

Les Mêmes Internet entre idiome culturel et pratique langagière au temps de la pandémie du Covid-19

Internet Memes between Cultural Idiom and Language Practice in the Time of the Covid-19 Pandemic

BENABDALLAH Imene^{1*}, YAHIAOUI Kheira²

¹Université d'Oran 2 Mohamed Ben Ahmed (Algérie),

benabdallah.imene@yahoo.fr

² Ecole normale supérieure-Oran (Algérie),

yahhiaouikeiraasma@gmail.com

Reçu le : 23/04/2023

Accepté le : 29/05/ 2023

Publié le : 16/06/2023

Résumé :

Le langage des nouveaux médias propose, au-delà des nouvelles opérations d'interactions et de navigation, de nouveaux modes de lecture et de narration à travers des formes différenciées conditionnées par le contexte. Depuis le début de la pandémie du Covid-19, l'humour a marqué les réseaux sociaux et le web. Il s'est emparé du virus, pour le tourner au ridicule ou l'utiliser pour témoigner de l'absurdité de certains comportements humains. L'humour s'est ainsi transformé en dérision pour relater les différents comportements face à ce virus, en particulier à travers les mèmes. Ce phénomène viral fait référence à des images amusantes partagées sur les réseaux sociaux qui s'introduisent sous la forme d'une image accompagnée d'un texte humoristique, ironique ou sarcastique écrit en lettres majuscules et en gras. A travers cet article, nous tentons de montrer comment les mèmes en tant que phénomène socio-discursif numérique s'est imposé comme un acte d'énonciation et une pratique langagière. Il constitue un réseau de praxis culturelles à travers une situation d'énonciation par le biais de formes textuelles qui s'apparentent à des formes rhétoriques du discours en ligne.

Mots-clés: Discours ; énonciation ; mème internet ; numérique ; réseaux sociaux.

* L'expéditeur de l'article.

Les Mèmes Internet entre idiome culturel et pratique langagière au temps de la pandémie du Covid-19

Abstract:

The language of the new media proposes, beyond the new operations of interaction and navigation, new modes of reading and narration through differentiated forms conditioned by the context. Since the beginning of the Covid-19 pandemic, humor has marked social networks and the web. It has taken hold of the virus, to ridicule it or use it to show the absurdity of certain human behaviors. Humor has thus been transformed into derision to relate the different behaviors in front of this virus, in particular through memes. This viral phenomenon refers to funny images shared on social networks that are introduced in the form of an image accompanied by a humorous, ironic or sarcastic text written in capital letters and in bold. Through this article, we try to show how memes as a digital socio-discursive phenomenon has imposed itself as an act of enunciation and a language practice. It constitutes a network of cultural praxis through a situation of enunciation by means of textual forms that are similar to rhetorical forms of online discourse.

Keywords: Speech; enunciation; internet meme; digital, social networks.

Introduction

Depuis l'avènement des moyens techniques facilitant la communication en réseaux informatiques, de nouvelles pratiques sociales se sont intégrées au quotidien de nombreux individus le confirme Marcotte (2003 : 05) :

Depuis l'avènement de l'ordinateur, certains dispositifs techniques ont permis la communication à distance avec d'autres individus par l'intermédiaire des réseaux informatiques [...] Aujourd'hui, des millions d'individus se sont appropriés ces environnements pour y développer une pratique d'échanges interpersonnels.

Dans ce contexte, les mèmes sur Internet occupent une place importante non seulement dans la culture Web 2.0 mais également au sein de la culture populaire. Ces derniers ont fait leur entrée dans les dictionnaires anglo-saxons en 2012¹.

¹ [Le dictionnaire Oxford Dictionary et Merriam-Webster a classé les mèmes parmi les 10 mots marquants de l'année 2012.](#)

Les mèmes sont des schémas contagieux d'informations culturelles qui sont transférés d'un esprit à l'autre, qui façonnent et transmettent directement les actions et les mentalités d'un groupe social (Knobel et Lankshear, 2007). Avec l'avènement des réseaux sociaux, les mèmes sont devenus une pratique de propagation et de circulation des communications, ce qui a une dimension significative dans la production et le transfert culturels (Knobel, 2006). Knobel et Lankshear (2007) ont expliqué que les mèmes incluent des mélodies populaires, des phrases clés, des modes vestimentaires, des façons de faire, des icônes, etc. Les médias sociaux utilisent les mèmes comme satire des événements sociaux en utilisant le rire comme un moyen d'adaptation collective aux différentes nouvelles (Guilmette, 2008). L'adaptation collective consiste en les réponses apprises et uniformes que la culture manifeste dans le but d'éliminer un facteur de stress pour changer l'interprétation d'une situation. Ainsi, le mème a été adopté pour décrire des contenus spécifiques se diffusant très rapidement sur Internet. Leur inscription dans les réseaux socio-numériques permet une diffusion large et rapide de certaines unités de discours social et politique.

Composante inhérente des échanges en ligne, les mèmes font l'objet de plusieurs recherches menées dans le domaine des sciences humaines et sociales et des sciences de la communication.

Nous soutenons que les mèmes peuvent évoluer pour être une mesure d'adaptation collective en réponse à des situations stressantes où l'humour est utilisé pour atténuer de tels effets. Un nombre limité d'articles ont identifié que l'utilisation de mèmes peut fonctionner de cette manière en réponse à des situations de stress en les transformant en espaces de partage d'expériences, de sentiments et de valeurs symboliques (Ask et Abidin, 2018 ; Benaim, 2018 ; Drury, 2019).

Ces figures ironiques, souvent accompagnées de messages partagés sur la Toile offrent un objet d'étude intéressant pour l'analyse des expressions et des comportements culturels. Cet article vise à rendre compte des contenus sémiolinguistiques des mèmes diffusés lors de la pandémie du coronavirus, et ce, pour comprendre comment l'humour se manifeste-t-il dans les mèmes ? quels sont les procédés linguistiques qui le véhiculent ?

Pour commencer nous tentons de comprendre comment les mèmes internet sont-ils devenus un phénomène en si peu de temps ? Il est vrai qu'ils attirent immédiatement l'attention par leur format de présentation qui est facilement identifiable et possèdent une

Les Mèmes Internet entre idiome culturel et pratique langagière au temps de la pandémie du Covid-19

particularité : celle de leur viralité car ils sont créés et partagés facilement. Cette forme graphique et cette facilité de diffusion leur permettent d'exprimer des idées qui basées en reprenant certaines habitudes, certains comportements dans des situations universelles de manière comique, ce qui les rend forcément pertinents auprès d'une large audience.

Cependant au-delà de leur aspect comique et universel, les mèmes occupent principalement une fonction d'information, de critique et quelquefois même de mobilisation. Ils se basent sur des codes actuels de la société tout en véhiculant des opinions sur des sujets divers notamment sur ceux à forte résonance sociale. Le public est ainsi exposé à une nouvelle forme de sensibilisation accessible rapidement.

1. Méthodologie et choix du corpus

La pandémie de COVID-19 est devenue une période stressante pour les individus, au cours de laquelle tout média peut devenir un facteur pouvant intensifier ces sentiments. En Algérie comme partout dans le monde, après la mise en œuvre de mesures de distanciation physique, une discussion et une prolifération d'informations ont été générées via les médias traditionnels et sociaux, ce qui a entraîné une augmentation de la diffusion de mèmes par le public. Ces mèmes, qui étaient immédiatement partagés et reflétaient dans certains cas la perception du public d'une pénurie de désinfectant pour les mains et de papier toilette, une prise de poids rapide, des visites stressantes au supermarché et des critiques de la gestion par le gouvernement de la pandémie, etc. Les mèmes dans les médias sociaux apportent une nouvelle forme de communication dans laquelle les médias numériques établissent un lien entre les individus, les messages et les connaissances culturelles.

Depuis le début de la pandémie du Covid-19, plusieurs personnes se sont retrouvées avec pour seule compagnie leur écran d'ordinateur. Les réseaux sociaux sont ainsi devenus pour la plupart d'entre eux l'unique fenêtre sur le monde extérieur. En 2020, les mèmes ont été plus que jamais le miroir d'une société affectée par cette pandémie. Sur les réseaux sociaux, les mèmes détournaient l'actualité à des fins

comiques à travers un support visuel ; celui de l'image. Ils moquaient l'absurdité de cette situation particulière en la tournant en dérision.

Cet objet culturel peut être considéré comme un idiome permettant une certaine forme de communication qui n'est plus simplement un objet humoristique mais également un outil de contestation. Certains mêmes retrouvés dans les différentes plateformes de réseaux sociaux, notamment sur tweeter, facebook, instagram... ont servi à diffuser des images et à prendre à contre-pied des discours, afin d'en montrer l'absurdité. La spécificité des mêmes réside dans leur capacité à renverser un discours, à le déplacer d'un champ à un autre pour faire apparaître son absurdité, sa singularité ainsi que son artificialité.

L'objectif de notre travail est de montrer comment, les mêmes qui ont circulé massivement sur les réseaux sociaux durant cette période, ont permis de dédramatiser une situation d'ampleur mondiale et de maintenir l'échange entre les individus. Notre démarche s'appuie une approche sémio-discursive et sociolinguistique qui nous permet d'appréhender l'humour et l'ironie comme stratégies de dédramatisation pour lutter contre la pandémie du coronavirus.

Nous tenterons dans un premier temps d'étudier l'humour et l'ironie en nous intéressant à leurs origines, leurs fonctions, leur rôle afin de montrer comment l'humour s'est opéré à travers les mêmes durant la pandémie du Coronavirus pour effectuer dans un second temps une analyse sémio-descriptive des mêmes retenus pour notre corpus.

Un même devient un facteur reproductible et sa propagation explique un phénomène social externe observable qui permet des actions entreprises par les individus, dans lesquelles l'idée transmise informe leur comportement. En ce sens, les réseaux sociaux deviennent des espaces où les gens participent à la construction sociale à travers leur expérience.

2. Origines du concept de même : cycle et diffusion

Le terme même est apparu pour la première fois dans la littérature académique avec Dawkins, (1976) qui a proposé *The Selfish Gene* (Le gène égoïste), où il a établi un modèle de changement culturel impliquant la reproduction d'idées et de connaissances. Davison (2012) explique qu'un même doit rester pendant un certain temps dans la mémoire d'un individu pour être appelé même. Selon sa durée, il aura plus de pouvoir pour influencer les autres destinataires du

Les Mèmes Internet entre idiome culturel et pratique langagière au temps de la pandémie du Covid-19

message. D'autre part, Knobel et Lankshear (2007) le définit comme des modèles contagieux d'informations culturelles qui sont transmises d'un individu à un autre et qui façonnent et transmettent directement les actions d'un groupe social donné. Pour Miltner (2018) les mèmes sont des objets médiatiques avec des caractéristiques particulières associées à des idées pour remarquer quelque chose dans un endroit particulier. Dans le monde numérique, les mèmes ont la capacité de proposer et de débattre d'un argument par le biais d'interactions visuelles et verbales (Wiggins, 2019). Wiggins (2020) explique que pour comprendre la composition visuelle et le discours du mème, il est nécessaire de considérer sa composition sémiotique, c'est-à-dire comment les signes sont observés, la manière dont un mème est produit et communiqué et comment il est reçu par les destinataires.

Les mèmes sont une nouvelle modalité qui ne se limite pas à un réseau culturel mondial. Au contraire, ils ont la faculté de générer des réseaux culturels locaux, aussi bien domestiques que privés. De la même manière qu'un virus, ont un pouvoir de répllication élevé. La répllication des mèmes est décrite comme un processus en trois étapes, qui consiste en *l'assimilation* (quelque chose qui peut être représenté), *l'expression* (émerge de la mémoire et prend une forme physique, comme la photo et la vidéo) et *la transmission* (la personne utilise un support physique pour diffuser le message) (Davison, 2012).

En effet, un mème Internet apparaît comme une forme humoristique au contenu comique appelé *contenu viral* qui se propage via le Web par vague rapide de popularité croissante et par le biais des réseaux sociaux (Renaud, 2014).

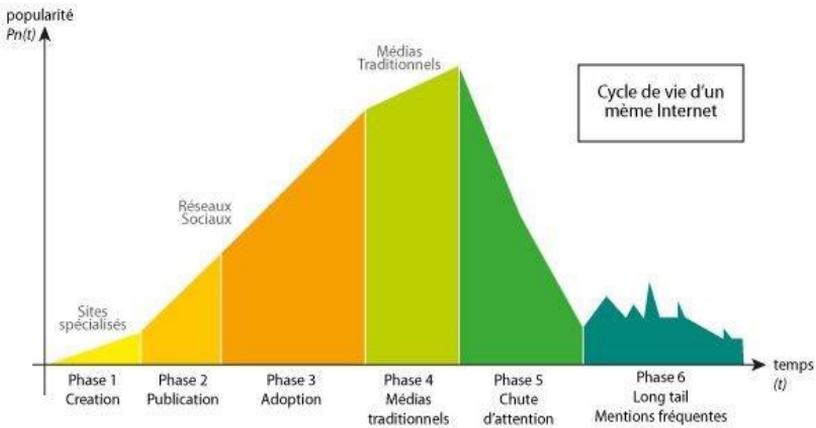


Figure 1² : Le cycle de vie informationnel suit un schéma assez caractéristique des modes de diffusion en ligne

Dans un premier temps, les mèmes sont mis en circulation de façon ciblée sur un petit nombre de sites spécialisés ce qui correspond à la phase 1 du schéma. Ils sont ensuite diffusés par un nombre assez réduit d'utilisateurs qui les publient sur les réseaux sociaux (**Bauckhage, 2011**), il s'agira alors de la phase 2. Les réseaux sociaux vont ensuite agir comme une chambre d'écho pour déterminer si le message d'origine pourrait devenir un mème ou resterait un simple message isolé. Durant cette phase 3 ou phase d'*adoption*, le mème entre en concurrence avec d'autres informations sur les réseaux sociaux (**Weng et al., 2012**).

Si l'attention générée par le mème atteint un pic important, nous passons à la phase 4, il faudrait alors environ deux heures trente pour qu'il rejoigne les pages des médias en commençant par les blogs, ensuite les sites d'information (**Leskovec, Backstrom et Kleinberg, 2009**). Ensuite, l'attention envers le mème dans la phase 5 chute. La présence de citations va contribuer dans la phase 6 au maintien de

² Renaud C., 2014, Conception d'un outil d'analyse et de visualisation des mèmes Internet, ParisTech Telecom
<https://www.researchgate.net/profile/Gilles-Puel/publication/262601822/figure/fig2/AS:667690922418184@1536201329569/Fig-A-Cycle-de-vie-dun-meme-Internet-Renaud-2014-Levolution-du-volume-de-la-diffusion.jpg>

Les Mèmes Internet entre idiome culturel et pratique langagière au temps de la pandémie du Covid-19

l'existence du mème dans certains groupes définis lors de la phase d'adoption.

Rowan (2015) précise que les mèmes apparaissent comme un reflet de la créativité et des événements collectifs à travers la singularisation. L'un de leurs effets est qu'ils ont le pouvoir d'injecter de l'humour comme mécanisme d'adaptation collectif pour éliminer les facteurs de stress. Cela se produit parce que l'utilisation de mèmes crée des identités collectives à travers des normes et des valeurs partagées et l'utilisation de mèmes réduit les effets stressants puisque l'emploi de l'humour permet de partager des expériences, des sentiments et des valeurs symboliques.

3. Typologie des mèmes

Les mèmes sont populairement connus comme un type de contenu diffusé sur les réseaux sociaux supposant une association d'éléments en une seule unité signifiante dans laquelle le texte se combine à l'image.

Il s'agit d'une expression culturelle car, en plus de divertir, **les mèmes servent** à communiquer certaines valeurs et opinions en résumant une idée collective. Les mèmes sont apparus sur internet en 2000 et, au fil du temps leur évolution et la viralisation de leur contenu ont été conditionnées par l'objectif fondamental d'internet, autrement dit le partage d'une quantité importante d'informations. Ce processus s'est développé très vite grâce aux différents réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram, Twitter ou WhatsApp.

Les mèmes Internet recourent à des formes traditionnelles de la rhétorique du langage médiatique moderne : l'humour en tant que composante discursive inhérente à ce type de discours se manifeste sous différentes formes (blague, sarcasme, ironie, etc.), le pathos quant à lui se dégage des images diffusées à travers ce support numérique.

La présentation visuelle du mème se présente sous forme d'image accompagnée le plus souvent d'une légende marquée par une typographie avec des caractères blancs contournés de noir ou inversement. Ce contraste de couleur permet de mettre en avant les légendes référant à l'image. Le principe majeur d'un mème réside dans l'assemblage du texte et de l'image dans un contexte spécifique.

Bauckhage (2011)³ a identifié des caractéristiques typiques d'après un corpus constitué d'une centaine de mèmes parmi les plus largement diffusés d'Internet, il en a ainsi retenu trois principales caractéristiques:

-Humour : Le mème doit posséder une dimension comique et accrocheuse ;

-Intertextualité : Le mème mobilise un ou des renvois à d'autres éléments culturels ou textuels, souvent implicites ;

-Juxtaposition atypique : Les éléments visuels ou sémantiques mis en jeu dans le mème ne possèdent pas de corrélations apparentes et c'est la mise en relation de plusieurs objets improbables qui en fait un objet intéressant.

Le mème Internet se caractérise par la structure de sa diffusion qui s'apparente le plus souvent à celle de la rumeur ou des news. Il possède des modes de diffusion en ligne assez spécifiques dont l'objectif est d'être mis en circulation sur un petit nombre de sites spécialisés, avant d'être repris dans une première phase par un nombre réduit d'utilisateurs qui se chargent de les publier sur les réseaux sociaux (Bauckhage, 2011).

C'est une nouvelle forme d'écriture qui se voit imposée de nouvelles contraintes dans un contexte d'énonciation numérique. En appréhendant les mèmes Internet en termes de folklore numérique, nous réalisons la relation autoréférentielle qui existe entre le mème et la culture dans laquelle il évolue. Il pourrait ainsi être défini comme une chaîne d'actes d'énonciation participant à l'invention et à la reconnaissance mutuelle d'individus comme groupe. Ainsi, les partages, les commentaires, les interprétations et les réappropriations puis les transformations peuvent être ainsi considérés comme des faits d'énonciation.

4. L'humour : forme de communication dans les réseaux sociaux

L'humour est considéré comme un genre discursif qui met en avant des stratégies de dérision ou de dénonciation et parfois même les deux à la fois. Il s'agit d'un acte de discours qui s'inscrit dans une situation de communication. C'est un *acte de langage résultant du jeu qui*

³ Bauckhage C., 2011. "Insights into internet memes." In Proc. ICWSM2011, 4.

Les Mèmes Internet entre idiome culturel et pratique langagière au temps de la pandémie du Covid-19

s'établit entre les partenaires de la situation de communication et les protagonistes de la situation d'énonciation (Charaudeau, Maingueneau, 2002).

L'acte humoristique ne se réduit pas à des jeux de mots mais s'étend à la description de la situation d'énonciation dans laquelle il apparaît, à la thématique qu'il traite et aux procédés langagiers qui le mettent en œuvre. Cette combinaison permet de créer des effets à travers un acte d'énonciation qui met en scène trois protagonistes : le locuteur, le destinataire et la cible.

Le destinataire mis en scène par l'acte humoristique dans les mèmes est souvent identifié comme complice. Il est ainsi appelé à entrer en connivence avec le locuteur, énonciateur de l'acte humoristique pour partager la vision décalée qu'il propose du monde, ainsi que le jugement qu'il porte sur la cible. Il est alors témoin de l'acte humoristique, dans ce sens Freud (1905) parle de « tiers » – susceptible de co-énoncer (phénomène d'appropriation) l'acte humoristique.

4.1.L'humour dans les mèmes : un miroir du monde en temps de Covid

Les mèmes révèlent une forme de plaisanterie qui perdrait sa totalité, si celui qui la raconte s'avisait de mentionner toutes les choses dont la connaissance est indispensable pour saisir le contexte et donc en rire. Le mème serait alors condamné à disparaître à court terme dans la mesure où le monde changerait complètement au fil du temps, et ce, pour la simple raison selon laquelle rares seront, les personnes qui comprendront ce type de plaisanteries sauf ceux qui auront vécu la pandémie du Covid-19. Et alors, il faudrait leur apporter toute une série d'explications du genre : « il s'agit d'une période qui s'est étalée sur une durée de deux années consécutives, dans laquelle nous avons perdu beaucoup de nos proches, une période où tout le monde était contraint de porter un masque. Une période où nous avons été confinés malgré nous, où le monde a presque cessé de fonctionner, les aéroports fermés, les établissements scolaires...etc

Le discours des mèmes sur la pandémie du Covid-19 s'est souvent présenté comme une description dramatique des événements engendrés par cette crise sanitaire mondiale. Selon le Petit Robert,

l'humour c'est cette *forme d'esprit qui consiste à présenter la réalité de manière à en dégager les aspects plaisants et insolites*. Sa stratégie relève d'une fonction libératrice, qui permet de dénoncer le monde et par conséquent, refléter des époques pour différentes générations.

4.2. Etude du corpus, résultats et discussions

L'annonce du confinement a provoqué un fort mouvement de panique mondial, qui s'est fait sentir dans tous les secteurs, et plus particulièrement au niveau des supermarchés où tous les rayons ont été pris d'assaut et de violents combats ont fait rage. Ce premier même se présente comme une représentation d'une réalité tout en apportant une touche humoristique sur cette situation invraisemblable. Il montre à travers une sculpture, la figure d'un père de famille accompagné de sa femme et de ses deux enfants tirant un chariot chargé de provisions chez le géant français des supermarchés Auchan.



Figure 2 : Bataille d'Auchan (2020 apr. JC)⁴

Ce même, parle de bataille ; un terme censé référer à la guerre et à la défense d'une nation. Toutefois, cette figure retrace une conception de la pandémie basée sur un individualisme déchaîné, incapable de

⁴ <https://pbs.twimg.com/media/ETZpt03X0AEduC?format=jpg&name=large>
(consulté le 10-04-2022).

Les Mêmes Internet entre idiome culturel et pratique langagière au temps de la pandémie du Covid-19

modérer sa consommation inconvenante. L'humour s'appuie ici en partie sur l'usage contrasté du support, mêlant la réalité virtuelle de l'image du même à la solidité de la pierre de la sculpture avec une symbolique de la gestuelle héroïque du père, le bras élané en avant. L'auteur de ce même vise à rendre l'acte ridicule des individus qui se ruent dans les magasins et les supermarchés en achetant des quantités illimitées d'aliments. Cet acte s'apparente à un acte héroïque et noble qui mérite d'être façonné pour représenter une œuvre d'art. Cependant, dans ce contexte cet acte est loin d'être épic, car agir de la sorte ne peut qu'accentuer la tension et l'irritation créée par la propagation du virus.

L'exemple suivant du même renvoi à des images des villes touristiques dans le monde sous le signe « avant et après la pandémie ». Les villes touristiques à travers le monde qui reçoivent des millions de touristes chaque année se sont vues marquées par un calme impressionnant à cause de la propagation du Covid-19. Les autorités contrôlaient les autorisations de déplacements des personnes.



**Figure 3 : Pandémie COVID-19 - Merde, ce virus transforme tout
le monde en pigeons⁵**

⁵ <https://knowyourmeme.com/photos/1781302-covid-19-pandemic>

Le matin, quelques citoyens sortaient faire leurs courses et l'après-midi, ils se faisaient de plus en plus rare. Les villes semblaient désertées, les jardins fermés, ainsi que les écoles, les restaurants, les cinémas, ...etc. Durant cette pandémie, les images diffusées sur les réseaux sociaux reprennent les changements de comportement liés à la propagation du Covid-19 tels e même choisis est une capture d'écran d'un tweet avec hashtag coronavirus, il montre deux photos de la place de la cathédrale de la Sagrada Familia à Barcelone en Espagne. La première prise avant la propagation du Covid montre clairement l'afflux des touristes sur la place de la cathédrale, la seconde prise durant la pandémie où seulement quelques personnes y figurent avec un grand nombre de pigeons. Ce même est également accompagné dans ce tweet d'un commentaire humoristique sous le nom de « Memezar » qui dit : « Alors le virus transforme les gens en pigeons maintenant ». Ce qui a rendu ce même amusant c'est le nombre important de pigeons dans la deuxième photo comparée à celui des gens. Sans ce texte d'accompagnement, l'image témoigne d'une situation un peu effrayante ; celle d'un monde dénué de présence humaine.



Figure 3 : Ils nous donnent ce tirage 4 ⁶

⁶ <https://i.redd.it/9swcugkki8v41.png>

Les Mêmes Internet entre idiome culturel et pratique langagière au temps de la pandémie du Covid-19

L'année 2020 aura été marquée par la crise sanitaire du Covid-19. Outre le lourd bilan humain, cette pandémie a entraîné également des conséquences économiques liées notamment aux mesures de confinement ainsi qu'à la fermeture des frontières de plusieurs pays au monde. Le port du masque, les gestes barrières et l'usage du gel hydro alcoolique ; tout le monde a dû apprendre à vivre avec l'épidémie, avec des mesures plus ou moins strictes selon les pays.

La question majeure que tout le monde se pose est la suivante : quand verrons-nous la fin de la pandémie ?

Le même est une scène reprise du film d'animation « Madagascar : escape 2 Africa », lorsque les animaux du Zoo voulaient rentrer chez eux. Ils avaient embarqué dans un vieil avion qui finit par s'écraser en Afrique. La scène est présentée en quatre images qui symbolise le moment où les animaux du Zoo demande aux pingouins quand finirait-ils la réparation de l'avion. La réponse de ces derniers a été la suivante : « les choses reviendront à la normale disant d'ici soixante-neuf semaines », le lion confond « Sixty nine weeks » équivalent de soixante-neuf semaines à « six to nine weeks » équivalent à six à neuf semaines, puis s'exclame pour comprendre mieux mais le pingouin le corrige et lui spécifie que c'est dans soixante-neuf semaines. La parodie dans ce même met en avant le jeu de mots.

Les pingouins représentent ici le gouvernement qui parle du temps à prendre pour que les choses reviennent à la norme. Le lion, quant à lui, inquiet représente la population mondiale qui attend avec impatience ce retour à la normale. L'OMS avait estimé en fin 2020 que l'épidémie du Covid-19 allait prendre fin en été 2021, et les gouvernements du monde tentaient par tous les moyens d'apaiser les esprits et de calmer les populations soucieuses.



Figure 4: Il ne nous manquait plus que ça ⁷

Avec la propagation du coronavirus à l'échelle mondiale, le masque est devenu un accessoire obligatoire bien que temporaire en raison des conditions sanitaires exceptionnelles. Il s'apparente au niqab porté dans certains pays musulmans pour couvrir le visage de la femme.

Le même présenté ci-dessus montre deux femmes musulmanes portant le voile intégral ainsi que le masque sanitaire (signe distinctif désignant la période de pandémie de coronavirus). L'une des deux s'exprime : « il nous manquait plus que ça ». il s'agit d'un détournement humoristique qui marque l'obligation du port du masque en plus du niqab faisant partie du voile qu'elle portait auparavant.

L'interprétation de l'humour dans ce même nécessite la connaissance de l'aspect culturel et religieux de certains pays musulmans.

Conclusion

Le même a trouvé un sens nouveau dans la culture populaire en décrivant des contenus qui se diffusent rapidement sur les différentes plateformes du Web et qui sont le plus souvent comiques. Le même internet offre un support intéressant qui permet une réflexion sur

⁷https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0ZTNjAgytgKXjGsvKHmt hvBsEbPKM9n6PRjS2AA4NpL15YkYs2he5FfSMKooZqEHK1&id=325189074330056&eav=AfZfPxmUteYp77eJRO6kbTtsyD6pdRcbzKy4RPWosrz44AKdqrMiXCzm9hBYhiuXIg&m_entstream_source=permalink&paipv=0&rdc=1&rdc

Les Mèmes Internet entre idiome culturel et pratique langagière au temps de la pandémie du Covid-19

l'articulation des discussions en ligne et sur l'analogie de la diffusion virale. Nous avons tenté à travers cette contribution de proposer un cadre conceptuel et méthodologique qui permet d'observer les différentes dynamiques de fonctionnement du mème d'un point de vue social, sémantique et spatio-temporel. En nous basant sur un ensemble de données recueillis sur différents réseaux sociaux.

A travers l'interprétation des mèmes retenus pour notre corpus, nous sommes arrivés à la conclusion selon laquelle le mème Internet pourrait être compris comme une forme de blague en ligne, résultant d'une énonciation spontanée de groupes distants. Le mème Internet se présente comme une expression humoristique basée à la fois sur le langage et sur l'image. L'étude des mèmes comme éléments culturels relève d'une étude folklorique ou rhétorique, plutôt qu'une recherche d'une culture formellement numérique. En effet, le mème Internet permet de comprendre et d'étudier la continuité des transformations des pratiques langagières et des comportements humains dans une dimension numérique.

Bibliographie

Alleman, B. (1978). De l'ironie en tant que principe littéraire. *Poétique*, n°36.

Ask K and Abidin C (2018) My life is a mess: self-deprecating relatability and collective identities in the memification of student issues. *Information, Communication & Society* 21(6): 834–850.

Bauchhage C., (2011). "Insights into internet memes." In Proc. ICWSM2011, 4.

Benaïm M (2018) From symbolic values to symbolic innovation: Internet-memes and innovation. *Research Policy* 47(5): 901–910.

Bendhif-Syllas, M. (2011). Humour et littérature, *acta fabula*, vol. 12, n°5, Notes de lecture.

Bouquet, B. et Riffault, J. (2010). L'humour dans les diverses formes du rire, dans *Vie sociale*, /2(N°), pp13 à 22.

Charaudeau P., Maingueneau D., dirs, (2002), *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Éd. Le Seuil.

Davison P (2012) The language of internet memes. In: Mandiberg M (ed.) *The Social Media Reader*. New York: NYU Press, pp. 120–134.

Dawkins R (1976) *The Selfish Gene*. Oxford: Oxford University Press.

Drury C (2019) The function of Internet memes in helping EMS providers cope with stress and burnout. *Paper* 499. Available at: <https://dc.etsu.edu/honors/499>

Guilmette AM (2008) Review of the psychology of humor: an integrative approach. *Canadian Psychology/ Psychologie Canadienne* 49(3): 267–268.

Kerbrat-Orecchioni, C. (1978). Problèmes de l'ironie. *Linguistique et Sémiologie*, n°2 : Presses Universitaires de Lyon.

Knobel M (2006) Memes and affinity spaces: some implications for policy and digital divides in education. *E-Learning and Digital Media* 3(3): 411–427.

Knobel M and Lankshear C (2007) Online memes, affinities, and cultural production. *A New Literacies Sampler* 29: 199–227.

Maingueneau, D. (1987). *Nouvelles tendances en analyse du discours*. Paris : Hachette.

Marcotte, Jean-François. (2003). Communautés virtuelles et sociabilité en réseaux: pour une redéfinition du lien social dans les environnements virtuels. *Revue internationale de sociologie et de sciences sociales Esprit critique*, Vol. 05, no. 04

Paquien-Seguy, F. (2007). Comment réfléchir à la formation des usages liés aux technologies de l'information et de la communication numériques ? Les Enjeux de l'information et de la communication. <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication>.

Renaud C., (2014), Conception d'un outil d'analyse et de visualisation des mèmes Internet, ParisTech Telecom. <https://www.researchgate.net/profile/Gilles->

Les Mèmes Internet entre idiome culturel et pratique langagière au temps de la pandémie du Covid-19



Rowan J (2015) *De Memes Inteligencia idiota, política rara y folclore digital*. Madrid: Capitan Swing Libros, S. L.

Wiggins BE (2019) *The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics, and Intertextuality*. London: Routledge.

Wiggins BE (2020) Boogaloo and Civil War 2: Memetic antagonism in expressions of covert activism. *New Media & Society*: 1461444820945317.