
La communication écrite par téléphone

Fragments, formes, actions, expériences, médiations

Eléni Mitropoulou

Laboratoire LASELDI et Laboratoire CIMEOS

Université de Franche-Comté

UFR SLHS

30-32 rue Mégevand

F-25030 Besançon cedex

emitropo@univ-fcomte.fr

RÉSUMÉ. Le dialogue des technologies numériques avec la sémiotique est pertinent pour aborder la problématique des processus de communication en fonction de l'action numérique comme « sens » et « transformation » pour les pratiques de son acteur. Nous interrogeons le dispositif SMS (ou Short Message Service) et ses enjeux communicationnels, caractéristiques de l'énonciation interpersonnelle actuelle, comme enjeux créatifs (qu'ils soient prétendus ou effectifs) à la lumière de « l'écriture fragmentaire » et de l'expérience médiatique.

ABSTRACT. The dialogue of digital technologies with Semiotics is relevant to approach the problem of communication processes seen under the scope of digital processing and considered, from their user's point of view, as "meaning" and "transformation" of their practices. We question the SMS (Shorts Service Message) facility and its stakes in the field of communication, characteristic of current interpersonal statements, as creative challenges (either claimed or real) under the lighting of "fragmentary writing" and of media experience.

MOTS-CLÉS : SMS, communication interpersonnelle, sémiotique, énonciation, écriture fragmentaire, support, expérience, médiatisation, médiation, médium.

KEYWORDS: SMS, interpersonal communication, semiotics, enunciation, fragmentary writing, support, experience, mediatization, mediation, medium.

DOI:10.3166/DN.14.3.35-56 © 2011 Lavoisier, Paris

1. Introduction

Cette étude se situe dans le prolongement du dialogue interdisciplinaire entre sciences du langage et sciences de l'information et de la communication (Mitropoulou 2007 ; 2009 ; 2011), en fonction d'une approche sémiotique des processus de la communication médiatée au titre de processus de création de valeur pour les supports des technologies numériques. La réflexion sur le message écrit par téléphone portable permet de constater que le mode *Langage* SMS¹ génère des pratiques écrites à forte valeur visuelle, initiatrices d'une expérience inédite avec le téléphone, expérience de type écriture fragmentaire (Mitropoulou, 2011b). La limitation du nombre de caractères semble être à la fois une contrainte et un atout, soit un paradoxe, toutefois paradoxe de surface, car le nombre limité de caractères (ce qui n'est plus le cas si l'on utilise le réseau 3G) serait justement ce qui impulse une utilisation originale voire créative de la langue. Dans cette étude nous écartons le réseau 3G car ne pas en tenir compte participe de notre méthodologie et hypothèse. En effet, il ne s'agit pas d'ignorer l'actualité de l'évolution technologique en la cristallisant à un moment donné pour les besoins de l'observation (ce que le projet scientifique autorise). Il s'agit, bien au contraire, de la tentative (inhérente à notre hypothèse) d'expliquer le Langage SMS en fonction de la *spécificité originelle du SMS comme dispositif*, celle du nombre de caractères limité, comme ce qui permet d'appréhender, d'expliquer, de comprendre, le rôle du *Langage* SMS d'abord en soi, et en vue d'expliquer (dans un second temps) ses usages postérieurs², hors téléphone ou par téléphone mais en 3G ou encore hors téléphone par 3G..., en fonction d'un usage téléphonique modèle³. Usage postulé par les technologies actuelles, fondateur d'un profil d'utilisateur : constamment connecté, réactif, interactif, rapide, concis... lors de ses communications avec un téléphone portable toujours (toujours) à portée de main.

Ce qui nous intéresse dans l'étude menée ici, c'est le dispositif SMS (standard/ Langage) en tant que dispositif de la communication par écrit téléphonique qui s'oppose (à moins que ce ne soit complémentaire ?) à la fonction originelle du téléphone comme appareil de transmission de la voix humaine à distance permettant la conversation (si cette fonction est loin derrière nous, nous désignons encore l'objet et ses fonctions par « téléphone »). C'est donc le SMS comme valeur téléphonique, comme ce qui introduit par l'écrit une rupture dans l'échange *téléphonique* qui nous intéresse. Aussi, les divergences comme les convergences intra et interdispositifs (le sms sur Twitter, par exemple) constituent-elles des niveaux différents qui, selon nous, ne doivent être abordés que si le niveau préalable est circonscrit et expliqué.

1. Le *Short Message Service* (SMS), composition accélérée sur un clavier de téléphone numérique d'un message au nombre de caractères limité, soit 140/160 caractères et espaces maximum par message, a engendré le Langage SMS.

2. Tel le twitter et ses « gazouillis ».

3. Au sens d'Umberto Eco.

Il nous semble alors pertinent de veiller à ne pas englober l'utilisateur téléphonique modèle dans le modèle, plus global, de l'utilisateur technologique, même si leur frontière est à la fois subtile à délimiter mais nécessaire à identifier.

2. Prémisses de la problématique

L'étude du Langage SMS et de son usage par téléphone hors 3G, focalise la réflexion sur l'importance de la relation entre dispositif et support de la communication et vise le maintien, pour l'analyse, de la distinction entre dispositif et support, distinction d'autant plus importante dans l'actualité technologique qui absorbe les dispositifs au profit du support (à moins que ce ne soit le contraire ?). En effet, *que peut-on ne pas faire* avec un téléphone portable pour ce qui est des fonctionnalités les plus accessibles et les plus partagées par tous, tout du moins⁴ ?

Par conséquent, la limite de 140/160 caractères propres au SMS est à la fois ce qui constitue le socle commun au SMS (standard ou Langage) et ce qui a fait introduire le Langage SMS par rapport au SMS standard : moins il y a de texte, plus on peut en ajouter ! Quant au dispositif SMS dans son usage standard comme concept de communication écrite interpersonnelle, la limitation du nombre de caractères, aux enjeux tarifaires et donc commerciaux évidents, ne doit pas faire oublier que *standard* ne rime ni s'oppose à *énoncé écrit standard* car ce dernier n'existe pas. Chaque énoncé (en l'occurrence) écrit est le produit de la rencontre de deux dimensions indissociables, matérielle et formelle, que le support subsume. En ce sens, le SMS – standard ou Langage car à ce niveau peu importe – est un écrit écranique de la technologie numérique, composé par pression tactile sur un clavier, ce dernier matériellement *et/ou* formellement intégré dans l'écran téléphonique. Nous pensons le SMS comme écrit écranique, certes, en fonction des travaux réalisés récemment dans ce cadre (par exemple Souchier, 2003), mais aussi à partir d'un ancrage fondamentalement audiovisuel voire filmique : la chaîne scripturale du SMS comme scène filmique. Il consisterait, pour le SMS standard en un montage de type $A + B = A \wedge B$, et en un montage de type $A \times B = C$ pour le Langage SMS. Selon cette approche, le SMS standard serait « d'une linéarité de type additionnel, qui préserve l'unité et l'identité des parties », quant au Langage SMS il s'agirait plutôt « d'une relation qui, en mettant l'accent sur la tension de fragments, barre toute possibilité de les ramener à un alignement progressif du sens » (Ropars-Wuilleumier, 1981, p. 40).

Il s'agit donc de se demander si le Langage SMS participe de la problématique d'une écriture fragmentaire ou seulement de celle du genre *bref*. Dans ce cadre, il s'agit de mener une enquête qui articule :

4. Ce qui active la question de la facilité (apparente)/complexité (effective) des dispositifs lors de l'usage par monsieur tout le monde, non spécialiste des technologies numériques.

– la question de l'écriture fragmentaire non pas en fonction du contexte littéraire – en effet, la poésie constitue un lieu privilégié de son exercice (Met, 1999) – ou esthétique (par exemple cinématographique) ou philosophique⁵ (Olive, 2004) mais en fonction du contexte *médiatique* dont relève le SMS (le fragment étant une forme qui n'est pas réservée à la littérature (Guyaux 1985, p. 7), l'esthétique ou la philosophie), et

– le statut du SMS en fonction de ses *valeurs numériques*. Le Langage SMS, au moyen de caractères typographiques par abréviations, ellipses, anagrammes... et autres figures de style et effets rhétoriques, édifie des formes, formes qui deviennent des codes... le temps d'un SMS ou un peu plus longtemps.

Il est important de préciser que le terme de *forme* est ici convoqué dans son acception sémiotique. Si lors de son utilisation usuelle, *forme* concernerait les différentes façons d'écrire un mot, selon son ancrage sémiotique *forme* implique la mise en place d'une nouvelle direction pour le *sens*⁶ selon la relation d'implication, fondamentale en sémiotique, entre forme de l'expression et forme du contenu.

Aussi, avec le *Langage SMS* (et contrairement au SMS *standard* qui, à l'évidence, est moins pertinent pour le sémioticien de la communication), les lettres sont-elles montées variablement en mots⁷ (mais, faut-il dire « mot » ou plutôt « terme » ou encore « vocable » ?), les mots en énoncé. C'est de ce *montage* dont il est question en rapport avec l'écriture fragmentaire, le montage « comme un instrument de production imaginaire » (Ropars-Wuilleumier, 1981, p. 41). L'articulation entre écriture fragmentaire, contexte médiatique et valeurs de communication propres au Langage SMS aide à mieux cerner la forme énonciative de cette communication interpersonnelle mise à la disposition des pratiques téléphoniques du plus grand nombre⁸ ce qui, bien entendu, ne veut pas dire que c'est *effectivement* pratiqué par le plus grand nombre. Toutefois, avec le Langage SMS ce qui est énoncé *est énoncé* selon une relation qui mérite l'attention : il s'agit de formes d'expression possibles d'une même substance d'expression que seraient, *dans le cadre du SMS*, le mot voire l'énoncé et non ce « trait ininterrompu présumé » (Courtès, 1991, p. 21)⁹. Mais, chacune de ces formes variables du mot ou de l'énoncé ne génère pas de modification de la valeur sémantique du

5. Pour Adorno, par exemple, la question du fragment est centrale.

6. A la suite de Henri Bergson (1934, p. 152) pour qui le sens est moins une chose pensée qu'un mouvement de pensée, moins qu'un mouvement une direction, pour la sémiotique « le sens est d'abord une *direction* : dire qu'un objet ou une situation ont un sens, en effet, c'est dire qu'ils *tendent vers quelque chose* [...] la *signification* par opposition au *sens*, est toujours *articulée* » (Fontanille, 1998, p. 21-22).

7. En linguistique traditionnelle, le mot est un élément significatif composé d'un ou plusieurs phonèmes. En linguistique structurale, la notion de mot est souvent évitée en raison de son manque de rigueur.

8. Que nous désignons par seuil primaire des pratiques.

9. Ici, la substance n'est plus ce « trait ininterrompu présumé » que l'écriture propre à une langue va articuler de manière originale pour former un mot, mais les mots et tout le dispositif des caractères typographiques qui deviennent ce par quoi sont composées des *formes* écrites.

mot/énoncé mais assume la fonction de « partie d'une unité originelle », c'est-à-dire « fragment » (Garrigues, 1995). Dans l'exemple suivant (énoncé n° 1¹⁰), l'énoncé en Langage SMS (100 caractères et espaces compris) :

Sl! jariv 2m1 a 10h47 gar 2 monpelié
 Jpren 1 taxi ou tu vi1 mcherché?
 Si tu peu pa c pa un pbm! Zib

est-il *partie* de l'énoncé (énoncé n° 2¹¹) suivant en mode SMS standard (139 caractères et espaces compris) :

Salut j'arrive demain 10h47 gare de Montpellier
 Je prends un taxi ? tu viens me chercher ?
 Si tu ne peux pas ce n'est pas un problème. Bises

Le Langage SMS est-il donc une partie du SMS standard correspondant ou bien l'énoncé n° 1 relève-t-il du principe « fragment qui devient un tout, et tout devient fragment » (Guyaux, 1985, p. 8) ?

L'énoncé n° 1 n'est-ce pas un ensemble de fragments devenus un *tout de signification* (c'est-à-dire *discours*) par l'opération de l'énonciation énoncée (c'est-à-dire par le comment ce qui est dit *est dit*) ?

Et, pourquoi écrire ce message en Langage SMS (énoncé n° 1) plutôt qu'en SMS standard (énoncé n° 2) à partir du moment où le nombre de caractères autorisés n'est pas dépassé ? C'est la question que l'on peut se poser, d'autant plus que de très nombreux SMS en Langage SMS sont particulièrement courts, parfois à peine une trentaine de caractères et espaces compris. Cette compression est-elle l'indice d'une action d'énonciation par collision scripturale ? Pourquoi « forcer » ainsi l'écriture et engager une lecture digne du décryptage ?

Il nous semble que ceci tient à cela : si avec le Langage SMS ce qui est signifié ne change pas, en revanche le comment de la signification change. La valeur mise en commun par les deux pôles de l'échange interpersonnel n'est pas la valeur de *ce qui est dit* mais la valeur du *comment ce qui est dit est dit*. C'est la relation (sémiotique) entre forme d'expression de l'énonciation et forme de contenu de l'énonciation qui s'érige en expérience médiatique. C'est le montage sémiotique qui porte autant la valeur que l'expérience de l'énonciation. Ce montage ferait de l'énonciation téléphonique une énonciation médiatiquement symbolique : le Langage SMS se fige, se cristallise comme dispositif porteur du potentiel partagé d'un surplus de sens.

Cette hypothèse motive notre intérêt pour le *Langage SMS* qui, contrairement au SMS standard, est le fruit de cette *contrainte* technologique devenue *atout* pour une *expérience* médiatique créatrice de formes écrites d'énonciation.

10. Tiré d'un corpus de 18 messages SMS réalisés en octobre 2010.

11. Tiré du même corpus de 18 messages SMS réalisés en octobre 2010.

Nous souhaitons approfondir dans les pages qui suivent cette question d'expérience médiatique relative aux *nouvelles* technologies numériques, qui a défaut d'être « vraies » (Jeanneret, 2011) sont, néanmoins, l'outil et le terrain d'expérimentations et d'expérientiel au potentiel créatif.

Nous aimerions cerner sémiotiquement cette expérience (probablement leurre technologique mais certainement mode de vie personnelle, professionnelle et sociale), partagée par le plus grand nombre, celui des non spécialistes des technognosies numériques et pourtant consommateurs, plus ou moins fervents de ces produits.

Nous estimons alors que le Langage SMS opère une transformation dans la pratique téléphonique par le fait, notamment, d'associer à celle-ci une dimension de self-média. En effet, si les self-média peuvent nous permettre d'apprendre à « écrire » les médias, à « fabriquer » les « images visuelles et acoustiques » (Cloutier, 1973, p. 179), nous mettons en perspective le Langage SMS comme ce qui favorise une expérience de consommation créative, sans oublier pour autant que tout usage de self-média ne rime pas avec créativité mais avec appropriation¹² (Greimas et Courtès, 1979).

L'expérience *créative* serait le fruit d'un processus de *médiation* entre communication interpersonnelle et propriétés audio-scripto-visuelles¹³ (ASV) :

Expérience de consommation créative
Communication Interpersonnelle ↔ Langage SMS ↔ Propriétés ASV

Cette médiation doit être observée au niveau de l'énoncé en Langage SMS *et* au niveau de l'énonciation par Langage SMS, à la fois en les isolant l'un de l'autre *et* en les mettant en miroir, c'est-à-dire en mettant en place une rupture artificielle¹⁴ entre énoncé et énonciation téléphoniques pour les besoins et la fécondité des analyses. Pour la même raison, cette médiation, malgré son caractère technologique, n'est pas désignée ici par médiatisation afin de préserver la dimension *interpersonnelle* de l'échange, postulée par l'usage téléphonique.

3. Langage SMS et énoncé téléphonique

Pour ce qui est du SMS depuis l'angle de l'énoncé, nous pouvons nous demander si le dispositif Langage SMS « est brisure, destruction, faille, démantèlement, dérèglement des codes » (Floch, 1983, p. 120) ? Nous pouvons envisager le Langage SMS comme ce qui contrarie la langue écrite traditionnelle. Est-ce que le Langage SMS présuppose un type unique de relation entre les matériaux articulés ou désarticulés par l'opération de *montage* ? En effet, les mots sont formés à partir de

12. Soit, d'un point de vue sémiotique, d'une acquisition réfléchie.

13. La réception téléphonique de SMS est accompagnée d'un signal sonore.

14. Au sens de relation construite pour être utile à la réflexion.

combinatoires différentes. Pour *demain*, par exemple, 16 formes différentes ont été recensées (Fairon *et al.*, 2006)¹⁵ ce qui déstabilise le décodage par rapport à l'écriture habituelle du mot mais également par rapport à une version donnée du mot par l'arrivée d'une autre version à un moment donné qui introduit un autre code pour le même mot. Par conséquent, et si nous admettons que « le propre du montage est de susciter, par la rupture, l'éventualité de formes d'organisation extrêmement variables » (Floch, 1983, p. 20), le Langage SMS relève, assurément, d'une sémiotique du montage, caractérisé par des spécificités *visuelles* du *scriptural*. Quant à l'opération de lecture du Langage SMS, elle est *a fortiori* opération de reconstitution à partir de formes visuelles composées de lettres, de chiffres, de ponctuations et d'autres symboles. De la sorte (et contrairement à ce qui se passe habituellement), le code ne s'oublie pas au moment où « l'on rejoint le sens comme sans médiation aucune » (Courtès 2005, p. 38) et où le signifiant Langage SMS constitue bien un écran interposé (c'est là le cas de le dire !), un écran qui filtre la lecture et qui départage entre énoncé accessible et énoncé non accessible en fonction de la maîtrise (ou non) du *code de la fragmentation* par l'utilisateur.

L'opposition à la langue écrite traditionnelle par le montage et le partage des codes de fragmentation est constitutive du contrat de valeurs (ou contrat axiologique) de l'échange téléphonique par Langage SMS. Si, tout échange, en occurrence interpersonnel, a son contrat de valeurs, celui du Langage SMS se caractérise par le fait d'activer les valeurs de l'écriture *fragmentaire* par rapport à celles de l'écriture *fragmentée*. En fonction de cette relation, et contrairement au SMS standard, le Langage SMS serait écriture au titre de langage médiatique en acte, tel que « peut être ressaisi sous son aspect terminatif c'est-à-dire une fois qu'il est réalisé, achevé, mis à la portée du récepteur, de l'énonciataire » (Courtès, 2005, p. 6). Si le SMS, en vue de sa réception, vise un syncrétisme plurisensoriel presque intégral puisqu'il active visuel, verbal et même sonore¹⁶, *via* le tactile¹⁷, alors, lorsqu'il est configuré selon le mode Langage SMS il engage assurément une sémiotique... mais alors de quelle sémiotique s'agit-il ? Celle de l'écriture *fragmentaire* ou celle de l'écriture *fragmentée* ? Dans l'exemple suivant¹⁸ (qui permet d'activer pleinement nos hypothèses) :

BijourMonAmourDiMoiJPeVnirCheToi ?
GRi1DOtrPrFerPaséLtpsJusk19hPuiGCorPasé1SuperMatinéeJMeSuiFéTrétéDTtLè
NomPuiMmSiCPrDodoCLèMèmMsGTroBzoinDTVoirEnflSiTuVeBi1 ?JTM
(Fairon, Klein, Paumier, 2006)

15. 2m1 - dmain - dmin - 2main - dem1 - dm1 - 2min - dems - 2m - d2m1 - 2mains - dem's - dms - dmai - dem, p. 52.

16. Puisque la réception de SMS est accompagnée d'un signal sonore.

17. Puisque lors de la procédure du décodage du mot (et plus globalement de l'énoncé), accessible par le touché, la reconnaissance se fait par le *lu* qui interpelle par le *vu* l'*entendu*.

18. Et qui, fatalement, se trouve disjoint ici de la matérialité du support de son énonciation.

est-ce le SMS en tant qu'énoncé *énoncé* qui introduit une sémiotique ou est-ce le SMS en tant qu'énonciation *énoncée* ? Et, en reprenant nos réflexions introductives afin d'étayer la relation de miroir entre énoncé et énonciation : est-ce ce qui *est dit* ou est-ce la *mise en forme de ce qui est dit* qui signifie la valeur de communication du SMS ? La désintégration artificielle entre énoncé et énonciation est, en effet, méthodologiquement essentielle pour saisir le Langage SMS comme langage en acte. Il s'agit d'engager la réflexion à partir des conditions de l'échange comme scène de la communication. Si, par définition, le *comment est dit* surdétermine le *dit* (Courtès, 1991, p. 254), la scène de communication du Langage SMS comme sémio-genèse d'encodage (c'est-à-dire la *production* du message écrit) depuis l'angle d'une écriture *fragmentaire*, se réalise dans les *conversions* régulières d'une cohérence/cohésion (Maingueneau, 1996)¹⁹ en vue d'un non-ordre. Le Langage SMS mettrait l'enchaînement sous le contrôle de la rupture introduite par chaque nouvelle façon d'écrire un mot. Quant à la sémio-genèse de décodage (relative à la *réception* du message écrit), elle ferait du code de la fragmentation sa valeur de base, c'est-à-dire son objectif (Floch, 1995)²⁰.

En revanche, si nous abordons la scène de communication du Langage SMS depuis l'angle d'une écriture *fragmentée*, la phase de la production du message écrit se déroule dans la recherche de *l'adaptation* d'un désordre à un ordre (et il s'agit alors de *faire croire* à un désordre). Dans ce cas, la phase de la réception du message écrit ferait du code de la fragmentation sa valeur d'usage ; alors l'objectif serait la transformation du désordre, en ordre.

Par conséquent, si les deux dimensions possibles du Langage SMS (fragmentaire/fragmentée) ont leur point de départ et leur point d'arrivée dans un même ordre (celui de la langue canonique à partir de laquelle ils sont encodés et *via* laquelle ils seront décodés), le Langage SMS *écriture fragmentaire* et le Langage SMS *écriture fragmentée* ne relèvent pas de la même intentionnalité puisque chacun subsume différemment « motivation » et « finalité » (Greimas et Courtès, 1979, p. 190) :

- selon l'écriture *fragmentaire*, brièveté et densité visent l'expression d'une énonciation qui est brisure par dérèglement des codes en vue d'établir un désordre,
- selon l'écriture *fragmentée*, brièveté et densité portent un énoncé en désordre qui vise un retour à l'ordre.

Dans le cas du Langage SMS/*écriture fragmentaire* (et contrairement au Langage SMS/*écriture fragmentée*) l'écrit d'une part, relève de la notion de *produit*

19. « la *cohésion* résulte de l'enchaînement des propositions, de la linéarité, alors que la *cohérence* s'appuie sur la *cohésion* » mais en faisant intervenir des contraintes globales hors discours, p.16.

20. « une de ces valeurs qui correspondent au plan des préoccupations fondamentales de l'être et dont la quête sous-tend la vie et donne sens à la réalisation de multiples programmes d'action secondaires, plus superficiels, plus 'pratiques' », p. 127.

s'opposant « à celle de somme » (Ropars-Wuilleumier, 1981, p. 45), d'autre part, il est moins *amusant, excentrique, atypique* ou *curieux* voire *choquant* que forme d'expression *inédite* d'une forme de contenu porteuse de contraintes technologiques²¹. Ces contraintes, de niveau « support formel », constitueraient les conditions pour une écriture comme défi créatif. Cette écriture *créative* serait écriture fragmentaire lorsque la valence entre condensation (de l'énoncé) et rapidité (du processus d'écriture) crée des formes d'énoncés pour *elles-mêmes*, porteuses d'une valeur d'expression inédite.

Toutefois, pour qu'il y ait *langage*, il faut d'un point de vue sémiotique, la rencontre solidaire entre expression et contenu, or un énoncé tel que *slt cmt vatu ?* par rapport à celui (canonique) de *salut comment vas-tu ?* n'entraîne pas de modification de forme de contenu. En revanche, la forme d'expression de l'énoncé *SlTComnVahT* bouscule moins celle de l'énoncé canonique (*salut comment vas-tu ?*) que celle de *slt cmt vatu ?* car elle introduit du sens au niveau de la *façon de dire*, l'énonciation énoncée. Nous pouvons alors souligner, toujours par rapport à la forme canonique de *salut comment vas-tu ?*, que l'énoncé *slt cmt vatu ?* introduit un premier seuil de solidarité de niveau énonciation énoncée tandis que l'énoncé *SlTComnVahT* y introduit un deuxième... et ainsi de suite avec les nouvelles formes potentielles. Par conséquent, lors de la pratique du Langage SMS les différentes versions d'un exemple tel que *salut comment vas-tu ?* ne portent pas une modification de la valeur sémantique de l'énoncé mais de la valeur sémantique de l'énonciation soit de la *valeur de communication* de l'énoncé. Faut-il alors parler du Langage SMS en termes de *langage* ou faut-il convoquer l'opérationnalité d'autres outils pour tester la pertinence de l'écriture fragmentaire par rapport à la pratique du SMS ?

Si nous abordons le Langage SMS en tant que *réécriture* nous rejoignons le domaine de la reformulation et du transcodage. Ce dernier réunit les « activités qui présentent en commun le mouvement d'un code vers un ou plusieurs autres » alors que selon la première « par la réécriture on reste dans les mêmes prescriptions codiques » (Peytard, 1984, p. 18). Enfin, si nous adoptons l'angle selon lequel un document scriptural est le produit d'une activité de graphie tandis qu'un texte est le produit d'une activité d'écriture, et si nous ajoutons le principe de la densité discursive selon laquelle le Langage SMS serait de haute densité du point de vue de l'expression, alors le Langage SMS serait le lieu d'une plurivocité expressive (et non interprétative). Le SMS engage des graphies plurielles à partir d'encodages dont la dimension agitateur de formes canoniques (grammaticales, phonétiques, orthographiques) et non canoniques (les précédant) fait éclater en libérant une polysémie expressive.

Dans cette agitation de formes canoniques et/ou non canoniques, et en maintenant l'angle depuis la pratique comme encodage, la haute densité de l'expression ne « (...) laisse place à aucun jeu de reformulation. Toute réécriture produit un texte autre »

21. Celle du nombre de caractères ou celle de la procédure d'encodage par nombre de touches, souvent évaluée comme fastidieuse voire agaçante.

(Peytard, 1984, p. 23). Alors si, « reformuler c'est produire en quelque sorte et sous quelque forme un discours deuxième équivalent d'un discours premier » (Peytard, 1984, p. 24), alors la reformulation serait inhérente au Langage SMS sous forme d'écriture *fragmentée* au sens de graphie. Quant au Langage SMS comme écriture *fragmentaire* l'équivalence s'arrête là où commence l'altérité selon laquelle l'énoncé en Langage SMS induit par lui-même et à partir de lui-même « quelque objet, « autrement dit », « autrement fait » (Peytard, 1984, p. 18).

Le Langage SMS comme écriture fragmentaire opèrerait selon la même conception de base que le texte littéraire : il prend pour objet le *signifié* et en propose de multiples *signifiants*. Selon cette optique, les énoncés SMS sont moins les fragments d'un signifiant S pour une totalité de signifié qu'une totalité de signifié comme fragment d'un signifiant S *toujours* en construction.

Les atouts (ou adjuvant) de cette communication interpersonnelle mais surtout les contraintes (ou opposant) de cette communication interpersonnelle de la technologie Langage SMS semblent favoriser la pratique de la fragmentation comme valeur ajoutée pour la *communication téléphonique*. Par l'importance de la forme visuelle du message écrit, le Langage SMS assigne une valeur de médiation à la *pratique numérique* : c'est elle qui assure le renouvellement de la relation sémiotique.

Enfin, évidemment, on peut distinguer dans la pratique du Langage SMS des énoncés ayant forte, moyenne ou faible densité expressive : plus la densité est faible (ou basse) plus il y a principe de reformulation du signifiant ; plus la densité est forte (ou haute) plus il y a fragmentation du signifiant et dans ce cas plus il y a réécriture et par conséquent nouveau texte.

Le Langage SMS vu depuis l'angle de l'écriture fragmentaire ne devrait pas être réduit à la pratique de l'abréviation, de l'abrègement, de sigles, de rebus ou encore à l'utilisation phonétique des lettres et des chiffres mais selon un certain art du mot et de l'énoncé, un certain art de l'énonciation. Il s'agirait d'une sorte de *Net art* du message téléphonique où le mot est construit par des lettres (et/ou chiffres, symboles...) inhérentes à une configuration *plastique* (l'énoncé comme signification de « lui-même »). On rejoindrait alors le manifeste de l'art concret de 1930 (établi, bien sûr, au titre de la peinture) et l'on pourrait avancer que *l'énoncé* en Langage SMS n'est ni représentation de l'énoncé canonique, ni symbole, ni spectacle mais outil et forme d'une pratique intersubjective conçue et formée par l'esprit avant son exécution et qui vise exactitude et éclat, précision frappante qui fait vive impression.

Puisque le Langage SMS n'est pas écriture fragmentaire au titre de poétique ou artistique mais au titre de médiatique, il serait écriture inventive, originale, de laquelle participerait le principe de saisie intuitive (pourtant relatif à ce que nous désignerions volontiers comme la proposition d'une pensée préfabriquée) qui fait de ce dictionnaire téléphonique un vivier de formes d'expression en construction permanente.

4. Langage SMS et énonciation téléphonique

Pour ce qui est de l'énonciation par le Langage SMS comme processus de médiation téléphonique d'une expérience créative :

Expérience de consommation créative
Communication Interpersonnelle \Leftrightarrow Langage SMS \Leftrightarrow Propriétés ASV²² tactiles

les deux pôles sont de niveau *virtuel* : la communication interpersonnelle selon le paradigme téléphonique et les propriétés audio-scripto-visuelles tactiles constituent des *potentiels* parmi des *possibles*. Mais, leur relation est-elle *portée* ou *actualisée* par le Langage SMS en position de tiers médiateur ? Et, quelle expérience médiatique permet de réaliser un processus de médiation où l'acteur humain du processus de communication²³ est *absorbé* par le support et les propriétés du dispositif au profit du processus de médiatisation ?

Dans ce processus de médiation qui engloberait les autres processus, l'utilisateur est absorbé de façon transversale et à ce titre fait partie intégrante du Langage SMS. L'utilisateur, acteur par définition dans le dispositif Langage SMS, participe à la fonction « d'intermédiaire entre un terme ou un être duquel on part, et un terme ou un être auquel on aboutit, cette action étant productrice du second ou tout du moins condition de sa production » (Lalande, 1998), et que l'on peut aussi désigner par réalisateur d'une opération « dans laquelle un médium (medius : situé au milieu) concilie deux termes en état de division et d'opposition déterminée (mediare : séparer, s'interposer), faisant surgir un résultat... la médiation requiert donc la différence, l'altérité et la relation » (Auroux, 1990). Toutefois, puisque l'utilisateur est une instance transversale au processus, il ne peut être le tiers médiateur (par définition extérieur aux deux pôles), l'utilisateur ne peut donc pas être l'instance productrice de l'expérience créative mais l'instance *porteuse* d'une expérience créative *produite* par le dispositif Langage SMS, qui est *lui* le tiers médiateur. Si en effet, « tout troisième n'est pas tiers » (Guillaume-Hofnung, 2005, p. 72), le Langage SMS l'est d'où son extension aux communications interpersonnelles non téléphoniques.

5. Bilan intermédiaire de la problématique et nouvelles perspectives

Le téléphone portable dans sa propriété originelle de *support matériel* (Arabyan, 2005), au service de l'énonciation interpersonnelle ne doit donc pas s'engloutir dans la multiplicité des possibilités et applications technologiques (notamment pour smart phone). Ces fonctionnalités sans cesse renouvelées ou augmentées (et pour le moins variées sinon atypiques pour un téléphone) pour être expliquées du point de vue de

22. Audio-scripto-visuelles.

23. Par distinction donc aux processus de médiatisation, de médiation mais également de diffusion, nous y reviendrons.

l'expérience médiatique qu'elles engendrent nécessitent un regard critique, en l'occurrence sémiotique, qui tient compte de la fonction primaire²⁴ du support. Si cette fonction primaire est la communication orale, toutefois, la technologie numérique a introduit le message écrit au titre de rupture médiatique *primaire* pour le téléphone portable. Cette pratique de l'écrit par téléphone *portable* (c'est-à-dire affranchie géographiquement et à usage idiosyncrasique) caractérise sa valeur d'un usage – et non d'un usager – créatif.

Quant à la technologie de la diffusion, grâce à laquelle on peut transmettre par SMS un choix de vote lors d'une quelconque émission télévisuelle (en tapant 1, 2 ou 3 par exemple), elle ne relève pas de la problématique du Langage SMS. Même si elle nous interpelle également dans la mesure où elle permet d'interroger d'une part, la dimension interactive de la communication téléphonique, d'autre part, celle du devenir de la fonction du téléphone comme support le plus partagé pour la communication interdispositifs.

Concernant la communication par énonciation interpersonnelle, notre intention n'est pas de parcourir, commenter ou critiquer les théories fondatrices que ce soit la communication paradoxale, la logique ou encore les rites de la communication, les fonctions du langage, le « dire comme faire », les transactions du « moi », les nombreuses approches en analyse conversationnelle... mais la volonté et la tentative de configurer la communication interpersonnelle comme un *actant* dans le processus, à la lumière des valeurs culturelles de la technologie téléphonique. Penser la communication interpersonnelle comme actant²⁵, c'est l'aborder comme rôle afin de rendre compte d'une réalité complexe (et cette position n'est pas sans rappeler les travaux de Goffman sur les rôles – toutefois selon lui tenus par les individus – en fonction des scènes de communication).

Le moment est également venu de préciser que, selon notre perspective en fonction d'un processus de communication par support technologique, le processus de médiation *actualise* et non – seulement – *porte* le processus de médiatisation. La fonction de portage revient à l'utilisateur du processus de médiatisation.

On l'aura compris : il ne s'agit pas là d'une position technophile ou technophobe mais technocritique qui cherche à expliquer le processus de l'énonciation

24. Nous pensons ici à la problématique de l'interface *Tablette* qui intègre également le téléphonique, toutefois, nous maintenons notre analyse au niveau du support matériel téléphone portable.

25. Nous précisons au lecteur non initié que le modèle actantiel « permet de décrire économiquement les relations qui se nouent entre les multiples instances d'un récit. Le nom d'actant n'est-il qu'une simple coquetterie pour dire acteur ou personnage ? Non [...] les actants sont des purs rôles. Chacun de ces rôles peut certes être assumé par un acteur, humain ou autre. Mais puisque le rôle est un modèle, il peut aussi être joué par plusieurs acteurs à la fois, de même qu'un acteur donné peut assumer plusieurs rôles à la fois. De même, un actant donné peut être assumé par un personnage humain, mais il peut aussi l'être par un groupe, une abstraction, un animal, une chose. » (Klinkenberg, 1996, p. 141).

interpersonnelle par Langage SMS comme processus de *médiation*²⁶. Celle-ci, pensée comme ce qui actualise la valeur communicationnelle du support par confrontation aux valeurs de communication déjà en place, nous oriente à prendre en considération, au profit de la communication interpersonnelle, le support dans sa fonction de medium de communication. Notre point de vue sur la communication interpersonnelle comme *rôle* dans un processus de médiation *technologique* (soit la médiatisation, Dacheux 2011, p. 24) où le Langage SMS est le tiers médiateur participe pleinement de la prise en compte du support en tant que medium (Mitropoulou, 2008).

Mais quel est alors le rôle du Langage SMS dans cette quête de l'expérience téléphonique comme objet de valeur ? Qu'est-ce le *sens* du Langage SMS comme tiers médiateur lors d'un processus de communication où l'on s'écrit par mots codés sans qu'il s'agisse de pratique d'espionnage (!) ou assimilée ?

Selon les travaux de Mucchielli (2004) par exemple, avec la théorie des processus de la communication il s'agit d'interpréter le comportement des individus en situation de communication cherchant à comprendre le sens que les individus donnent à leur action et l'on parle avant tout d'acteur de la communication au nom de l'utilisateur. Selon cette approche, la construction du sens est un processus de communication parmi d'autres. Aussi, six processus de communication caractérisent-ils l'approche communicationnelle : la construction du sens, l'appel aux référents collectifs, la structuration des relations, l'identité des acteurs, l'émergence de l'information et l'influence.

Ce *sens* que les individus donnent à leur action serait le fruit d'une interaction entre l'acte de communiquer et l'ensemble des éléments qui en constituent le contexte, celui-ci étant entendu dans une large acception (organisation de l'espace, environnement physique et sensoriel, données temporelles...). L'enjeu fondamental étant celui du *sens*, construit et partagé, aborder le processus de communication d'un point de vue sémiotique c'est essayer d'expliquer la production de signification de la *dynamique* communicationnelle comme transformation. Selon une conception sémiotique de la communication, c'est le processus de construction du sens qui

26. Selon son sens étymologique : « fait de servir d'intermédiaire entre deux ou plusieurs choses », *Trésor de la Langue Française*, ou selon son sens en ancien français où : « le mot a le sens de « division » » (XIII^e). Il a pris au XVI^e sa valeur moderne « d'entremise destinée à concilier des personnes des parties » d'abord en religion dans une relation entre l'homme et Dieu (1541) puis surtout en droit et en diplomatie (1878). Par extension il s'applique au fait de servir d'intermédiaire dans des emplois didactiques... », *Le Robert, Dictionnaire historique de la langue française*, sous la direction de Alain Rey – *Dictionnaires Le Robert*, Paris, 3^e édition, 2000, souligné par nous) ou encore son acception philosophique : « qui n'agit ou qui n'est qu'en relation avec un autre que par le moyen d'un intermédiaire », (Foulquié, 1992) et surtout qui signifie s'interposer ou diviser : « Sensiblement éloignée de son étymologie latine, *mediatio* (de *mediare*) qui signifie « s'interposer » ou diviser » ou de *medius* – milieu –, la médiation se définit en effet dans son sens moderne comme l'action de mettre en relation deux termes ou deux êtres » (Briant et Palau, 1999).

subsume les cinq autres processus. En effet, toujours sémiotiquement parlant, un processus de communication est construit pour signifier ; quant à l'intentionnalité, au même titre que le contexte, elle est inhérente au processus.

Dans cette perspective, nous proposons de définir le processus de communication (Dacheux, 2011)²⁷ au titre de conception d'action(s) d'*acquisition* et de *privation* de valeurs de communication. C'est la conception comme « décision sémiotique » (Klinkenberg, 1996, p. 64-65), celle qui configure le dispositif selon des fonctionnalités disponibles (ou non) à l'utilisateur. Ces fonctionnalités ont *par définition* une valeur de communication permettant ou non telle ou telle opération.

Le Langage SMS se caractérise par des valeurs de la communication numérique que sont la rapidité, la brièveté et la densité, c'est-à-dire par un *savoir-faire vite et court*, propre à une transmission du *vite fait bien fait*. Nous l'avons vu, le mot en Langage SMS est moins une partie du mot standard correspondant (telle une abréviation) que forme communicationnelle aux principes de l'écriture fragmentaire. Le sens de l'échange interpersonnel est déterminé par la force médiatrice du support de l'énonciation.

Quel est ce sens ? Quelle est sa direction ? En dispositif SMS 3G, ce sens a-t-il lieu ?

Puisqu'avec le Langage SMS des figures typographiques sont édifiées, figures qui deviennent des formes, des formes qui deviennent des codes, il s'agit du mot dans sa substance d'image. Nous entendons par image, l'image visuelle, et par figure ce qui relève du fait visuel (suite à un processus sensoriel). Nous partons du principe que toute forme est une figure mais pas l'inverse (Groupe μ , 1992, p. 68) ; la forme faisant intervenir la comparaison entre diverses occurrences successives d'une figure et mobilisant la mémoire. Passer de la figure à la forme c'est passer du sensoriel au mémoriel. Passer de la forme au code c'est figer le téléphone-*support formel* comme l'expression du téléphone-*support matériel* en tant que contenu. En effet, le téléphone se signifie espace d'accueil plurisensoriel (tactile²⁸, visuel, sonore) du message écrit, instantané et codé. Cet espace d'accueil du Langage SMS est le « lieu pratiqué » (Certeau, 1980, p. 208) et signifié d'une énonciation *cryptographe*, tel l'exemple que nous avons déjà cité :

GRi1DOtrPrFerPaséLtpsJusk19hPuiGCorPasé1SuperMatinée
(Fairen, Klein, Paumier, 2006).

Cette énonciation introduit un autre lien, celui entre la communication interpersonnelle et les propriétés scripto-visuelles de l'énonciation par message écrit

27. Qu'il convient, effectivement, de ne pas considérer comme synonyme des processus de médiation et de médiatisation, mais de penser ces processus en imbrication, p. 24.

28. Pas uniquement en termes de touches qui permettent de composer le message SMS mais également en termes de taille d'objet : le téléphone tient dans la paume de la main.

non codé. Cet *autre* lien est un lien d'appropriation pour l'utilisateur : il *prend* le code écrit traditionnel et il le *modifie*. Il s'oppose à l'énonciation téléphonique par message écrit non codé qui est un lien *d'adhésion* et non d'appropriation.

Par conséquent, *en absence de la contrainte du nombre de caractères*, l'énonciation d'un message écrit téléphonique n'a ni valeur d'appropriation ni valeur de médiation pour les modalités énonciatives. En revanche, le Langage SMS modifie le rapport entre la communication interpersonnelle orale et la communication interpersonnelle écrite au profit de la configuration d'une expérience plus globale. A partir de l'expérience appliquée à la téléphonie mobile de la communication interpersonnelle nous pouvons, cette fois, projeter un usage *technologique* modèle, que nous désignons par *expérience idiosyncrétique* et que nous allons tenter de définir tirant profit de notre réflexion sur le Langage SMS.

Nous souhaitons alors poser un regard là où dispositif et appropriation se rencontrent au cœur de l'expérience numérique, expérience *multidimensionnelle* car :

- *technique* du point de vue de la transmission outillée (même si elle échappe à la maîtrise du plus grand nombre),
- *pragmatique* dans sa transmission (écrire, envoyer, recevoir un message),
- *symbolique* de par sa transmission (la circulation des messages *fige* la valeur de leur communication comme la *bonne* valeur de communication).

Ces dimensions (non spécifiques à la transmission téléphonique) déterminent la valeur sémiotique de l'échange téléphonique (lui, spécifique) à chaque fois que la relation entre ces dimensions s'y trouve modifiée. Qu'en est-il alors de la valeur sémiotique du Langage SMS fédérateur d'une appropriation créative par *savoir-faire vite et court* ?

S'ouvre une sémiotique de la transmission créative, centrée sur la valeur de communication des dispositifs numériques. Nous désignons cette valeur par expérience *idiosyncrétique*.

6. Le Langage SMS comme expérience idiosyncrétique

Par conséquent, c'est l'énonciation *expérientielle* qui nous intéresse. Nous postulons que dans le cadre du Langage SMS, le *contact à l'autre* consiste moins en une expérience de *mise en contact* qu'à une expérience d'appropriation du *contact en circulation*.

Mettre en contact désigne une expérience fonctionnelle et pragmatique centrée sur la propriété *factuelle* du lien entre téléphone mobile et usager. Il s'agit d'un contact substantiel en vue de franchir le mode virtuel pour le mode réel.

Un *contact en circulation* désigne, lui, une expérience de participation et de performance telle l'énonciation par Langage SMS. Ce contact insiste sur la propriété

expérientielle du lien « téléphone mobile/usager » déterminant un champ *potentiel* pour l'expérience. Il s'agit d'un contact substantiel par son potentiel de développement, de déploiement et de circulation.

L'expérience médiatique par contact en circulation (qui chercherait à renforcer la communication interpersonnelle comme action-réaction-interaction) emporte l'adhésion par sa valeur d'être performance à la fois sensible et raisonnée. Le Langage SMS produit de l'énonciation à *l'état brut* par l'introduction de ruptures dans un continuum (*le contact*) et le but de générer du *faire médiatique*. Aussi, l'expérience de la communication téléphonique par Langage SMS par rapport au SMS standard serait-elle caractérisée par la *sur-sémiotisation du faire médiatique*. Le terme de *sur-sémiotisation* cherche à attirer l'attention sur le fait que le Langage SMS signifie à son usager le dépassement de l'interpersonnel par le *dépassement* de l'expérience de contact connue et en vue d'une expérience de communication qui a son propre protocole sémiotique. C'est ce protocole que nous désignons par *expérience idiosyncrétique* à la suite de l'expérience idiosyncratique (Eco, 1972, p. 144) et du principe de syncrétisme en sémiotique. Les propriétés sémio-communicationnelles de l'*expérience idiosyncrétique* qui signifient le lien numérique comme lien collectivement créatif, ce lien se construit par la *consommation* d'expériences tel le Langage SMS en fonction d'un dispositif melting pot : communications interpersonnelle, self, médiatée, de masse, mixte. Il ne s'agit pas pour autant d'une somme d'expériences (le principe $A + B = A \wedge B$, évoqué au début de ces pages) mais d'une expérience syncrétisme c'est-à-dire une expérience singulière formée d'une combinatoire d'expériences hétérogènes (principe $A + B = C$).

Se profile une *instabilité* pour la finalité interpersonnelle de l'expérience téléphonique puisque le Langage SMS s'érige comme dispositif au service d'une self-communication (par principe d'écriture fragmentaire) ou communication qui serait avant tout *intrapersonnelle*.

Mais pas uniquement. Qu'en est-il du Langage SMS comme dispositif au service d'une mass-communication ou communication *extrapersonnelle* ? Serait-il le porteur d'une communication *transmédiatique* et *transpersonnelle* ?

Poser la question de l'*identité* du dispositif par rapport à l'expérience c'est poser la question de l'expérience à la fois comme similitude et comme différence par rapport aux autres expériences avec les médias. En quoi l'expérience par Langage SMS est à la fois une expérience numérique semblable aux autres et unique ? Qu'est-ce qui la rapproche d'autres expériences numériques ? Qu'est-ce qui la distingue d'autres expériences numériques ? Comment s'affirme-t-elle avec sa propre identité médiatique (du type : *je communique*) et avec sa propre identité imaginaire (du type : *je fais comme si...*) ? Bref, quelle est la valeur de médiation par Langage SMS comme tiers médiateur ?

Si nous n'abordons pas le SMS depuis l'angle de « la République ordinarique » (Sfez, 1990, p. 353), nous devons néanmoins signaler que le Langage SMS participe pleinement de la médiation numérique, il « unifie l'identité, il est source de plaisir et

de sens » (Sfez, 1990, p. 353), sans oublier qu'il s'agit aussi du plaisir des *liaisons* numériques (Casilli, 2010), symboles de *partage* et d'*influence*. Car c'est bien le processus de la scène de l'échange interpersonnel qui signifie, aussi, la dimension symbolique de la communication comme sphère d'influence collective : « les symboles répondent à des besoins de communication complexes au sein de communautés unifiées par un consensus sur des significations arbitraire et conventionnelle (...) la diffusion des symboles reflète la capacité d'une communauté à étendre sa sphère d'influence culturelle ou autre à d'autres communautés » (Mac-Cannel, 1985, p. 35-36). Aussi, le Langage SMS en tant que pratique téléphonique détermine-t-il un actant collectif paradigmatique (c'est-à-dire un groupe d'au moins deux acteurs dans une communauté d'acteurs), caractérisé par cette dimension symbolique propre aux nouvelles technologies et qui trouble les définitions, justement, de la communication interpersonnelle²⁹ et les modes de *sémiose* qui lui sont habituellement associés. C'est effectivement en déplaçant l'angle de la *signification* de *l'énoncé* à *l'échange* qu'on peut faire avancer pertinemment la réflexion sur le numérique comme pratique *per se*. Suite à ce déplacement, le Langage SMS nous a posé la question de l'écriture : est-il *opérateur spécifique* (Ropars-Wuilleumier, 1983, p. 16-25) pour questionner les processus de communication actuels ? De la même façon que pour le cinéma, il ne faut pas confondre matériaux et langages. Aussi, en fonction de la problématique de l'écriture fragmentaire, à laquelle nous avons consacré la première partie, l'analyse sémiotique doit-elle (se) poser la question suivante : est-ce que les traits pertinents que sont la brièveté, la rupture, l'exagération et le désordre du Langage SMS sont relatifs à une expérience de l'appropriation numérique ou à une expérience de la transition numérique ?

Si l'expérience idiosyncrétique est une expérience-modèle du numérique alors elle aurait son origine dans la consommation de lien médiatique. Il faudrait alors repérer les traits pertinents de son identité expérientielle car c'est par ces traits pertinents que surgira son profil.

Le Langage SMS investit alors le terrain de la problématique de l'expérience médiatique sitôt que l'on tente de penser l'existence de tout phénomène de communication comme existence sémiotique, sitôt que l'on cherche à comprendre un processus communicationnel comme un processus qui signifie sur *lui-même* avec comme outil un support ayant ou non valeur de *medium*. Aussi, le mode mobile de la communication téléphonique se présente-t-il et se pose-t-il tel un objet de savoir. Il inscrit en tant que paradigme de la communication ses propres performances dans l'univers des références médiatiques comme références sociales et plus globalement culturelles. La communication téléphonique surgit, telle une expérience, comme forme de connaissance permettant la réalisation d'une forme de vie médiatique. Au sujet de cette dernière, arrêtons-nous aux traits pertinents de la communication téléphonique en termes de *médiatisation*. Par référence au processus de

29. On l'aura compris, pour nous elle consiste en la communication de personne à personne (Lamizet et Saleh, 1997, p. 134), plutôt que de face-à-face (Balle, 2009, p. 12).

communication évoqué précédemment, la médiatisation *manifeste le mode d'appropriation du support objet de valeur*. Fondamentalement audiovisiotactile, la communication téléphonique par Langage SMS peut être décrite selon la scène prédicative suivante, si l'on accepte de l'aborder en tant que protocole de processus de médiatisation :

- l'utilisateur applique son *savoir d'un faire vite et court* sur le support. (contrairement au SMS standard qui consiste à un savoir-faire primaire de l'écrit numérique),
- le dispositif valide, *ignore, réajuste* ou rejette les actions de l'utilisateur. (contrairement au SMS standard qui procède par validation ou rejet),
- l'utilisateur accepte, *s'adapte, esquive* ou renonce au contrat médiatique (contrairement au SMS standard, où l'utilisateur accepte ou renonce au contrat médiatique),
- l'utilisateur procède par application d'un *savoir faire* qui *interagit* avec le technologique spécifique au téléphone portable (telle la saisie intuitive) (contrairement au SMS standard où l'utilisateur applique son seul pouvoir-faire).

Nous voyons alors désigner, entre Langage SMS et SMS standard, deux types de *médiatisations* porteuses de deux types d'expérience numérique :

- une expérience de la communication interpersonnelle fonctionnelle ou pragmatique (SMS standard), expérience de transition ;
- une expérience de la communication interpersonnelle performante : *ignorer/réajuster* et *s'adapter/esquiver* forment les catégories de part et d'autre du parcours d'émission/réception comme performance interpersonnelle (Langage SMS).

7. Conclusions prospectives

Dire que le Langage SMS *prédique* c'est postuler qu'il *signifie* en tant que *dispositif* à son usager modèle. Les énoncés portent la valeur *d'énonciation* téléphonique³⁰ : au bénéfice de l'échange, l'utilisateur intègre le support formel propre au Langage SMS, le nourrit, l'anime, le diffuse... bref *l'utilise* c'est-à-dire lui fait subir son idiosyncrasie, par l'invention et l'application d'un système d'écriture qu'il appelle à partager et à actualiser. Nous retrouvons ici la première composante du mot-valise, idio-synchrétique. Cette dimension *idio* est inhérente à la définition même de l'expérience, selon sa définition philosophique et son caractère constant de subjectif, difficilement éliminable (évoqué notamment par Kant).

30. On peut penser de la même façon l'énonciation télévisuelle pour le compte du communicationnel télévisuel, l'énonciation radiophonique pour le compte du communicationnel radiophonique ou encore l'énonciation scripto/scriptovisuelle de la presse écrite pour le compte du communicationnel scripto/scriptovisuelle...

Par le Langage SMS un *sujet* d'état, la communication interpersonnelle, et un *sujet* de faire, les propriétés audio-scripto-visuelles, se rencontrent et configurent un *objet*, l'expérience idiosyncrétique. Le Langage SMS introduit, au titre de tiers médiateur, une expérience transpersonnelle et inscrit la consommation créative comme la valeur de base de l'expérience idiosyncrétique.

Conformément à l'expérience comme processus de médiation (et en écho avec ceux de communication et de médiatisation), l'expérience idiosyncrétique actualise la valeur de communication du support en le confrontant aux valeurs de communication déjà en place. L'expérience idiosyncrétique n'est pas le Langage SMS mais le type numérique de *relation* et une question à laquelle doit répondre le sémioticien de la communication est la suivante : comment un processus de médiatisation numérique se signifie-t-il processus de médiation (tel qu'il peut l'être au titre de processus créatif par exemple) ?

Une approche sémiotique du *medium de communication* nous semble être au cœur de ce questionnement. Le Langage SMS comme *énonciation énoncée* (Mitropoulou, 2011, p. 8-20)³¹ selon les propriétés de l'écriture fragmentaire et au cœur de l'expérience idiosyncrétique interpelle, en effet, une sémiotique du *medium de communication*. Il s'agit d'une sémiotique qui explore la Communication comme *phénomène* des pratiques (actuellement) *numériques* en fonction des processus de *médiatisation* et qui cherche à construire une analyse spécifique (puisque sémiotique) appliquée à la *médiation numérique*, et au profit d'autres domaines d'analyse du numérique³².

Notre exposé a été le lieu d'investissement de la conception du *medium* comme le support (matériel et formel) en tant que ce qui se signifie – lors de l'énonciation – comme forme unifiée et unique *pour* la communication (Mitropoulou, 2008).

Explorée en fonction de la pratique téléphonique, cette conception de façon plus globale :

- *saisit* et *explique* le *medium de communication* au titre de médium de signification ;
- *focalise* sur une imbrication hiérarchisée des processus : de communication, de médiatisation, de médiation ;
- *articule* le surplus de signification aux promesses communicationnelles des dispositifs.

31. Ce qui permet d'intégrer une démarche méthodologiquement plus globale en sémiotique de la communication comme nous l'avons déjà suggéré.

32. Nous entendons par là que grâce à la compétence transversale caractéristique de l'approche sémiotique, les résultats de ses descriptions et analyses génèrent des perspectives pour d'autres regards disciplinaires (sociologique, psychologique, informatique, historique, esthétique, philosophique...).

Si en communiquant on ne peut pas ne pas signifier (en nous appropriant la fameuse formule de Watzlawick), le Langage SMS nous rappelle la complexité *sémiotique* de la communication interpersonnelle, la relation essentielle entre énonciation et support sans cesse renouvelée par les industries numériques pour le plus grand bonheur de la recherche en communication.

8. Bibliographie

- Anis J., *Parlez-vous texto ? Guide de nouveaux langages du réseau*, Editions Le cherche midi, Paris, 2001.
- Arabyan M., Klock-Fontanille I., (éd.) « L'écriture entre support et surface », L'Harmattan, Paris, 2005.
- Auroux S. (dir.), *Les notions philosophiques*, PUF, Paris, 1990.
- Balle F., *Médias et sociétés : édition, presse, cinéma, radio, télévision, internet*, Editions Montchrestie, Paris, 2009.
- Balpe J-P., Saleh I., Lepage D., Pay F., (coord.), *Hypertextes Hypermédias – Créer du sens à l'ère du numérique*, Hermès Science Lavoisier, Paris, 2003.
- Briant (de) V., Palau Y., *La médiation, définitions, pratiques et perspectives*, Nathan, Paris, 1999.
- Capucho M.F., « Communication verbale et communication non verbale » dans « *Communication et médias* », sous la direction d'Eric Maigret, Editions Les Notices de La documentation française, Paris, 2003.
- Casetti F., Odin R., (dir.), « Télévisions mutations », Paris, Seuil, 1990.
- Casilli A., *Les liaisons numériques – Vers une nouvelle sociabilité ?*, Paris, Seuil, 2010.
- Certeau (de) M., *Arts de faire*, Folio essais, Paris, 1980.
- Cloutier J., *La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self média ou l'ère d'Emerec*, Presses de l'Université de Montréal, 1973.
- Courtès J., *Sémiotique du langage*, Armand Colin, Paris, 2005.
- Dacheux E., « La profonde ambivalence de la communication », *La communication*, Les essentiels d'Hermès, CNRS éditions, Paris, 2011.
- Eco U., *La structure absente, Introduction à la recherche sémiotique*, Mercure de France, Paris, 1972.
- Fabri P., *Le tournant sémiotique*, Hermès Lavoisier, Paris, 2008.
- Fairon C., Klein J.R., Paumier S., *Le langage SMS : étude d'un corpus informatisé à partir de l'enquête « Faites don de vos SMS à la science »*, UCL Presses universitaires de Louvain, Louvain-la-Neuve, 2006.
- Floch J.M., *Sémiotique, marketing et communication – Sous les signes, les stratégies*, Presses universitaires de France, Paris, 1995.

- Floch J.M., « Le cinéma : syncrétisme ou écriture », *Actes sémiotiques, Bulletin VI, Sémiotiques syncrétiques*, n° 27, Paris, 1983.
- Fontanille J., *Pratiques sémiotiques*, PUF, Paris, 2008.
- Foulquié P., *Dictionnaire de la langue philosophique*, PUF, Paris, 1992.
- Garrigues P., *Poétiques du fragment*, Editions Klincksieck esthétique, Paris, 1995.
- Greimas A.J., Courtès J., *Sémiotique, dictionnaire raisonnée de la théorie du langage*, Tome 1, Editions Hachette Université, Paris, 1979.
- Groupe μ , *Traité du signe visuel - Pour une rhétorique de l'image*, Seuil, Paris, 1992.
- Guillaume-Hofgung M., *La médiation*, PUF, Paris, 2005.
- Guyaux A., *Poétique du fragment, essai sur Les Illuminations de Rimbaud*, Langages, Editions A la Balconnière, Neuchâtel, 1985.
- Jeanneret Y., *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?*, Editions Septentrion, Lille, 2011.
- Jeanneret Y., « Préface », in Paolo Fabri, *Le tournant sémiotique*, Editions Hermès Lavoisier, Paris, 2008.
- Klinkenberg J.-M., *Précis de sémiotique générale*, Editions De Boeck Université, Bruxelles, 1996.
- Lalande A., *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*, PUF, Paris, 1988.
- Lamizet B., Saleh I., *Dictionnaire encyclopédique des Sciences de l'Information et de la Communication*, Ellipses, Paris, 1997.
- Lefebvre A., *Les réseaux sociaux*, Editions M21, Paris, 2008.
- Mac-Cannel D., « Communauté et symbole », *L'actant collectif*, Bulletin des Actes Sémiotiques, Paris, 1985.
- Mangueneau D., *Les termes clés de l'analyse du discours*, Seuil, Paris, 1996.
- Mc Luhan M., *Pour comprendre les média*, Seuil, Paris, 1968.
- Met P., *Formules de la poésie, Etudes sur Ponge, Leiris, Char et Du Bouchet*, PUF Ecriture, Paris, 1999.
- Metz C., *Langage et cinéma*, Editions Albatros, Paris, 1977.
- Mitropoulou E. Novello Paglianti N., *La sémiotique des médias et ses objets*, Publications en ligne de l'association italienne de sémiotique, 2011(a). <http://www.ec-aiss.it/>.
- Mitropoulou E., « Pratiques numériques de la communication interpersonnelle », *Actes H2PTM'11, Hypermédias et pratiques numériques*, coordonné par Imad Saleh, Luc Massou, Sylvie Ieule-Merviel, Yves Jeanneret, Nasreddine Bouhai, Pierre Morelli, Editions Hermès Sciences Lavoisier, Paris, 2011(b).
- Mitropoulou E., « Le Net art : adaptation, transformation ou conversion des pratiques liées à l'art », *De l'expérience multimédia, usages et pratiques culturelles*, Nicole Pignier (dir.), Editions Hermès Lavoisier, Collection « Formes et sens », Paris, 2009.

- Mitropoulou E., « “Vers une sémiotique du médium” : une problématique à légitimer ? », *Vers une sémiotique du médium : outil, objet, pratique*, Publications en ligne des Nouveaux Actes Sémiotiques, Université de Limoges, <http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=2730>, 2008.
- Mitropoulou E., « Sémiotique et communication en nouvelles technologies », *Revue SEMEN*, n° 23, *Sémiotique et Communication, état des lieux et perspectives d'un dialogue*, Editions PUFC, Besançon, 2007(a).
- Mitropoulou E., *Médias, multimédia et interactivité : jeux de rôles et enjeux sémiotiques*, Publications en ligne des Nouveaux Actes Sémiotiques, Université de Limoges, <http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=1531>, 2007(b).
- Mucchielli A., *Étude des communications : approche par les processus*, Armand Colin, Paris, 2004.
- Olive J.P., « Fragments épars, fragments dynamiques », *Fragment, montage, démontage, collage-décollage, la défection de l'œuvre ?*, Collection Arts 8, L'Harmattan, Paris, 2004.
- Ollivier B., *Les sciences de la communication - Théories et acquis*, Armand Colin, Paris, 2007.
- Peytard J., *Problématique de l'altération des discours : reformulation et transcodage*, Langue Française, Larousse, Paris, 1984.
- Ropars-Wuilleumier M.C., « Le cinéma : syncrétisme ou écriture », *Sémiotiques syncrétiques*, Actes sémiotiques, Bulletin VI, n° 27, Paris, 1983.
- Ropars-Wuilleumier M.C., *Le texte divisé*, PUF écriture, Paris, 1981.
- Sfz L., *Critique de la communication*, Seuil, Paris, 1990.
- Souchier E., Jeanneret Y., Le Marec J., *Lire, écrire, récrire : objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Etudes et recherche, Paris, 2003.