

De l'émotionème à l'énonciation marionnettiste : une analyse discursive systémique des mèmes

Albin WAGENER

GERTS / ETHICS - ESSLIL / Université catholique de Lille

albin.wagener@gmail.com

By proposing a semio-discursive analysis of the use of memes on the Internet, this article explores their plurisemiotic nature, combining textual and visual elements to convey messages and emotions. Thus, memes are not limited to humor but also serve as powerful tools for the circulation of emotions and ideas in both digital and non-digital contexts, from a post-digital perspective. Consequently, memes are analyzed as hypertextual objects that transcend discursive genres and stimulate user engagement on Web 2.0. To capture their particularities, we also introduce the concept of 'puppeteer enunciation,' where the enunciator uses a character or narrative scenario to express a message and convey social representations.

Cet article s'inscrit dans une suite de conversations et publications scientifiques avec Erica Lippert, que je souhaite remercier pour les qualités de nos échanges, qui ont pu aboutir aux concepts d'émotionème et d'énonciation marionnettiste.

1. Introduction

Passés de la contre-culture du web aux réseaux sociaux grand public, les mèmes ont petit à petit séduit l'ensemble des plateformes numériques et de leurs utilisateur.ice.s, en permettant la circulation de messages ou de commentaires de manière créative. En effet, en utilisant l'humour comme vecteur de partage (Laineste & Voolaid, 2016), les mèmes permettent d'articuler références à la culture pop ou à l'actualité, tout en faisant circuler les représentations sociales à propos de sujets spécifiques, dans un format qui allie le plus souvent une dimension textuelle et une dimension visuelle. Cependant, la force des mèmes est également liée à leur manière de permettre la circulation d'émotions (Lippert & Wagener, 2024), qui vont se révéler particulièrement efficaces dans l'optique du repartage viral (Zanette, Blikstein & Visconti, 2019) de ces formes plurisémiotiques. En d'autres termes,



les mèmes ne sont pas de simples objets humoristiques ou anodins qui proviendraient d'une sous-culture numérique qu'il conviendrait de ne pas prendre au sérieux ; du point de vue de leur essor, ces formes démontrent au contraire leur capacité à transcender les genres discursifs, les frontières entre numérique et non-numérique, et les communautés d'intérêt.

2. L'essor postdigital des mèmes

L'origine des mèmes dépasse Internet : en effet, plusieurs formes iconotextuelles antérieures à l'avènement du web montrent que ce qui a inspiré la création et la diffusion des mèmes remonte à quasiment un siècle – ce qui indique l'antériorité de codes visuels déjà établis (que l'on retrouve par exemple dans les affiches ou les caricatures).

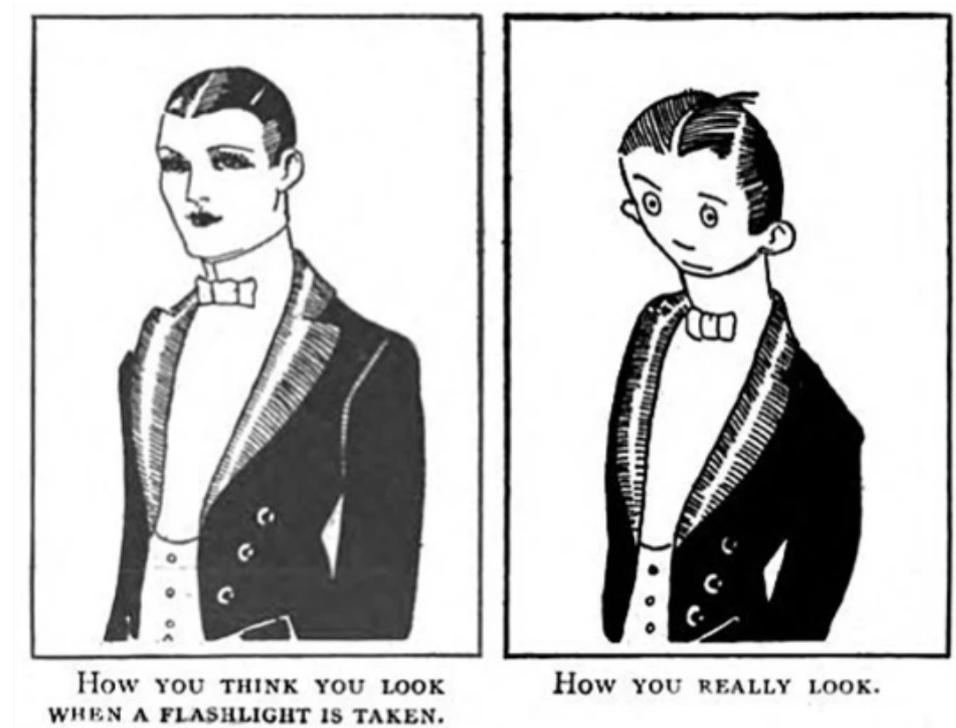


Fig. 1 Production issue du journal étudiant *The Judge*, publié par l'Université de l'Iowa en 1921.

Ainsi, la publication du journal étudiantin 'The Judge' (Fig. 1) propose deux dessins, qui s'opposent de manière binaire, et qui évoquent de manière évidente les fameux canevas (ou *templates*) mis à disposition des

créateur.ice.s de mèmes. On retrouve notamment l'opposition « ce à quoi je pense ressembler / ce à quoi je ressemble vraiment » qui alimente actuellement bon nombre de productions mémétiques, comme exemplifié ci-dessous (Fig. 2).



Fig. 2 Mème issu du site eBaum's world, publié le 22 janvier 2015¹.

Ainsi, le succès des mèmes tient peut-être, entre autres, à leur capacité à remobiliser, réactualiser et remixer des formats graphiques, visuels et textuels antérieurs à l'apparition d'Internet, en les constituant en un genre numérique à part entière (Wiggins & Bowers, 2014). Néanmoins, l'inflation mémétique (Weng et al., 2012) a été de plus en plus visible avec l'avènement du web 2.0 (Cormode, 2008 ; Herring, 2013), qui inaugure l'apparition d'un Internet à la fois collaboratif (qui permet de créer du savoir ensemble, comme dans le cas de Wikipédia) et social (avec la création d'une multiplicité de réseaux sociaux). Dans ce sens, les mèmes deviennent alors de purs produits de cette nouvelle ère : ils permettent aux internautes de partager des canevas, de les réutiliser, d'en créer et de les diffuser dans des communautés données – notamment celles de la culture alternative du web (Massanari, 2015), qui seront

¹ <https://www.ebaumsworld.com/pictures/what-you-think-you-look-like-vs-what-you-really-look-like/84422111/>

particulièrement actives (notamment 4chan, Reddit ou encore 9gag). Par la suite, les mèmes vont passer une étape en circulant sur des réseaux sociaux plus grand public (comme Facebook ou Instagram), puis en étant produits également par des institutions, des associations ou des entreprises – jusqu'à être physiquement reproduits sur des pancartes lors de manifestations (voir Fig. 3).



Fig. 3 Mème utilisé au cours de la manifestation 'March for our lives' (New York, mars 2018), photographié par Alex Cavendish pour Nur Photot.

Cette irruption *physique* des mèmes, en dehors de leur espace strictement numérique, invite à utiliser un positionnement épistémologique postdigital afin d'en étudier la complexité :

En s'inspirant (...) du post-punk, du postcolonialisme et de Mad Max, le terme 'post-digital', dans son sens le plus facile à appréhender, décrit l'état de confusion des médias, des arts et du design après leur digitalisation (ou au moins la digitalisation d'éléments cruciaux des canaux de communication qu'ils utilisent). (Cramer, 2015, p. 19)

Cet état de confusion décrit par Florian Cramer suggère en outre que les mèmes, en tant qu'objets circulant par des canaux de communication spécifiques, modifient en retour ces canaux et interrogent la manière dont le sens est produit et circule dans nos sociétés, jusqu'à assumer une

imperfection esthétique (Douglas 2014), y compris en incluant les notions d'erreurs ou *glitches* (Barker, 2011) ; il est ainsi fréquent de voir des erreurs d'orthographe ou des utilisations agrammaticales de certains canevas mémétiques, ce qui en fait un objet langagier et plurisémiotique qui traduit les soubresauts cognitifs et affectifs (Wagener 2020) des personnes qui les produisent, les lisent et les repartagent.

3. Approche discursive, systémique et hypernarrative

En raison de ces caractéristiques spécifiques, nous optons pour une approche ancrée en analyse de discours mémologique, en prenant appui notamment sur la notion de technodiscours (Paveau, 2016), qui permet de mentionner les particularités des formes discursives issues des dispositifs numériques et de leurs affordances (Ghliiss, Perea & Ruchon, 2019). Cette approche est également nourrie par la notion d'hypernarrativité, développée notamment par Ellen Rose, qui permet de comprendre la manière dont la consommation et le tissage de récits se construit à l'ère du web 2.0.

L'intégralité du web offre une expérience de l'information qui n'a ni début, ni milieu, ni fin, et qui est toujours infini et impossible à finir, dans la mesure où sites de réseaux sociaux, jeux vidéo, tweets et pages internet s'enchaînent pour créer un environnement informationnel omniprésent ; c'est à travers cet environnement que nous voyageons, en bondissant allègrement d'une pépite d'information déconnectée à l'autre. (Rose, 2012, p. 99)

De ce fait, les individus postdigitaux se retrouvent jetés dans ce que l'on peut appeler des réseaux de récits (Benhabib, 2022) avec lesquels ils se tissent ou dont ils peuvent également se détisser. Les mèmes s'inscrivent parfaitement dans cette dimension hypernarrative, et participent à mêler et remixer ces différents éléments dans des productions sémi-discursives spécifiques. Ainsi, au cœur de cet univers hypernarratif, le succès des mèmes repose sur leur fort potentiel, à la fois de viralité (Zanette, Blikstein & Visconti, 2019) et surtout d'engagement, mais également de sérialité (Oltean, 1993) encouragée par la manière dont les réseaux sociaux segmentent les récits et références, en les divisant en plusieurs petites parties qui peuvent être consommées au sein du

nouvel ordre affectif permis par le web 2.0 (Nelson, 2000), soit un environnement où la dimension pathémique et émotionnelle est particulièrement prégnante.

Sous leur forme basique, les mèmes se propagent auprès des individus à travers les courriels, les messageries instantanées, les forums, les blogs et les réseaux sociaux. Leur contenu est constitué d'informations décalées, de sites web, de slogans, d'images ou de clips vidéo [...]. De façon plus simple, les mèmes sont des blagues d'initiés ou des fragments de savoir tendance et underground, qui rapprochent plusieurs individus [...]. La plupart des mèmes se diffusent rapidement ; certains deviennent populaires puis impopulaires en quelques jours seulement. Les mèmes se diffusent de manière volontaire et de pair à pair, sans aucune espèce d'obligation. Leur prolifération dans les communautés en ligne ne suit aucune voie prédéterminée et réduit souvent à néant les efforts faits pour les contrôler. (Bauckhage, 2011, p. 42)

De fait, les mèmes existent grâce au comportement mémétique reproduit par les internautes (Shifman, 2013), qui nourrit également la génération de canevas (ou *templates*) qui permettent de proposer des éléments grammaticaux propres à la culture langagière mémétique, tout en mettant ces éléments en commun (Knobel & Lankshear, 2007) – notamment sur des portails de type encyclopédique comme *Know your meme*². Cet aspect à la fois réplicatoire et créatif du même en fait un objet complexe, particulièrement adapté à une théorie systémique du discours et des interactions (Wagener, 2019).

Dans cette approche systémique, il est intéressant de définir le mème comme un signe plurisémiotique, constitué de plusieurs dimensions qui s'alimentent et se nourrissent, et permettent de faire circuler une variété d'énoncés et de discours. Cette proposition permet de poser le concept de méta-signé mémétique (Wagener, 2022, p. 63), qui s'intéresse à la fois à la dimension pragmatique langagière du mème (en tant que signe), son design (en tant qu'objet visuel avec ses choix typographiques ou esthétiques) et son contexte d'énonciation, de production et de circulation (réseaux sociaux, messageries...). Dans cette optique, le mème peut alors être divisé en deux parties :

² <https://knowyourmeme.com/>



- Le *réfèrème*, soit les items culturels (culture populaire, sujets d'actualité, séries, jeux vidéo, films, contre-culture du web, etc.) et les supports référentiels sur lesquels le mème prend appui pour pouvoir transmettre le message ;
- Le *topème*, soit le sujet dont traite le mème, dans des déclinaisons très variées (vie quotidienne, vie politique, vie professionnelle, économie, culture et autres sujets de société, etc.).



Fig. 4 Exemple de découpage entre réfèrème et topème mémétiques, appliqué à un mème publié sur le neurchi de flexibilisation du marché du travail, sur Facebook.

Comme montré en figure 4, ce découpage analytique permet de cerner le couplage entre topème et réfèrème, et d'en discerner les différentes spécificités.

À ces deux dimensions s'ajoute un troisième item, appelé *émotionème* (Lippert & Wagener, 2024), dans la mesure où les mèmes permettent à l'instance énonciatrice d'opérer une démonstration d'émotions, soit ce que l'on peut désigner comme des *émotions dites*, qui passent par l'expression lexicale et linguistique *stricto sensu*, ou des *émotions montrées*, exprimées par des indices reliés à un contexte d'énonciation (Micheli, 2014). En d'autres termes,

l'émotionème représente une émergence interactionnelle systémique qui fait lien ou relation entre l'acte d'énonciation produit par l'instance énonciatrice, et la projection de ce que l'instance énonciatrice imagine être l'acte de réception – et l'acte de réception, en tant que tel, reçu et produit par l'instance destinataire.

Les mêmes ont cette particularité notable : ils permettent de mettre en scène des stratégies pathémiques pour produire des représentations émotionnelles efficaces, notamment lorsqu'il s'agit de sensibiliser à une cause ou faire passer un message politique. Dans ce sens, l'émotionème est le liant qui permet de donner une indication sur l'angle de vue proposé par l'instance énonciatrice à propos du lien qu'il ou elle effectue entre référème et topème ; d'une façon plus simple encore, l'émotionème constitue à tout le moins une partie du traitement du topème. (Lippert & Wagener, 2024)

Dans cette optique, nous pouvons alors proposer une théorie du signe mémétique qui lie topème et référème pour produire cette nouvelle dimension émergente, celle de l'émotionème, qui permet de cimenter et coupler le lien systémique et complexe entre les parties de ce méta-signé multimodal et plurisémiotique, ce qui interroge en miroir l'acte d'énonciation spécifique au même.

4. De l'émotionème à l'énonciation marionnettiste

En tant que produit d'un acte énonciatif particulier, le même permet aux personnes qui produisent les messages de produire ce que l'on appelle un discours de type holographique (Wagener, 2019), en recréant une instance énonciatrice fictive (ce que l'on retrouve dans des formulations comme « moi quand je » ou « quand tu »), qui permet de produire des commentaires sur des sujets donnés, grâce aux stratégies pathémiques qui permettent l'émergence d'un émotionème.

Grâce à ce procédé, que nous qualifions d'énonciation marionnettiste, les instances énonciatrices peuvent utiliser une instance énonciatrice bis qui produit un discours à leur place, cantonnée au rôle comode de producteur·trice de même, dans une mise en scène spécifique de l'ethos numérique. (Lippert & Wagener, 2024)

Cette proposition d'interprétation de l'acte d'énonciation du même, qui permet à l'instance énonciatrice de se décentrer tout en faisant porter au signe



mémétique la charge de l'énoncé à tous points de vue (topémique, référémique et émotionémique), est bien évidemment à différencier du concept d'énonciation ventriloque définie par Marie-Anne Paveau (Paveau, 2017), soit :

(...) la production d'énoncés par un.e locuteurice au nom d'un.e autre locuteurice, sans l'information ni le consentement de ce.tte dernier.e, à des fins, ou des effets d'exercice du pouvoir, de minorisation ou d'invisibilisation. (Paveau, 2017, p. 151)

Contrairement à l'énonciation ventriloque, l'énonciation marionnettiste ne consiste pas en une situation d'énonciation qui mettrait en scène discursive une instance énonciatrice qui parlerait à la place ou pour une autre, dans une logique asymétrique mise en exergue par les travaux de Marie-Anne Paveau, mais en un redoublement de l'instance énonciatrice qui s'incarne et/ou se matérialise grâce au même. Dans ce sens, le même, qui permet déjà de compresser des stratégies argumentatives et rhétoriques plurisémiotique en une seule production (Wagener, 2020), déporte, synthétise et redéploie l'instance énonciatrice à travers un nouveau format et des créations langagières spécifiques. De plus, l'instance productrice du même n'est que très rarement représentée ou assumée comme telle (dans la mesure où aucun indice biographique ne permet de le discerner), mais se met en scène dans la description d'une situation ou le commentaire d'une situation donnée. C'est cette logique de scénarisation du pas de côté de l'instance énonciatrice, pour reconstruire une instance énonciatrice *bis*, qui permet de proposer de décrire le même comme une stratégie d'énonciation marionnettiste (Lippert & Wagener, 2024).

Par ailleurs, la dimension énonciative est particulièrement intéressante pour ce qui concerne l'étude des mêmes ; en effet, si « le contexte énonciatif (la relation entre les interlocuteurs, le lieu de l'échange etc.) influe sur l'organisation hiérarchique du faisceau de sèmes au point de le contraindre » (Barbazan, 2011, p. 148), alors ce contexte doit également prendre en compte les stratégies pathémiques, du point de vue argumentatif, déployées par les énonciateurs au sein des mêmes. Cette particularité n'est pas propre aux

mêmes, mais la dimension plurisémiotique de ces objets rend d'autant plus importante l'attention à l'énonciation. Ainsi, le positionnement de l'instance énonciatrice (Rabatel, 2012) montre également, à travers l'attention à l'émotionème par exemple, que la production et la réception d'une stratégie argumentative pathémique impliquent nécessairement une empathie, qui permettra ensuite l'appréciation, le partage ou le commentaire (donc ce que l'on appelle l'engagement dans les univers numériques) concernant le même produit. Dans ce sens, il peut être intéressant d'évoquer les travaux d'Alain Rabatel sur les points de vue (ici *PDV*), qui situent la dimension empathique par rapport à l'énonciation.

On peut se mettre à la place des autres en suivant le déroulement de l'action qu'ils exercent ou dans laquelle ils sont engagés (PDV embryonnaire, ou raconté), en percevant ce qu'ils sont censés voir de la place où ils sont (PDV représentés), en représentant leurs pensées, leurs paroles (PDV assertés). (Rabatel, 2014, p. 43)

Dans cette optique, il serait intéressant d'analyser plus en profondeur la production, la diffusion et la réception des mêmes en lien avec les travaux sur la théorie des points de vue, et d'envisager la manière dont l'énonciation marionnettiste préfigure une projection holographique d'une empathie supposée ou imaginée des destinataires des mêmes. S'il ne s'agit pas exactement de l'objet explicite de cet article, il n'en reste pas moins que cette piste reste particulièrement pertinente et riche pour d'autres travaux à venir.

5. Études de cas

Pour mieux cerner la manière dont les mêmes se déploient, entre triptyque topème/réfèreme/émotionème d'une part, et énonciation marionnettiste d'autre part, nous souhaitons proposer quelques études de cas. Les mêmes ainsi étudiés sont issus de diverses pages Facebook, sans distinction de sujet ou de référent culturel ; toutefois, ils sont tous extraits de pages appelées « neurchis » (pour *chineurs*), qui ont pour spécialité la diffusion, le partage, le commentaire et la mise en commun de productions mémétiques.



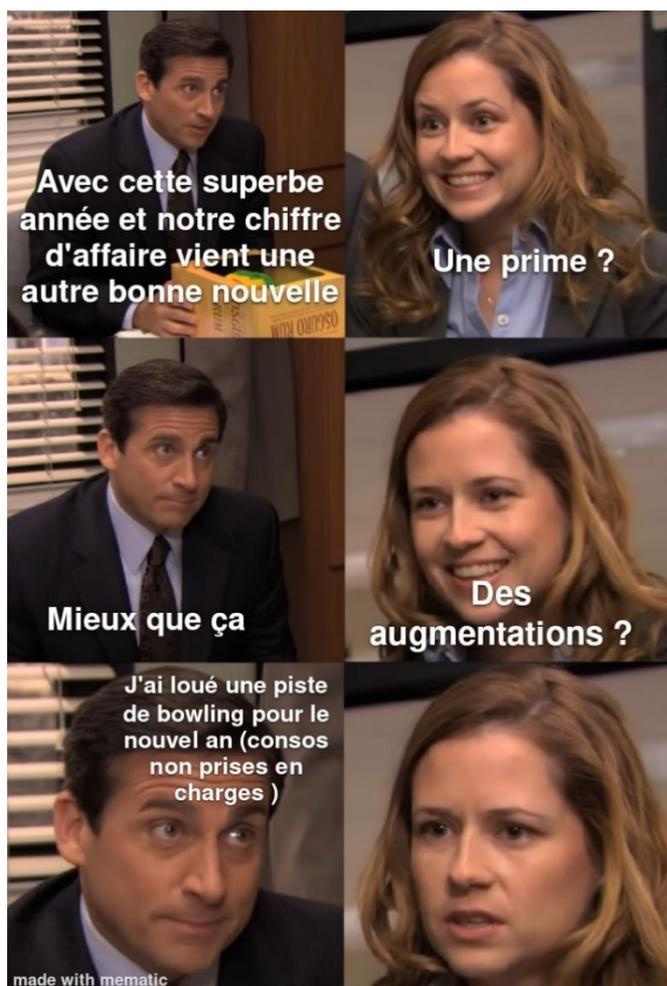


Fig. 5 Mème publié sur le groupe Facebook « Neurchi de flexibilisation du marché du travail - NdFlex » le 10 décembre 2023.

Ce mème, qui traite de l'environnement professionnel du point de vue critique (comme toutes les publications issues du Neurchi de flexibilisation du marché du travail), peut être analysé à travers le découpage suivant :

- Référème : scène de dialogue issue de l'adaptation américaine de la série britannique *The Office*, avec ici les comédien.ne.s Steve Carell et Jenna Fisher, respectivement dans les rôles de Michael Scott et Pam Beesly ;
- Topème : le décalage perçu entre les résultats d'une entreprise après une année de travail positive (et un chiffre d'affaires correspondant), et ce qui est alloué aux salariés ;
- Emotionème : du côté du personnage de Michael Scott, on trouve une forme de fierté ou de satisfaction dans l'annonce produite, alors

que pour ce qui est du personnage de Pam Beesly, les indices d'expression non verbale penchent plutôt vers de l'espoir, qui se termine par de la déception.

Cette dynamique émotionnelle est intéressante, car elle construit l'émotionème dans un dialogue complexe, avec d'un côté une dyade fierté/satisfaction, et de l'autre une dyade espoir/déception – ce qui, du point de vue de l'émotion montrée (pour reprendre les travaux de Micheli) est particulièrement intéressant, puisque les destinataires concernés par le même, tout du moins *a priori*, sont plutôt censés se retrouver dans la posture du personnage de Pam Beesly. En outre, comme pour beaucoup de mêmes, la structure est simple, avec un rythme ternaire (on retrouve cette structure ou un rythme binaire dans nombre de productions mémétiques).

Du point de vue de la situation d'énonciation marionnettiste, on remarque ici que l'auteur du même souhaite ici se placer dans la situation du personnage de Pam Beesly, afin de témoigner d'une situation de déception qu'il ou elle aurait vécu sur son lieu de travail. Par ailleurs, la production des commentaires sous la publication, tels que reproduits en Fig. 6, montre que les auteur.ice.s de ces commentaires s'identifient justement à ce même personnage, et qu'ils ont parfois vécu des situations similaires – comme dans « *j'ai droit à un panettone* », « *un grand classique* » ou « *ça sent le vécu* ».

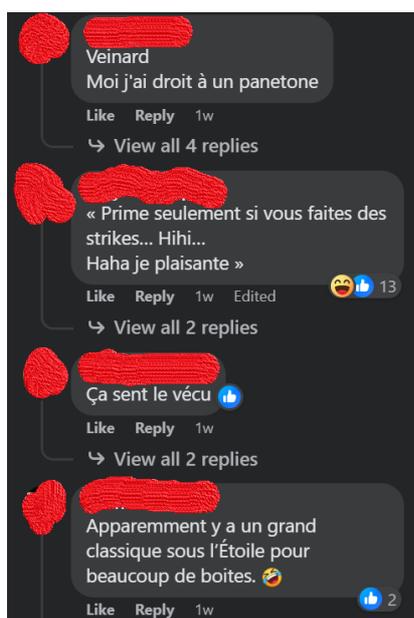


Fig. 6 Commentaires publiés sous le mème représenté en Fig. 5, après anonymisation des noms et des photos des profils Facebook.

Dans le cas précis de ce mème, c'est donc le personnage de Pam Beesly, à travers son passage d'une émotion à une autre, qui devient le porte-parole de l'énonciation marionnettiste voulue par le producteur ou la productrice de ce mème – dans la mesure où les effets de cette énonciation se co-construisent à travers la production des commentaires des énonciataires.

**Quand tu fais le père Noël au
Marché de Noël de ta commune
mais que tu t'es arrêté à tous
les stands de vin chaud**



Fig. 7 Mème publié sur le groupe Facebook « Neurchi de memes extra-muros », groupe d'alimentation de la page « Memes décentralisés », le 18 décembre 2023.

Cette production mémétique est issue de la page « Neurchi de memes extra-muros », qui a pour particularité de regrouper des mèmes qui traitent des régions et territoires de France, souvent en se moquant de la capitale parisienne et en mettant en valeur les cultures locales et certaines habitudes rurales. Dans ce cas précis, nous pouvons proposer l'analyse suivante :

- Référème : une photographie d'une figurine du père Noël que l'on pourrait trouver sur une fête foraine ou dans une foire, qui n'est ni datée, ni légendée, mais qui présente un design esthétique amusant (notamment pour ce qui est de la conception des yeux) ;

- Topème : l'expérience d'une personne qui jouerait le père Noël le temps d'une visite dans un marché de Noël, et qui se retrouverait en état d'ébriété après avoir consommé plusieurs verres de vin chaud ;
- Emotionème : du côté du personnage du père Noël, tel qu'il pourrait être représenté par une personne sur un marché de Noël, le design des yeux de la figurine semble indiquer un état d'ébriété ou de confusion visible.

Du point de vue de l'émotion montrée, il est intéressant de noter ici que, pour une fois, le mème ne représente pas de personnage de série télévisée, de film ou de dessin animé (qui souvent permet plus aisément de montrer des émotions, puisqu'elles sont jouées par des personnes comédiennes), mais une représentation figée et réifiée d'un personnage issu du folklore local ou de la tradition culturelle.

La vocation de l'énonciation marionnettiste semble ici surtout humoristique (au contraire du mème représenté en Fig. 5, qui était à visée critique), avec même une forme d'appréciation ou de tendresse pour le vécu de ce léger état d'ébriété – ce qui correspond à la ligne éditoriale de la page Facebook en question. Cette dimension humoristique se reflète d'ailleurs également dans les quelques commentaires qui apparaissent sous la publication et représentés en Fig. 8, qui soit témoignent d'une situation similaire de surprise face au topème évoqué (avec le témoignage de la personne qui travaillait à Strasbourg), soit d'une situation de moquerie face à la conception du référent proposé dans le mème (avec l'analogie concernant la consommation de crack).

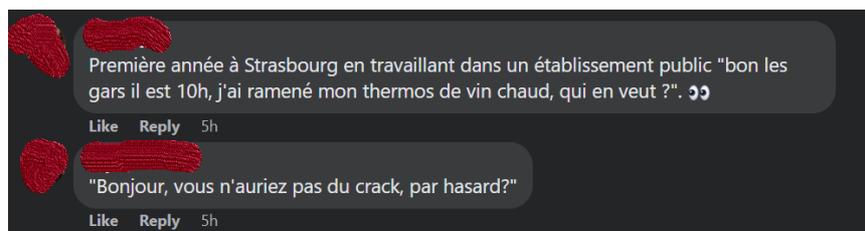


Fig. 8 Commentaires publiés sous le mème représenté en Fig. 7, après anonymisation des noms et des photos des profils Facebook.

Ici, le porte-parole de l'énonciation marionnettiste est donc un objet figé, mais dont l'expression faciale est suffisamment évocatrice pour pouvoir devenir le support d'une émotion montrée, qui permet en réalité de valider, par l'étude des mèmes, la théorie des points de vue proposée par Alain Rabatel, qui donne une solidité particulièrement visible à la dimension résolument interactionnelle de l'action sociale d'énonciation.

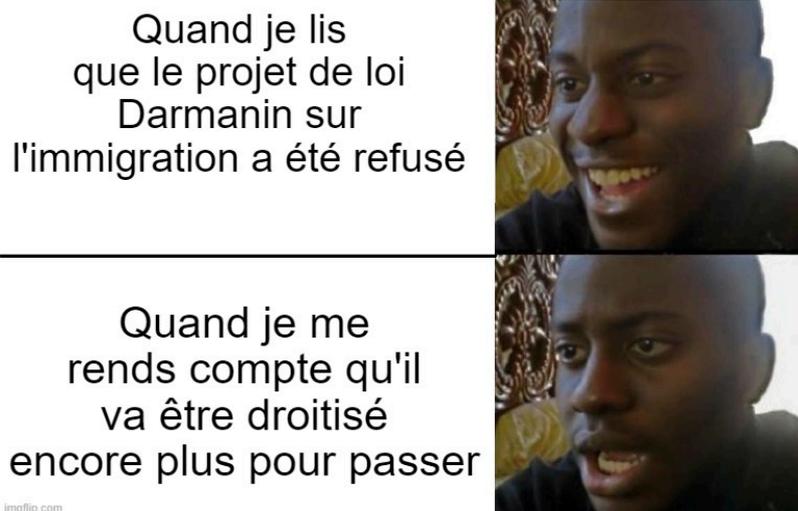


Fig. 9 Mème publié sur le groupe Facebook « Neurchi de Red », groupe de mèmes politiques de gauche, le 12 décembre 2023.

Nous souhaitons enfin terminer ce triptyque d'études de cas en proposant une production mémétique plus politique, issue de la page « Neurchi de Red », dont la ligne éditoriale est structurée autour du commentaire politique vu de gauche (notamment par des militant.e.s ou sympathisant.e.s communistes ou de La France insoumise, mais pas exclusivement). Dans ce contexte, nous pouvons proposer l'analyse suivante :

- Référéme : le canevas mémétique binaire intitulé « Disappointed black guy » (pour *mec noir déçu*), qui constitue l'un des mèmes emblématiques de la culture du web, et qui date déjà de 2011 d'après l'encyclopédie mémétique Know Your Meme³ ;
- Topème : le projet de loi immigration porté par le ministre de l'Intérieur français Gérald Darmanin, en décembre 2023, et qui a été

³ <https://knowyourmeme.com/memes/disappointed-black-guy>

retoqué par l'Assemblée Nationale avant de devoir passer par une commission paritaire pour pouvoir ensuite repasser au Parlement, avec de possibles modifications qui durciraient la loi telle que proposée initialement ;

- Emotionème : le personnage du même passe ici par deux émotions, à savoir par une émotion de satisfaction puis une émotion de déception, ce qui permet de montrer le passage d'un état à un autre, et donc de souligner l'évolution des états affectifs face à un élément d'actualité.

Du point de vue de l'émotion montrée, nous nous retrouvons ici face à un canevas régulièrement utilisé par les producteur.ice.s de mêmes depuis plus d'une dizaine d'années maintenant, ce qui en fait un élément grammatical mémétique relativement classique – notamment parce qu'il propose l'évolution d'une émotion à une autre grâce à un canevas en deux parties. Par ailleurs, sans en faire un élément central de cet article, il est néanmoins important de souligner que cette représentation de personnages noirs dans la culture web a été critiquée sous l'angle de ce que l'on appelle la digital blackface, et qui réduit les personnes noires à des émotions exagérées propres à reproduire des stéréotypes négatifs à leur rencontre, comme l'a d'ailleurs souligné, en France, Marie-Anne Paveau⁴.

Cependant, l'énonciation marionnettiste ici proposée a pour objectif de témoigner d'une authentique déception politique, dans la mesure où l'impression de victoire et de défaite politique (telle que subie par le ministre Gérald Darmanin), du point de vue idéologique de l'énonciateur.ice et de ses co-énonciataires, se retrouve masquée par le fait que ce texte concernant l'immigration, sujet de clivage classique entre gauche et droite politiques, risque d'être durci pour pouvoir être ensuite voté par les deux chambres que constituent le Sénat et l'Assemblée nationale. L'ensemble représenterait donc,

⁴ <https://penseedudiscours.hypotheses.org/19516>



pour les membres du Neurchi de Red, une défaite et une déception politique importante.

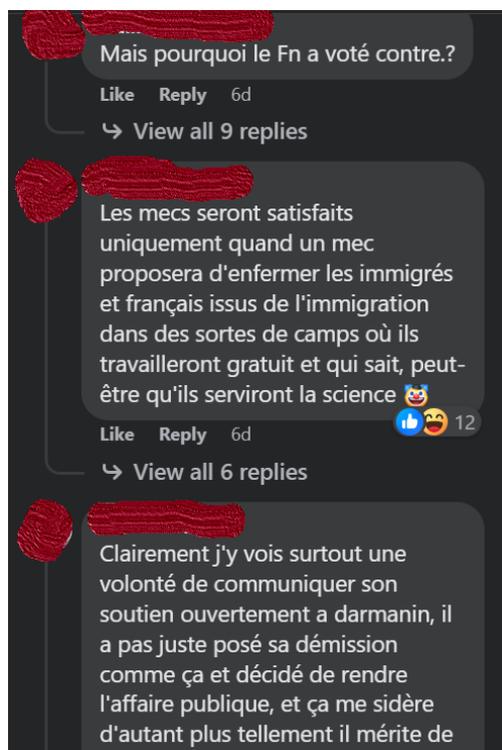


Fig. 10 Commentaires publiés sous le mème représenté en Fig. 9, après anonymisation des noms et des photos des profils Facebook.

Comme nous pouvons le voir en Fig. 10, l'énonciation marionnettiste effectuée via la figure du « Disappointed black guy » suscite un ensemble de commentaires, qui oscillent entre remarques concernant la vie politique, et sujets de fond sur les questions liées à l'immigration ; dans ce sens, le mème ainsi produit est engageant, dans la mesure où il stimule la critique et l'implication des personnes qui participent à ce groupe, à travers le passage d'une émotion à une autre, ce qui peut en retour provoquer une forme d'indignation pour les destinataires.

6. Perspectives conclusives

L'objectif de cet article était de pouvoir travailler un ensemble de notions liées à la mémologie, soit l'étude des mèmes, et de les illustrer à travers des études de cas, qui montrent également que le mème doit s'étudier dans son contexte d'énonciation et prendre en considération les plateformes, leurs affordances et

les commentaires des destinataires, ce qui permet de mettre en valeur les processus interactionnels de l'énonciation mémétique, à travers une inclusion, bien que limitée pour le moment, de la dimension de réception. En outre, si les trois études de cas ne permettent bien évidemment pas de tirer des enseignements généralisables, il n'en reste pas moins qu'elles permettent de démontrer la capacité opératoire des concepts d'émotionème et d'énonciation marionnettiste. De surcroît, nous pouvons également voir que l'énonciation marionnettiste peut s'exprimer à travers une variété importante de référèmes, sans distinction apparente – puisque les créateur.ice.s de mêmes peuvent soit créer leur propre référème par une photographie, soit le récupérer à partir de produits culturels (séries, films, dessins animés, mangas...), à partir de la culture du web, ou encore de l'actualité.

De ce point de vue, il nous apparaît que l'énonciation marionnettiste permise par les mêmes semble stimuler la dimension d'engagement propre au web 2.0, soit sa capacité à mobiliser et stimuler l'aspect social des interactions en ligne, tout en permettant la création de produits, de savoirs ou d'engagements collaboratifs (ou même de dynamiques de co-énonciation). Il est par ailleurs intéressant de constater que cette énonciation marionnettiste, comme vu en Fig. 3, permet de retrouver les mêmes en dehors de leur environnement numérique natif, pour les transformer en porte-voix de participant.e.s à des manifestations. Cet intéressant constat doit également encourager l'étude de la circulation des mêmes à travers les mécanismes de la réception, plus que de la production, voire d'approfondir la manière dont se construit la co-énonciation mémétique en situation de co-construction interactionnelle de la communication – notamment dans un environnement du web 2.0 où cohabitent les formes (mèmes, vidéos, émojis, etc.), les dispositifs (des réseaux sociaux variés sur lesquels les mêmes productions mémétiques peuvent circuler) et les émotions, sous forme d'un nouvel ordre affectif hypertextuel.



BIBLIOGRAPHIE

- Barbazan, M. (2011). 'Énonciation' ou 'représentation du monde' ? Le jeu dynamique de la construction du sens dans les échanges verbaux. *Cahiers de praxématique*, 56, 117-166.
- Barker, T. (2011). Aesthetics of the error: media art, the machine, the unforeseen, and the errant. In M. Nunes (éd.), *Error: glitch, noise, and jam in new media cultures* (pp. 42-58). Continuum.
- Bauchhage, C. (2011). Insights into Internet memes. In N. Nicolov & J.G. Shanahan (éds.), *Proceedings of the fifth international AAAI conference on weblogs and social media* (pp. 42-49). The AAAI Press.
- Benhabib, S. (2002). *The claims of culture : equality and diversity in the global era*. Princeton University Press.
- Cormode, G. (2008). Key differences between web 1.0 and web 2.0. *First Monday*, 13(6).
- Cramer, F. (2015). What is post-digital ? In D.M. Berry & M. Dieter (éds.), *Postdigital aesthetics : art, computation and design* (pp. 12-26). Palgrave MacMillan.
- Dancygier, B. & Vandelanotte, L. (2017). Internet memes as multimodal constructions. *Cognitive linguistics*, 28(3), 565-598.
- Douglas, N. (2014). It's supposed to look like shit : the Internet ugly aesthetic. *Journal of visual culture*, 13(3), 314-339.
- Durieux, V. (2010). Collaborative tagging et folksonomie : l'organisation du web par les internautes. *Les cahiers du numérique*, 6(1), 69-80.
- Ghliiss, Y., Perea, F. & Ruchon, C. (2019). Introduction : les affordances langagières, levier d'une réflexion postdualiste du discours numérique ? *Corela*, 28.
- Herring, S. (2013). Discourse in web 2.0: familiar, reconfigured and emergent. In D. Tannen & A.M. Trester (éds.), *Discourse 2.0: language and new media* (pp. 1-26). Georgetown University Press.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury.
- Jorgensen, M. & Phillips, L. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. Sage.
- Knobel, M. & Lankshear, C. (2007). Online memes, affinities, and cultural production. In M. Knobel & C. Lankshear (éds.), *A new literacies sampler* (pp. 199-228). Peter Lang.
- Laineste, L. & Voolaid, P. (2016). Laughing across borders : intertextuality of Internet memes. *The european journal of humour research*, 4(4), 26-49.
- Lippert, E. & Wagener, A. (2024). Quelles émotions dans les mèmes environnementaux ? Une étude basée sur l'analyse du discours et la mèmologie systémique. *Semen*, 54.
- Massanari, A. (2015). *Participatory culture, community, and play*. Peter Lang.
- Micheli, R. (2014). *Les émotions dans les discours : modèle d'analyse, perspectives empiriques*. De Boeck Supérieur.
- Milner, R. (2016). *The world made meme: public conversations and participatory media*. MIT Press.
- Nelson, R. (2000). TV drama: 'flexi-narrative' form and 'a new affective order'. In E. Voigts-Virchow (éd.), *Mediated drama – dramatized media* (pp. 111-118). Wissenschaftlicher Verlag Trier.
- Oltean, T. (1993). Series and seriality in media culture. *European journal of communication*, 8(1), 5-31.
- Paveau, M.-A. (2016). Des discours et des liens : hypertextualité, technodiscursivité, écrilecture. *Semen*, 42.

- Paveau, M.-A. (2017). Le discours des vulnérables. Proposition théorique et politique. *Cadernos de linguagem e sociedade*, 18(1), 135-157.
- Rabatel, A. (2012). Positions, positionnements et postures de l'énonciateur. *TRANEL. Travaux neuchâtelois de linguistique*, 56, 23-42.
- Rabatel, A. (2014). Empathie, points de vue, méta-représentation et dimension cognitive du dialogisme. *Ela. Etudes de linguistique appliquée*, 173(1), 27-45.
- Rose, E. (2012). Hyper attention and the rise of the antinarrative : reconsidering the future of narrativity. *Narrative works : issues, investigations & interventions*, 2(2), 92-102.
- Shifman, L. (2013). Memes in a digital world : reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of computer-mediated communication*, 18, 362-377.
- Wagener, A. (2019). *Discours et système : théorie systémique du discours et analyse des représentations*. Peter Lang.
- Wagener, A. (2020). Mèmes, gifs et communication cognitivo-affective sur Internet. *Communication*, 37(1).
- Wagener, A. (2021). The postdigital emergence of memes and gifs : meaning, discourse, and hypernarrative creativity. *Postdigital science and education*, 3(1).
- Wagener, A. (2022). *Mèmologie : théorie postdigitale des mèmes*. UGA Editions.
- Weng, L., Flamini, S. Vespignani, A. & Menczer, F. (2012). Competition among memes in a world with limited attention. *Scientific reports*, 335(2), 1-8.
- Wiggins, B.E. & Bowers, B.G. (2014). Memes as genre: A structural analysis of the memescape. *New media & society*, 17(11), 1886-1906.
- Zanette, M.C., Blikstein, I. & Visconti, L.M. (2019). Intertextual virality and vernacular repertoires: Internet memes as objects connecting different online worlds. *Revista de administração de empresas*, 59(3), 157-169.

