

Quand tu essaies de trouver un titre original pour parler de marqueurs énonciatifs, d'ethos discursif et de mèmes: "Euh... moi-même et mon #ChatonMignon 🥰"

Justine SIMON

Université de Franche-Comté, ÉLLIADD/CREM (France)

justine.simon@dynamots.fr

The memes shared on socio-digital networks deserve special attention as regards their semiodiscursive construction, as well as their belonging to a participative impulse. The enunciative marks present in some memes raise the question of the expression of self in the discourse construction, as the case may be, as an individual and/or collective discursive ethos. A synthetic analysis of 383 memes of #CuteKittens posted on Twitter, Instagram and TikTok highlights the different configurations observed.

Les mèmes partagés sur les réseaux socionumériques sont des objets culturels extrêmement riches qui donnent différentes perspectives d'analyse du point de vue sémiolinguistique: approche de la variété des matérialités sémiotiques représentées (texte, hypertexte, image, musique), analyse de l'interdiscursivité (notamment en lien avec les références culturelles représentées), étude de l'argumentativité (les mèmes étant souvent utilisés dans des contextes polémiques), analyse de l'hypernarrativité, etc.

L'entrée qui fait spécifiquement l'objet de la présente analyse est principalement énonciative et dialogique, tout en étant fondamentalement liée à une prise en compte de la nature plurisémiotique et participative de ces technodiscours socionumériques. Le but est de comprendre comment l'énonciation participe de la construction de différents ethos discursifs dans les mèmes. Un corpus de 383 mèmes marqués explicitement du point de vue énonciatif (présence de marques élocutives et allocutives) a été réalisé pour répondre à ce questionnement. Ces mèmes – postés sur Twitter, Instagram et TikTok entre octobre 2021 et janvier 2022 – ont tous été créés à partir de la représentation d'un chat – figure emblématique de la culture geek depuis les années 1990. L'hypothèse défendue est que l'usage de ces marques énonciatives répond à des règles discursives implicites. Les mèmes

correspondent en effet à une forme de langage vernaculaire possédant ses propres codes. Qu'en est-il des econfigurations énonciatives observées et que nous apportent-elles en lien avec les notions de dialogisme et d'ethos? Mais encore, la pratique discursive commune et partagée répond-elle vraiment à un respect des règles, ou la contagion mémétique pousse-t-elle à les enfreindre? La première partie de cet article situe ces problématiques dans une dialectique mémétique articulant les niveaux individuel et collectif. Une deuxième partie présente le cadre théorique et méthodologique. Une synthèse analytique se consacre enfin aux ethos construits dans le discours à partir de cette entrée énonciative questionnée en fonction des caractéristiques spécifiques propres aux mèmes.

1. La mémétique et les mèmes

1.1 *La mémétique : une dialectique individuel/collectif*

Introduite dès les années 1990 par Henry Jenkins (2013 [2006]), la notion de culture participative numérique met en valeur les différentes expériences sociales vécues au sein de communautés en ligne. La participation est pensée en tant que forme culturelle – au sens anthropologique du terme – et non en tant qu'interaction primaire entre l'utilisateur et la technologie numérique. Cette manière de voir envisage le numérique comme un écosystème social ne pouvant se réduire à un simple outil. Pour Laurence Allard (2016), le processus de socialisation est aussi pensé comme essentiel à travers le partage de contenus créatifs. L'ethnographe américaine danah boyd (2011) – qui insiste pour que son nom soit écrit avec des minuscules – met également en lumière cette sociabilité numérique dans la définition qu'elle donne de l'expérience mémétique. Elle souligne qu'à travers les usages créatifs et ludiques, les publics connectés négocient leur identité et renforcent leurs liens au sein de leur communauté.

La mémétique – telle que nous la définissons – est une expérience sociale créatrice ludique et/ou transgressive. Elle invite à respecter un certain nombre

de règles sociodiscursives correspondant aux normes d'un groupe socionumérique tout en suscitant la créativité individuelle. Ce processus dynamique s'inscrit dans une double logique de respect de formes de régularité et de contraintes collectives ainsi que de réappropriation et de réinvention individuelle. Le processus de réappropriation mémétique est ainsi perçu comme étroitement lié au désir individuel de créer et/ou de relever un défi, dans un objectif général de reconnaissance par le *nous*.

La mémétique est ainsi essentiellement pensée en tant que processus de socialisation. Elle implique l'établissement de certaines règles implicites et intègre la dimension transgressive parmi ses codes. L'esprit décalé propre à la culture des mèmes s'inscrit en effet dans une tradition née au sein de réseaux alternatifs et dont l'objectif initial visait à contester un ordre établi. C'est ce qui détermine la culture du remix (Allard, 2016). Cette expérience esthétique collective se caractérise par l'art du détournement, la pratique de rapprochements incongrus, la prise en compte décomplexée du rôle de l'erreur ou encore l'exploitation de la facette ringarde de la nostalgie¹.

Le processus de réappropriation mémétique implique, enfin, le resserrement des liens sociaux. Celui-ci est étroitement lié à une recherche de "plaisir connecté". La complicité et la connivence – souvent favorisées par un humour décalé – consolident ce que Camille Alloing appelle les communautés "affectives" (2021).

1.2 Définition du mème en contexte socionumérique

¹ La transgression propre à la culture du remix est selon nous à rapprocher de la conception du discours carnavalesque de Mikhaïl Bakhtine (1970), qui s'accomplit sur le mode de l'opposition sociale et politique à la culture dominante. Elle rejoint aussi la réflexion sociologique développée par Michel de Certeau sur le braconnage culturel (1990). À propos du rôle de l'erreur, voir en outre le questionnement de l'esthétique du "glitch" en contexte postdigital (Wagener, 2022: 31-35). Les nostalgies contemporaines sont encore étudiées dans différents travaux récents (voir Fantin, Fevry & Niemeyer (dirs), 2021), et font directement écho à la question des mèmes.

La mémétique est définie en tant que processus social dynamique de production de mèmes et le mème est quant à lui envisagé en tant que résultat de ce processus, prenant la forme d'un discours, ou plutôt d'un technodiscours plurisémiotique au fort potentiel de réappropriation.

Le mème, en tant que "technographisme" (Paveau, 2017; 2019), est une production plurisémiotique numérique native plus ou moins ludique et/ou transgressive. Son processus de sémiologie se réalise à partir d'une combinaison de composantes plurisémiotiques variées: verbales – orales ou scripturales –, visuelles – fixes ou animées –, et sonores – bruitages ou musiques.

Le mème se caractérise par son fort potentiel de réappropriation par "réplication" ou par "variation" (Bonenfant, 2014). La réplication relève d'un faible degré de réappropriation (reproduction à l'identique) tandis que la variation est caractérisée par un plus fort degré de réappropriation (où l'on peut encore distinguer différents types de transformation – intertextuelle ou hypertextuelle –, dans la lignée des travaux de Genette, 1982, Lugrin, 2006 et Jost, 2022).

Les mèmes sémiodiscursifs dialogiques interdiscursifs (Simon, 2021) sont des mèmes réalisés à partir de références culturelles partagées accessibles au plus grand nombre – ces éléments culturels étant appelés "réfèrèmes", selon la terminologie proposée par Albin Wagener (2022: 63).

La particularité du partage de mèmes sur les réseaux socionumériques est que ceux-ci sont accompagnés d'un discours d'escorte² pouvant être "hypertextualisé" (Simon (dir.), 2018). Comme nous le soulignons dans l'analyse qui suit, le rôle du discours d'escorte varie selon les usages et en

² C'est dans la tradition littéraire qu'apparaît la notion de "discours d'escorte" à partir des travaux de Gérard Genette (1982). Dans la continuité des recherches en analyse du discours qui mettent l'accent sur son caractère dialogique et interdiscursif, cette notion a par la suite été reprise pour analyser des discours apparaissant sur des dispositifs numériques (Rabatel, 2010; Simon, Toullec & al., 2017; Simon (dir.), 2018). Dans une problématique interdiscursive, le discours d'escorte relève d'un acte d'énonciation. Appliquée à l'étude de notre corpus de publications contenant une image au sens large, nous proposons la définition suivante : le discours d'escorte est un discours original qui accompagne l'image partagée et qui donne des indications de lecture et d'interprétation de celle-ci.

fonction du réseau socionumérique. Au verbal, visuel et sonore, s'ajoute donc la composante hypertextuelle (rôle des mentions et des hashtags notamment). Les configurations technodiscursives des mèmes sont enfin extrêmement variées et sont amenées à évoluer. Elles ne se résument pas aux mèmes standardisés créés avec des images macros (ou *templates*). Leur réalisation et leur partage dépendent des affordances technodiscursives³ propres à chaque réseau.

2. #ChatonsMignons: cadre théorique et méthodologique

2.1 *Le projet de recherche #ChatonsMignons*

L'analyse des marques énonciatives élocutives et allocutives présentes dans les mèmes donne l'occasion de réinterroger les approches énonciatives dans une approche discursive participative. Cette initiative prend place au sein d'un projet de recherche plus global nommé #ChatonsMignons.

Ce projet intitulé #ChatonsMignons interroge la question de la circulation virale de contenus *via* les réseaux socionumériques (Simon, 2024a à paraître), à partir de l'analyse de 4000 publications, dont plus d'un quart correspond à des mèmes (276 mèmes ont été partagés sur Twitter, 548 sur Instagram et 243 sur TikTok).

Le fil conducteur du projet général est relatif au partage viral d'images de chats, qui apparaît comme un "objet trivial" – au sens d'Yves Jeanneret (2014) –, puisqu'il est porteur de valeurs au carrefour des usages socionumériques ("*trivium*" signifiant "carrefour"). La viralité du #ChatonMignon s'explique par différents facteurs d'ordre social, économique, stratégique, participatif et affectif. La dimension affective joue un rôle central dans cette circulation virale

³ La notion d'affordance s'inscrit dans plusieurs théories de l'action. En analyse du discours numérique, elle a été travaillée par plusieurs auteur.es à propos de différents dispositifs technodiscursifs (voir Ghiliss, Perea & Ruchon (dirs), 2019; Paveau, 2017; 2019; ou encore Lacaze, 2022). Elle s'applique dans les études des espaces numériques pour analyser les interactions entre l'utilisateur et son environnement technologique.

– le chat se mettant au service d'un capitalisme attentionnel saillant (au profit des plateformes prioritairement⁴). Il est de plus un ingrédient de sociabilité renforçant les liens établis entre les membres des communautés siconumériques. La viralité du #ChatonMignon est également interrogée dans différents contextes d'instrumentalisation en tant que: moyen promotionnel pour les marques, stratégie d'influence pour les partis politiques ou encore moyen de contestation sociopolitique pour les contre-publics.

Ces différentes entrées analytiques ont pour but d'essayer de comprendre pourquoi le chat a une place si importante à travers les espaces numériques et en quoi les pratiques discursives sont impactées par cette viralité.

L'approche mémétique – que nous nommons "culture du chat remixé" – est l'une des entrées spécifiques développées dans ce projet général. Celle-ci est étroitement liée à ces problématiques sociale, économique, stratégique ou encore affective. La culture du chat remixé est une pierre angulaire au sein du questionnement portant sur la viralité.

2.2 *Considérations méthodologiques*

Méthodologiquement, la constitution du corpus de publications s'est réalisée à partir de réseaux siconumériques publics (Twitter, Instagram et TikTok). L'objectif du projet général a été de récupérer des publications partageant des images de chats, même si la désignation du "chat" n'était pas présente dans le discours d'escorte. Ne disposant pas de l'outillage technologique permettant de constituer un corpus à l'aide de la reconnaissance d'images, nous avons fait le choix de mener une démarche mixte croisant: une veille de contenus sur nos pages personnelles, une recherche par mots-clés (mots-clés et/ou hashtags) et un suivi des activités par comptes ciblés. 4000 publications ont été collectées sur un empan chronologique de quatre mois sur ces trois réseaux (octobre 2021-janvier 2022).

⁴ Voir sur l'économie numérique des émotions les travaux d'Alloing & Pierre (2017) et à propos de l'économie capitaliste lucrative autour de l'objet attentionnel "celebrity cats", voir l'ouvrage de White (2020: 91-106).

Comme indiqué plus haut, les mèmes de #ChatonsMignons correspondent à plus d'un quart des publications récoltées dans le cadre de ce projet général. À l'intérieur de ce sous-corpus de mèmes⁵, nous avons regroupé 383 mèmes marqués explicitement du point de vue énonciatif (soit 9,5% du corpus total: 127 mèmes marqués énonciativement ont été partagés sur Twitter, 156 sur Instagram et 100 sur TikTok).

	Corpus total (en nb de publications)	Sous-corpus de mèmes (en nb de publications)	% de mèmes au sein du corpus total	Sous-corpus de mèmes uniquement réappropriés par variation (en nb de publications)	% de mèmes réappropriés par variation au sein du sous-corpus de mèmes	Sous-corpus de mèmes marqués énonciativement (en nb de publications)	% de mèmes marqués énonciativement au sein du sous-corpus de mèmes réappropriés par variation
Twitter	1381	276	19,9%	260	94%	127	48,8%
Instagram	1313	548	41,7%	280	51%	156	55,7%
TikTok	1306	243	18,6%	195	80%	100	51,2%
Total	4000	1067	26,6%	735	68,8%	383	52,1%

Fig.1. Catégorisation des mèmes partagés et représentativité au sein du corpus général

Le sous-corpus de mèmes marqués énonciativement a été réalisé sur la base de la présence de marques élocutives et/ou allocutives explicites. Celles-ci pouvaient être présentes, en français ou en *anglais*, au niveau du discours d'escorte et/ou de l'image partagée (marques orales et/ou scripturales): pronoms personnels sujets (*je, I, tu, you, nous, we, vous, you*), adjectifs

⁵ Les 1067 mèmes réunis relèvent de trois modalités de réappropriation: par circulation, réplique et variation. Cette distinction de trois modalités est faite dans la lignée du modèle proposé par Limor Shifman (2014) qui différencie "trois niveaux de succès" – ou de "viralité": le succès viral, le succès mémétique et le succès viral et mémétique. Dans le cas de la circulation (en lien avec le succès viral), l'image est virale, elle circule énormément. Elle possède un fort potentiel mémétique mais ne correspond pas à la définition du mème au sens restreint. La distinction entre "réplique" et "variation" a été évoquée plus haut. Elle est proposée par Maude Bonenfant (2014). Dans les deux cas, la réappropriation est bien le résultat d'un acte d'énonciation individuel mais le degré d'intervention est distinct d'une catégorie à une autre. La "réplique" relaie le mème viral quasiment à l'identique. C'est une simple copie, un double qui se veut fidèle au mème d'origine. Les mèmes réalisés par "variation" rejoignent quant à eux la définition de la mémétique au sens restreint, en tant qu'expérience créatrice partagée ludique et/ou transgressive explorant différents processus de transformation (détournements, mashups, covers, etc.). Avec la variation, les internautes interviennent directement sur le contenu partagé. Les formes d'altérations sont multiples et variées. Le résultat peut en outre être très éloigné du mème initial, comme dans le cas des mèmes "faits maison" explicités plus bas (Simon, 2024b à paraître).

possessifs (mon, ma, mes, *my*, ton, ta, tes, *your*, notre, nos, *our*, votre, vos, *your*), pronoms possessifs (le mien, la mienne, les miens, les miennes, *mine*, le tien, la tienne, les tiens, les tiennes, *yours*, la nôtre, le nôtre, les nôtres, *ours*, la vôtre, le vôtre, les vôtres, *yours*), pronoms personnels compléments (moi, *me*, toi, *you*, nous, *us*, vous, *you*) et/ou pronoms personnels réflexifs (moi-même, *myself*, toi-même, *yourself*, nous-mêmes, *ourselves*, vous-mêmes, *yourselves*).

2.3 *Dialogisme et ethos discursif : deux notions clés*

Précisons que ce cadre théorique et méthodologique prend en considération le paradigme dialogique issu des textes de Bakhtine qui considère que tout discours est traversé de manière constitutive par d'autres voix (Lugrin, 2006; Moirand, 2002; Rabatel, 2004; Simon, 2011; Volochinov, 1977 [1929]). Une distinction est reprise entre "dialogisme interlocutif" – relation de dialogue *in absentia* avec d'autres discours à venir – et "dialogisme interdiscursif" – entrelacement d'une multitude de voix présentes dans un discours, tel un millefeuille composé, chargé, habité d'innombrables déjà-dits. L'analyse soulignera les différentes relations que le marquage énonciatif crée en lien avec ces deux formes de dialogisme.

D'autre part, notre approche se construit dans la lignée des travaux portant sur l'éthos discursif. Cette notion – entre autres travaillée par Ruth Amossy (2010) et Dominique Maingueneau (2015) – correspond à l'image de soi construite dans le discours⁶. L'éthos discursif collectif désigne quant à lui l'ensemble des marqueurs de l'inscription d'un *nous* dans le discours. Il construit une image unifiée d'un collectif (Amossy & Orkibi (dirs), 2021). L'éthos discursif socionumérique qui peut être réalisé à partir du partage de mêmes se caractérise ainsi par une construction dans le discours de l'image de soi présentée aux yeux de sa communauté. L'éthos construit peut être orienté à

⁶ Précisons que travaillant sur des publications plurisémiotiques, nous proposons d'élargir les marques de construction d'un ethos discursif à toute trace verbale – orale ou scripturale –, visuelle – fixe ou animée –, sonore – bruitage ou musique – et hypertextuelle.

- 34 Quand tu essaies de trouver un titre original pour parler de marqueurs énonciatifs, d'éthos discursif et de mèmes: "Euh... moi-même et mon #ChatonMignon"

l'échelle individuelle (se mettre soi en avant) ou collectif (valoriser un *nous*, présenté en tant qu'élargissement du *moi*).

3. Mèmes et ethos discursifs : analyse en contexte socionumérique

Le langage vernaculaire utilisé par les communautés de mèmeur.euses est caractérisé par une dimension transgressive et décalée. Cette affirmation peut être perçue comme étant paradoxale si l'on considère la transgression comme un mode de réappropriation d'un langage commun. Pour revenir sur notre questionnement initial, il est important de se demander en toile de fond si la réappropriation mémétique répond à un respect de règles communes ou si la contagion mémétique pousse les internautes à enfreindre ces règles.

L'analyse de notre corpus montre que la pratique mémétique engendre une variété de configurations discursives allant du respect de formes de régularités à la réinvention de ces contraintes, en fonction des affordances technodiscursives propres à chaque réseau.

Dans le processus mémétique, nous considérons également que la présentation de soi naît dans une dynamique dialogale intrinsèque⁷. Elle s'oriente vers le *vous* et n'est jamais totalement isolée de l'appartenance à un *nous* collectif. Le *continuum* de la chaîne dialogique est à la base de la construction mémétique. Parler de soi devient par conséquent un moyen constitutif de revendiquer une appartenance à un groupe – ce qui rejoint la notion de dialogisme interlocutif⁸.

⁷ Cette remarque vaut pour l'énonciation en général, d'ailleurs. Le "je" porte constitutivement le "tu".

⁸ Les mèmes, en tant que nœuds aux forts potentiels de reproductions au sein de la grande toile du web, se définissent à travers leur caractère dialogique interlocutif de manière constitutive. Ces technographismes sont inscrits dans un continuum, et sont ainsi massivement repris, réappropriés, déclinés. Les mèmes inscrivent de plus implicitement la réaction possible de leur communauté: en ligne (par réplique: partager, commenter, aimer; ou par variation: détourner à son tour) et hors ligne (dimension performative menant à une action dans l'espace public hors ligne: manifester, voter, etc.). Ces deux incitations à réagir peuvent être explicitées dans le

Cela dit, le choix des marques énonciatives permet de mettre en lumière différents degrés de présentation de soi construisant des ethos discursifs tournés tantôt vers l'individuel, tantôt vers le collectif. La répartition est loin d'être binaire. Nous nous projetons plutôt à travers une échelle graduée. On parlera de mêmes autocentrés dans les cas où l'énonciateur est mis au centre du discours (ethos discursif individuel) et de mêmes hétérocentrés lorsque l'accent est mis sur le collectif (ethos discursif collectif).

3.1 *Mêmes autocentrés et ethos discursifs individuels*

Les mêmes autocentrés sont le résultat d'une écriture de soi décalée. Une tension est ainsi créée entre recherche d'authenticité et adoption d'un regard qui se veut original. Les ethos construits dans le discours sont pour la majorité imprégnés de cette dualité.

Du point de vue énonciatif, cet aspect décalé est très souvent observé à travers un appareillage énonciatif décentré. Le sujet parlant qui s'exprime avec un "je" peut se projeter dans un "tu" et inversement. Les marques élocutives et allocutives sont souvent non conformes à l'usage "courant". L'usage du "je" n'atteste pas que d'une simple linguistique de soi, il implique une reconnaissance collective et il en est de même pour le "tu". Ce non-alignement énonciatif créant un ethos décentré est caractéristique de la culture du chat remixé et de sa dynamique interlocutive.

L'exemple suivant – dont l'image représente un chat ayant mis ses pattes dans la peinture – utilise cette énonciation décalée: "Quand tu essaies d'occuper des enfants à la maison sans avoir intégré le paramètre chat..." (Twitter, 10 octobre 2021)⁹.

discours de manière montrée (dialogisme interlocutif montré). Dans le cas des mêmes étudiés en contexte socionumérique, ces consignes apparaissent généralement dans le discours d'escorte.

⁹ Tous les exemples reproduits dans cet article sont repris tels quels, sans correction orthographique.

- 34 Quand tu essaies de trouver un titre original pour parler de marqueurs énonciatifs, d'ethos discursif et de mèmes: "Euh... moi-même et mon #ChatonMignon"

Quand tu essaies d'occuper des enfants à la maison sans avoir intégré le paramètre « chat »... 😊



4:58 PM · 10 oct. 2021

81 Reposts 12 citations 1257 J'aime 12 Signets

Fig.2. Mème autocentré à énonciation décalée (Twitter, 10 octobre 2021, © @clairesecail)

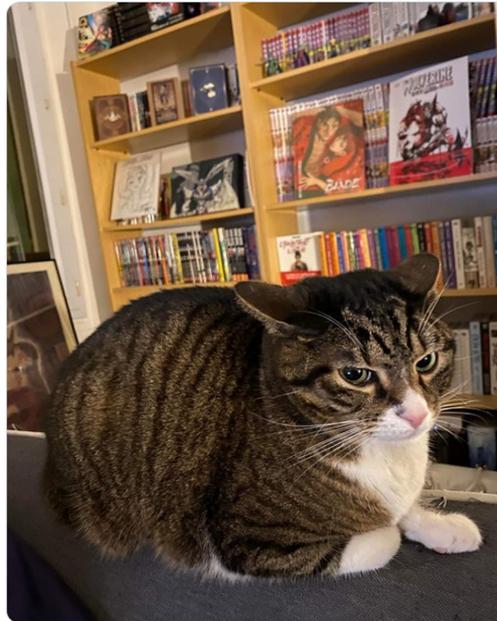
Le "tu" représente le "je" mais inclut aussi implicitement toutes les personnes qui auraient vécu une expérience similaire (contexte familial où le chat perturbe une activité). Une dialectique est ainsi créée entre l'individu et le collectif, tout en privilégiant le récit d'expérience individuelle. Et la relation de dialogue instaurée avec les destinataires visés est renforcée par une unité phraséologique figée réappropriée dans le discours d'escorte ("Quand tu"). La construction technodiscursive du mème est, qui plus est, propre au réseau Twitter: le mème est le résultat d'une dynamique entre discours d'escorte et image insérée, les deux éléments ne pouvant être séparés.

Dans les mèmes autocentrés, le degré d'authenticité peut être mis en avant de manière forte à travers le récit d'une situation (soi-disant) réellement vécue ou à travers une narration plus tournée vers la fiction.

La création d'un mème à partir d'un visuel de chat peut tout d'abord être un moyen de ne parler *que* de la vie personnelle du twitto – le chat étant

secondaire ou illustratif. Dans un tweet publié le 13 novembre 2021, une personne partage la photographie de son chat faisant une mimique de contrariété, les oreilles en arrière et le regard froncé. Le discours d'escorte est le suivant: "Ce soir je reçois des amis et de la famille à la maison, dans une bonne ambiance. Mon chat: [photographie du chat dans un environnement domestique]".

Ce soir je reçois des amis et de la famille à la maison, dans une bonne ambiance.
Mon chat :



11:05 PM · 13 nov. 2021

4 Reposts 106 J'aime

Fig.3. Mème autocentré et ethos de convivialité décalée (Twitter, 13 novembre 2021, © @Kessentchu)

Le récit qui est livré porte sur une anticipation fictive de la réaction du chat, qui serait contrarié par la future soirée. Mais l'objectif principal pour le narrateur.trice-personnage semble être d'exposer une partie de son intimité dans le but de créer une complicité avec sa communauté. L'ethos construit est un ethos de sympathie et de convivialité, avec une entrée légèrement décalée. On peut aussi parler d'ethos de dévoilement de la vie privée, en lien avec le principe d'extimité travaillé par Serge Tisseron (2011): le chat est tout simplement un prétexte pour parler de soi, de sa vie privée sur une plateforme publique.

Les exemples les plus courants correspondent ensuite à des récits de la vie quotidienne centrés sur le chat, en tant que compagnon de vie. Le chat est l'acteur ou le témoin de scènes ordinaires partagées au fil des événements qui ponctuent l'année (halloween, premières neiges, fêtes de fin d'année). Le chat peut être critiqué avec tendresse, moqué ou adulé. Un.e twitto publie ainsi une comparaison visuelle s'amusant de la personnalité de l'animal pouvant simultanément montrer un ressenti et percevoir une autre réalité: "Mon chat dans sa tête [photographie d'un tigre], mon chat quand le camion de poubelle passe [photographie d'un chat planqué apeuré]" (Twitter, 5 janvier 2022).

Mon chat dans sa tête / mon chat quand le camion poubelle passe.



3:50 PM · 5 janv. 2022

9 Reposts 1 citation 60 J'aime

Fig.4. Mème autocentré : comparaison visuelle (Twitter, 5 janvier 2022, © @lagrenouille7)

L'interprétation est bien évidemment projetée mais correspond à des représentations stéréotypées communes attribuées à l'animal domestique.

Les références interdiscursives ont également une place importante dans le partage de mèmes autocentrés. Les références citées peuvent être enfantines ou ringardes. Une publication fait ainsi référence à l'une des musiques les plus virales du web pour s'en distancier avec humour: "Me singing Baby Shark Doo Doo. My cat: [photographie d'un chat *lambda* faisant la moue]" (Twitter, 18 octobre 2021)¹⁰. L'usage de l'adjectif possessif "*my*" est ici très distancié d'une réalité montrée même si l'on peut supposer que cette situation a été vraiment

¹⁰ Traduit: "Moi en train de chanter Baby Shark Doo Doo. Mon chat:".

vécue. La photographie partagée n'est d'ailleurs pas une image originale d'un chat domestique. L'énonciation élocutive sert ici de tremplin à la blague visuelle.

Me singing Baby Shark Doo Doo

My cat:

[Traduire le post](#)



11:16 AM · 18 oct. 2021

33 J'aime

Fig.5. Mème autocentré et référence interdiscursive (Twitter, 18 octobre 2021, © @Fluffy_Lamby)

La plateforme TikTok offre en outre des potentialités technodiscursives poussées permettant de mettre en avant cette authenticité, tout en se référant à une culture partagée. Dans plusieurs exemples rencontrés (résultat d'une tendance du moment; appelée "*trend*"), des internautes se sont filmé.es avec une image incrustée sur leur front, faisant apparaître un défilement de mèmes de chats qui ont marqué le web; la communauté des fans de chats pouvant reconnaître plusieurs figures très représentatives: Sad cat, Crying cat, Caughing cat, ou encore Grumpy cat, etc. Pour accompagner ces vidéos, certain.es internautes inscrivent leur subjectivité à travers un marquage énonciatif émotionnel, ironique ou critique dans le discours d'escorte ou dans le texte inséré directement sur l'image: "It's supposed to give you the cat

meme that you look like [belle jeune femme souriante où le Crying cat est superposé]" (TikTok, 16 janvier 2022)¹¹. Ces configurations, qui s'éloignent du mème traditionnel, exploitent l'expression d'une subjectivité souvent décalée. L'ethos axiologique qui est construit à partir d'une énonciation subjective peut dévoiler une réaction affective.

Les cas de figures les plus rencontrés dans notre corpus correspondent ensuite à des mèmes autocentrés relevant de la narrativité; ou plutôt de l'hypernarrativité (Boursier, 2021), s'agissant dans la majorité des cas de récits éclatés, repris à l'échelle du processus mémétique hypertextuel.

La figure de l'anthropomorphisme est bien connue dans la création de mèmes de LOLcats (Goudet, 2016). Présentes de manière forte à travers les trois réseaux étudiés, les représentations de chats mis en scène dans les mèmes constituent des moyens détournés pour parler de soi. On peut dans ces cas parler de construction d'ethos individuels décalés ou anthropomorphisés.

Les mèmes autocentrés se réalisent en outre aussi à partir de représentations de fausses citations, ce qui est fréquent dans les mèmes de LOLcats faisant parler les chats. Les prosopopées créées utilisent souvent un langage écorché, enfantin. Voici un exemple de réalisation d'un mème fait maison¹² qui donne la parole au chat pour vanter les qualités de sa "maman": "Thanks to my moms photoshop skills I became #nyancat" (Instagram, 12 décembre 2021)¹³. L'énonciation élocutive enfantine crée de l'affectivité, un ingrédient précieux au service de la viralité. Le hashtag rassembleur #nyancat renforce

¹¹ Traduit: "C'est supposé te donner l'image du mème de chat qui te ressemble".

¹² La catégorie de mème "fait maison" (Simon, 2024b à paraître) est proposée pour désigner les mèmes qui arrivent au paroxysme de la créativité individuelle. Le mème fait maison est le résultat d'un processus de réappropriation s'inscrivant au sommet de la variation du fait de son haut degré de subjectivité et de sa forte originalité créative. Les mèmes faits maison sont la plupart du temps réalisés à partir d'images de chats originaux (chat domestique pris en photo ou filmé dans l'intimité).

¹³ Traduit: "Grâce aux compétences d'utilisation de photoshop de ma maman, je me suis transformé en #nyancat".

en outre implicitement les liens de la communauté des fans de chats, qui reconnaîtront facilement la référence partagée.

Dans les réalisations mémétiques anthropomorphiques, certes, le chat est l'acteur de l'action, mais l'énonciation renvoie au.à la narrateur.trice-personnage grimé en chat. Nous sommes à un niveau "métadiégétique" dans le sens où l'on crée un récit enchâssé dans un autre récit grâce à l'analogie: le récit mis en avant à travers le chat représente un deuxième récit, celui du.de la narrateur.trice-personnage¹⁴. Ce dernier fait l'expérience de se projeter dans l'image de l'animal. Cet enchâssement de deux récits est une configuration très courante des mèmes autocentrés, qui n'hésitent pas à exagérer la dimension affective pour gagner en effet humoristique ou pour garantir un impact plus cinglant. Un mème est ainsi construit sur Instagram où le.la narrateur.trice-personnage incarne l'image d'un chat effrayé. L'annotation directement insérée sur l'image permet de représenter l'état émotionnel du.de la narrateur.trice principal.e dont les nerfs sont à vif. Les textes juxtaposés "my anxiety" et "literally nothing"¹⁵ créent à la fois un ethos d'auto-dérision et d'introspection émotionnelle (Instagram, 10 octobre 2021). Ces créations hypernarratives constituent des miroirs où le chat représente à travers sa kinésique (regard, mimique ou posture) ce qui est en réalité pensé ou ressenti par le narrateur principal. C'est l'un des ressorts du tragico-comique de ce type de mèmes, qui construisent un ethos de confiance et de recherche d'empathie.

Le marquage énonciatif anthropomorphique est rarement transgressé. L'énonciation individuelle élocutive (à l'aide d'un "je") ou allocutive ("tu") se projette dans l'attitude ou le ressenti de l'animal représenté. Mais nous avons

¹⁴ Cette manière de faire peut encore être analysée à la lumière de la définition du carnaval proposée par Mikhaïl Bakhtine (1970): on inverse les rôles de façon symbolique pour effacer les hiérarchies instituées entre le noble et le trivial. L'humain se métamorphose en animal pour effacer la frontière séparant humain et animal. Qui plus est, le masque animalier autorise une plus forte expression des émotions. C'est un constat qui est fait par Anne Simon (2012) à propos des métamorphoses animales dans les romans contemporains. L'expérience de la métamorphose humanimale est selon elle un moyen pour le narrateur d'extérioriser de manière plus forte des sensations ressenties.

¹⁵ Traduit: "mon anxiété" et "rien du tout".

toutefois rencontré un exemple atypique sur Twitter où le mème ne respecte pas la construction mémétique ordinaire. Dans l'exemple ci-dessous, le discours d'escorte pourrait être formulé de la manière suivante: "Moi quand je me pose enfin à l'heure de l'apéro" ou "Moi, installé depuis 17h15 prêt pour l'apéro #Caturday". Mais le discours d'escorte est le suivant : "moi quand je suis un chat qui boit du vin". La projection anthropomorphique ne fonctionne plus. Nous ne pouvons pas dire si cette formulation atypique est volontaire ou non mais il est intéressant de souligner que ce mème concerne une image d'un chat nouvellement reconnu par la sphère de mèmeur.euses, sans que sa désignation soit encore stabilisée (il s'agit du "chat qui boit du vin", ce mème a gagné en popularité à partir de 2021).

moi quand je suis un chat qui boit du vin



9:15 PM · 21 nov. 2021

4 Retweets 157 J'aime

Fig.6. Mème autocentré à usage transgressif (Twitter, 21 novembre 2021, © @OPcrotte)

Les mèmes autocentrés permettent en résumé de parler de soi tout en consolidant des liens de connivence avec les membres d'une communauté ciblée (avec une communauté de collègues enseignant.es-chercheur.es, ou avec une communauté qui a l'expérience des enfants et des chats ou encore qui connaît tous les mèmes de chats). Ce degré de connivence dépend bien de la nature de la cible que l'on souhaite toucher et de l'objectif

communicationnel visé (faire rire, critiquer, parler de son quotidien, partager une expérience professionnelle, etc.). Ces objectifs peuvent sensiblement différer dans le cas des mèmes hétérocentrés.

3.2 *Mèmes hétérocentrés et ethos discursifs collectifs*

Les mèmes hétérocentrés construisent un ethos discursif collectif. La mise en avant de l'image de soi est élargie à un *nous* et correspond à différents types de collectifs. L'interprétation de cette image unifiée se réalise à l'aide d'éléments co-textuels et/ou contextuels. Les objectifs communicationnels de cette inscription dans un *nous* diffèrent selon les cas observés.

Certains mèmes s'inscrivent dans une actualité sociopolitique et plus particulièrement, se positionnent argumentativement face à l'événement en question. Une publication Twitter, qui est en réponse à un tweet relatif aux déclarations d'Emmanuel Macron qui souhaite "emmerder les non-vaccinés" (déclarations du 4 janvier 2022, dans un entretien accordé au *Parisien*), prend du recul critique à travers la réalisation d'un mème. Il faut préciser que cette date coïncide avec une autre stratégie médiatique présidentielle, où Nemo, le chien d'Emmanuel Macron, apparaît dans un clip promotionnel de l'opération "Pièces Jaunes 2022" présidée par Brigitte Macron. Le mème en question représente à l'image une scène de crime au second degré où le chat aurait renversé un pot de plantations. Le chat est mis en scène grâce à la prosopopée. Il affirme à l'aide d'une bulle de parole: "C'est pas moi! C'est les non-vaccinés!". Le discours d'escorte constituant le mème est le suivant: "Quand on n'a pas de chien mais un chat" (Twitter, 6 janvier 2022).

- 34 Quand tu essaies de trouver un titre original pour parler de marqueurs énonciatifs, d'ethos discursif et de mèmes: "Euh... moi-même et mon #ChatonMignon"



Fig.7. Mème autocentré réalisé à l'aide d'une prosopopée (Twitter, 6 janvier 2022, © @_h16)

Le mème rebondit sur ces deux actualités et se transforme en instrument de critique grâce au #ChatonMignon. L'ethos construit est bien collectif et engagé puisqu'il s'insère dans une lignée de critiques collectives ayant fortement circulé à l'encontre du Président de la République.

Cet ethos engagé et aussi souvent militant se retrouve dans d'autres publications Twitter et TikTok principalement. Un ethos militant est ainsi construit dans un post TikTok composé d'une vidéo annotée et d'un discours d'escorte. La vidéo partagée se construit grâce à une formulation figée superposée à la vidéo représentant une jeune femme aux côtés de son chat noir: "moi qui explique à mon chat que si Zemmour est élu elle devra retourner dans son pays". Le discours d'escorte représentant ce mème crée quant à lui une sur-énonciation (au sens proposé par Alain Rabatel, 2004), voire une forme de contre-discours qui a pour but de prôner les idées de Zemmour: "ça a pas l'air de la déranger #zemmour #cat #politique #reconquete #immigration #noir #chat [...]" (TikTok, 5 janvier 2022). Le mème cité et le discours d'escorte construisent ici deux espaces énonciatifs et argumentatifs distincts.

L'inscription d'un *nous* dans les mèmes hétérocentrés se fait ensuite couramment sur Instagram dans une stratégie marketing implicite. Les chats

dits "influenceurs" peuvent être mis en scène dans des mêmes promotionnels où les produits sont valorisés à l'image. La construction d'un ethos collectif complice et promotionnel se matérialise ouvertement dans le discours d'escorte avec l'usage des mentions de comptes de marques (sur les usages de la mention voir Bigey & Simon, 2018) et des hashtags (hashtags souvent viraux comme #petsatwork, #cat, #grumpycat). Le *nous* regroupe dans ces cas de figure l'animal domestique, son maître, la marque dont on fait la promotion et le public ciblé en tant que potentiel consommateur.

Le sujet énonciateur peut encore créer un lien de connivence explicite avec sa communauté en l'invitant ouvertement à décliner à son tour un même. Les marques énonciatives allocutives sont souvent accompagnées d'interpellations et d'incitations dans le discours d'escorte. L'ethos collectif engagé et participatif est tourné vers le ludique et le participatif dans l'idée d'aimer lancer et relever des défis.

Le discours d'escorte est par ailleurs souvent utilisé à des fins de visibilité sur Instagram (principalement). C'est le cas pour toutes les publications de comptes infomédiaires dont le but est d'accroître la visibilité de publications et *in fine* de leur propre compte. Ceux-ci relaient des mêmes en les commentant dans le discours d'escorte et en faisant en sorte que le/la destinataire aime, partage et/ou s'abonne au compte. En voici un exemple: "If you want more daily cat content follow @xxx" (Instagram, 27 décembre 2021)¹⁶.

La dimension performative des mêmes hétérocentrés peut encore être beaucoup plus symbolique. Dans la sphère des mêmeur.euses et plus particulièrement dans celle des fans de chats, il est courant de demander et d'offrir des contenus mignons pour apaiser une situation difficile. Plusieurs mêmes de LOLcats partagés sur Instagram assurent cette fonction de résilience ou d'offrande symbolique et construisent un ethos empathique et réparateur.

De manière beaucoup plus décalée, une minorité de mêmes transgressent le concept même de communauté et d'échanges socionumériques. C'est le cas

¹⁶ Traduit: "Si tu veux recevoir plus de contenus avec des chats, suis le compte @xxx".

d'un compte de mèmeur.euse très connu sur Instagram qui publie un mème réalisé à partir de l'image virale du Chat Potté au regard attendrissant. L'annotation de l'image est la suivante: "S'il te please, ferme cette app, la vie réelle est bien plus intéressante" (Instagram, 20 janvier 2022). La complicité, la prise de recul, la performativité ou encore l'autocritique sont les traits qui caractérisent cette union entre un.e mèmeur.euse et ses abonné.es.

4. En conclusion

La plurisémiocité des mèmes de #ChatonsMignons offre des possibilités de marquage énonciatif diversifié: marquage verbal textuel (au sein du discours d'escorte et en annotation de photos ou de vidéos) et marquage verbal oral (pour ce qui est des voix off ou des musiques qui peuvent être insérées sur TikTok). Cette variété augmente les potentiels enchâssements énonciatifs. Les discours représentés dans les mèmes peuvent être repris pour créer de l'hypernarrativité, comme dans le cas des prosopopées anthropomorphiques. L'énonciation éclatée propre aux mèmes joue aussi un rôle primordial au niveau argumentatif, les mèmes pouvant être cités dans un objectif critique. Les marques élocutives et allocutives sont ensuite loin de coïncider avec un usage que l'on pourrait qualifier d'"ordinaire" puisque le langage vernaculaire des mèmes s'affranchit des règles traditionnelles. Les usages ont tendance à s'uniformiser à partir de formules figées mais certaines configurations se tournent vers la complexité et il est tout à fait possible d'envisager une prise de recul encore plus prononcée. On peut ainsi affirmer que la contagion de la transgression est encore faible sur les réseaux étudiés, mis à part lorsqu'elle est prise en charge par un.e mèmeur.euse ayant une autorité reconnue. Cette appétence à désobéir et à refaire selon ses propres règles est néanmoins communément admise dans le cas des mèmes faits maison. Ces réalisations s'éloignant parfois tellement de la référence initiale, elles peuvent être considérées comme transgressives.

Enfin, dans une problématique communicationnelle, l'hypertextualité est un autre élément important à prendre en considération. Elle nous aide à catégoriser – dans le cas présent – les différentes formes d'ethos construits au sein des espaces socionumériques selon une échelle individuel/collectif. Plusieurs catégories d'ethos ont été mises en avant, plus ou moins empruntées d'argumentativité: ethos décentré, de sympathie, axiologique, d'auto-dérision, d'empathie ou encore ethos engagé, militant, promotionnel, participatif ou réparateur. Les mêmes étant, qui plus est, partagés *via* des dispositifs socionumériques participatifs, les communautés de partage, les technodiscours (hashtags et mentions) et les références collectives – construisant des technomémoires – jouent un rôle essentiel à prendre en considération.

BIBLIOGRAPHIE

- Allard, L. (2016). La remix culture: une poïétique ordinaire du Web. In F. Kaplan & N. Nova (éds.), *La culture internet des mêmes*. Lausanne (Presses Polytechniques et Universitaires Romandes), 62-75.
- Alloing, C. (2021). Publics affectifs. *Publictionnaire*. *Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/publics-affectifs> (02.02.2023).
- Alloing, C. & Pierre, J. (2017). *Le Web affectif, une économie numérique des émotions*. Paris (INA).
- Amossy, R. (2010). *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*. Paris (PUF).
- Amossy, R. & Orkibi, E. (2021). *Ethos collectif et identités sociales*. Paris (Classiques Garnier).
- Bakhtine, M. (1970). *L'œuvre de François Rabelais et la culture populaire au Moyen Âge et sous la Renaissance*. Paris (Gallimard).
- Bigey, M. & Simon, J. (2018). Analyse des discours d'escorte de communication sur Twitter: essai de typologie des tactiques d'accroches et de mentions. In A. Mercier & N. Pignard-Cheynel (éds.), *#Info. Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook*. Paris (Éditions de la MSH), 55-86.
- Bonenfant, M. (2014). Le même numérique : étude sémiotique des réseaux à partir des concepts de trace et d'indice. *RISCP, Online Journal*, 12, 27-42. <https://doi.org/10.4000/communiquer.1295> (12.07.2022).
- Boursier, A. (2021): Hypernarrativité. *Publictionnaire*. *Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/hypernarrativite> (02.02.2023).
- Boyd, D. (2021/2014). *C'est compliqué : Les vies numériques des adolescents*. Caen (C&F Éditions).
- De Certeau M. (1990). *L'Invention du quotidien*. Paris (Gallimard).
- Fantin, E., Fevry, S. & Niemeyer, K. (2021). *Nostalgies contemporaines. Médias, cultures et technologies*. Paris (Presses universitaires du Septentrion).

34 Quand tu essaies de trouver un titre original pour parler de marqueurs énonciatifs, d'ethos discursif et de mèmes: "Euh... moi-même et mon #ChatonMignon"

- Genette, G. (1982). *Palimpsestes, La littérature au second degré*. Paris (Seuil).
- Ghliiss, Y., Perea, F. & Ruchon, C. (2019). Les affordances langagières : textualité numérique, matérialité discursive. *Corela. Cognition, représentation, langage, HS-28*. <https://doi.org/10.4000/corela.8282>.
- Goudet, L. G. (2016). Anthropomorphisme et sociolecte des mèmes internet: lolcats et *cat-lebrities*. *Babel. Civilisations et sociétés, 11*, 59-84. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02118780> (18.03.2023).
- Jeanneret, Y. (2014). *Critique de la trivialité, Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris (Éditions Non Standard).
- Jenkins, H. (2013/2006). *La culture de la convergence : des médias au transmédia*. Paris (A. Colin).
- Jost, F. (2022). *Est-ce que tu mèmes ? De la parodie à la pandémie numérique*. Paris (CNRS Éditions).
- Lacaze, G. (2022). L'exploitation de la plurisémiotité et des affordances numériques dans les interactions verbales des lives TikTok. *SHS Web of Conferences, 138*. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202213801013>.
- Lugrin, G. (2006). *Généricité et intertextualité dans le discours publicitaire de presse écrite*. Berne (Peter Lang).
- Maingueneau, M. (2015). L'ethos discursif et le défi du Web. *Itinéraires, 3*. <https://doi.org/10.4000/itineraires.3000>.
- Moirand, S. (2002). Dialogisme. In P. Charaudeau & D. Maingueneau (éds.), *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris (Seuil), 175-178.
- Paveau, M. A. (2019). Technographismes en ligne. Énonciation matérielle visuelle et iconisation du texte. *Corela Online Journal, HS-28*. <https://doi.org/10.4000/corela.9185>.
- Paveau, M. A. (2017). *L'Analyse du Discours Numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*. Paris (Hermann).
- Rabatel, A. (2010). Analyse pragma-énonciative des s/citations du site d'Arrêt sur images. *Argumentation et Analyse du Discours, 4*. <https://doi.org/10.4000/aad.806>.
- Rabatel, A. (2004). L'effacement énonciatif dans les discours rapportés et ses effets pragmatiques. *Langages, 156*, 3-17. <https://doi.org/10.3406/lgge.2004.960>.
- Shifman, L. (2014). *Meme in Digital Culture*. Cambridge (MIT Press).
- Simon, A. (2012). Renouvellements contemporains des rapports hommes/animaux dans le récit narratif de langue française. In A. Dubied, J. J. Fall, & D. Gerber (éds.), *Aux frontières de l'animal. Mises en scène et réflexivités*. Genève/Paris (Droz), 103-117.
- Simon, J. (2024a à paraître). *#ChatonsMignons : Apprivoiser les enjeux de la culture numérique*. Paris (L'Harmattan).
- Simon, J. (2024b à paraître). *Le mème "fait maison" : la culture du partage poussée à son paroxysme?* Textes et Contextes.
- Simon, J. (2021). Partage social des mèmes: un remède en situation de crise sanitaire? Analyse sémi-discursive de détournements humoristiques en contexte numérique. In M. Bédard & S. Girard (éds.), *Pour que tu mèmes encore. Penser nos identités au prisme des mèmes numériques*. Montréal (Éditions Somme Toute), 75-99.



- Simon, J. (2011). Dialogisme interlocutif et dialogisme interdiscursif: des concepts opératoires pour l'analyse du discours de presse. In J. Bres, A. Nowakowska, J.-M. Sarale & S. Sarrazin (éds.), *Dialogisme: langue, discours*. Montpellier, (Publication de l'Université Paul Valéry). https://hal.science/hal-01447277v1/file/pdf_Simon1-praxiling.pdf (15.05.2023).
- Simon, J., Toullec, B., Badouard, R., Bigey, M., Compagno, D., Mercier, A., Pignard-Cheynel, N. & Sebbah, B. (2017). L'influence des discours d'accompagnement sur le partage social. Identifier et analyser les discours d'escorte sur Twitter. In G. Ledegen & C. Wigham (éds.), *Corpus de communication médiée par les réseaux: construction, structuration, analyse*. Paris (L'Harmattan), 52-70.
- Simon, J. (2018). *Le Discours Hypertextualisé: espaces énonciatifs mosaïques*. Besançon (Presses Universitaires de Franche-Comté).
- Tisseron, S. (2011). Intimité et extimité. *Communications*, 88, 83-91. <https://doi.org/10.3406/comm.2011.2588>.
- Volochinov, V. N., Bakhtine, M. (1929/1977). *Le Marxisme et la philosophie du langage*. Paris (Minuit).
- Wagener, A. (2022). *Mèmologie: Théorie postdigitale des mêmes*. Grenoble (UGA Éditions).
- White, E. J. (2020). *A Unified Theory of Cats on the Internet*. Palo Alto (Stanford University Press).