 22: Iconisation de l'énonciataire

Source: @ajplusfrancais

Dans l'exemple 23, l'énonciataire représenté est celui qui figure dans la situation d'énonciation citée dans le contenu du tweet:

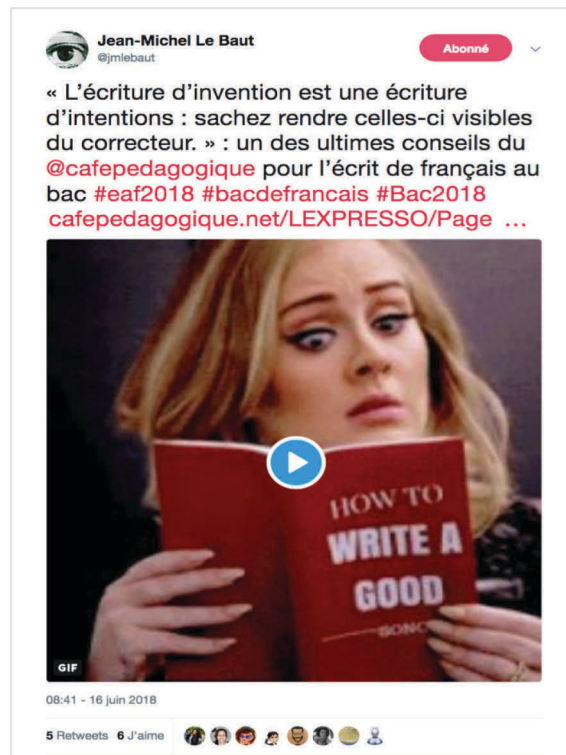


Figure 23: Iconisation de l'énonciataire

Source: @jmlebaut

Dans l'exemple qui suit (24), les coordonnées sont floues et on ne peut identifier exactement la figure représentée dans le gif: on peut alors supposer qu'il s'agit de l'audience de Twitter, c'est-à-dire de l'ensemble des *twitter.se.s* qui auront accès à l'information, dont la réaction de dégoût est formulée par cette moue de Paris Hilton.



Figure 24: Iconisation de l'énonciataire

Source: @franceinfoplus

4.3. ICONISATION DE L'ÉNONCÉ

Enfin, le tweet avec gif peut accomplir l'iconisation de l'énoncé: l'image formule alors l'information fournie par les éléments verbaux, dans un mouvement de coconstruction de l'énoncé et non d'illustration. Dans l'exemple suivant (25), émis dans le contexte d'un match de football entre la France et l'Argentine en 2018 les qualités de rapidité du footballeur M'Bappé sont figurées par un gif animé de quelques secondes, extrait du film *Forrest Gump*:



Figure 25: Iconisation de l'énoncé

Source: @Othomatique

L'image constitue la seconde partie de la phrase, dans le cadre de la construction analogique "be like", et pas une simple illustration qui aurait été ajoutée au tweet verbal: les deux composants sont coconstitutifs du tweet, et forment donc un technographisme. Dans l'exemple 26, issu du même contexte du match France-Argentine, c'est la défense de l'équipe d'Argentine qui est figurée par l'image, également partie prenante du sens du tweet technographique:



Figure 26: Iconisation de l'énoncé

Source: @SmaBouabdellah

Dans l'exemple 27, qui est un appel à candidatures, l'image figure le futur recrutement et la découverte d'un.e candidat.e modèle par l'intermédiaire d'une scène d'énamouration enfantine. Ici aussi, il ne s'agit pas d'un ajout extérieur de sens, mais bien d'une coconstruction verbo-iconique, l'image se combinant avec l'énoncé verbal.



Figure 27: Iconisation de l'énoncé

Source: @MissBrightSound

5 SYNTHÈSE

Dans ce travail, j'ai montré que le gif était un constituant langagier à part entière, inscrit dans la syntaxe de la phrase et partie prenante du dispositif d'énonciation. On peut donc dire que le gif constitue une unité distinctive significative de l'écriture numérique native, permettant différents types d'énonciativisation et de combinaison syntaxique. Cela implique des conséquences théoriques et méthodologiques: pour comprendre et analyser les énoncés numériques natifs, il nous faut modifier notre conception de l'énonciation et abandonner définitivement l'approche logocentrée de Twitter et du web social en général. Le rôle de l'image, fixe ou animée, a été modifié par l'écriture numérique native, ainsi que le rapport entre les ordres sémiotiques: alors que les sciences du langage, et, dans une certaine mesure, l'analyse du discours, fonctionnent toujours sur le dualisme image/texte, les énoncés empiriques dépassent cette distinction en proposant des dispositifs compositionnels qui articulent étroitement ordre verbal et ordre iconique, au sein d'un environnement technologique.

On doit donc désormais prendre en compte l'iconisation de l'énonciation dans le travail de l'analyse du discours, ce qui ouvre des perspectives de recherche intéressantes: l'exploration de fonctions péri-énonciatives, comme l'iconisation de l'émotion et la production d'analogies matérielles plurisémiotiques (voir plus haut l'analogie entre la rapidité du footballeur français M'Bappé et la séquence du film *Forrest Gump*); la dimension politique du gif, l'identification de locuteur.trice.s blanc.he.s à des personnes noires constituant une forme de blackface; la dimension pragmatique de l'iconisation du discours, fondée sur des implicites et des cadres préalables, l'existence d'un récit préalable, d'une culture commune, de prédiscours; sa dimension normative, une stéréotypisation du discours iconisé commençant à se mettre en place; sa dimension d'usage amateur intuitif, une importante littérature procédurale en ligne fournissant les outils technologiques et les savoir-faire nécessaire à l'élaboration des gifs; les usages culturels du gif, enfin, selon les classes d'âge, les genres, les appartenances ethnoraciales, les situations sociales. L'iconisation du discours dans les écritures numériques natives constitue un vaste et passionnant chantier de recherche qui commence tout juste à s'ouvrir.

RÉFÉRENCES

- GUNTHER, A. L'image conversationnelle. *Études photographiques*, n.31, 2014. Disponible en : <http://etudesphotographiques.revues.org/3387>.
- GUNTHER, A. Le silence du gif. *L'image sociale* [carnet de recherche], 25 octobre 2016. Disponible en : <https://imagesociale.fr/3644>.
- MITCHELL, W. J. T. *Picture theory: essays on verbal and visual representation*. Chicago: The University of Chicago Press, 1994.
- PAGE, R. The linguistics of self-branding and micro-celebrity in Twitter: The role of hashtags. *Discourse & Communication*, v.6, n.2, p. 181-201, 2012.
- PAVEAU, M. A. Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique. *Epistémè: revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées*, n.9, p. 139-176, 2013.
- PAVEAU, M. A. Ce qui s'écrit dans les univers numériques. *Itinéraires* [En ligne], 2014. Disponible en : <http://journals.openedition.org/itineraires/2313>.
- PAVEAU, M. A. *L'analyse du discours numérique*. Dictionnaire des formes et des pratiques. Paris, Hermann, 2017.
- TRINH-BOUVIER, T. *Parlez-vous Pic speech? - La nouvelle langue des générations Y et Z*. Annecy : Éditions Kawa, 2015.
- WAGENER, A. Mêmes, gifs et communication cognitivo-affective sur Internet. *Communication*, v.37, n.1, 2020. Disponible en : <http://journals.openedition.org/communication/11061>.



Reçu le 24 février 2021. Accepté le 5 mai 2021.