

Sonia BENAMSILI - sonia.benamsili@univ-bejaia.dz
 Université de Bejaia

Approche sémiolinguistique des mèmes Internet algériens

Article reçu le : 17.02.2023 / Accepté le : 06.05.2023 / Publié le : 22.08.2023

Résumé

Le mème désigne un contenu culturel icono-textuel détourné de manière souvent parodique. Il est créé et se diffuse rapidement sur Internet, grâce notamment aux réseaux sociaux. L'identification des références qui y existent est nécessaire à sa compréhension.

Cette nouvelle forme de communication capte facilement l'attention, elle permet d'exprimer une idée ou un sentiment, d'aborder une multitude de sujets et d'assurer la cohésion d'un groupe. Elle est utilisée pour divertir, mais aussi pour informer, critiquer, dénoncer et faire réagir.

Mots-clés : mème Internet, Facebook, sémiolinguistique, forme, contenu.

Semiolinguistic approach of Algerian Internet memes

Abstract

The meme designates an icono-textual cultural content often parodically diverted. It is created and spreads rapidly on the Internet, thanks in particular to social networks. The identification of the references that exist in it is necessary for its understanding. This new form of communication easily captures attention, it allows an idea or a feeling to be expressed, a multitude of subjects to be addressed and a group to be held together. It is used to entertain, but also to inform, criticise, denounce and react.

Key words : Internet meme, Facebook, semiolinguistics, form, content.

Pour citer cet article :

BENAMSILI Sonia (2023). Approche sémiolinguistique des mèmes Internet algériens. *Action Didactique*, [En ligne], 6 (1), 434-451. Url. [Adresse URL de l'article à copier et à insérer ici.](#)

Pour citer le numéro :

FTITA Amel, VECCHIATO Sara et AMMOUDEN M'hand, (dir.), (2023). La didactique du FLE et ses disciplines contributives. *Action Didactique* [En ligne], 6 (1). <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/843>



Cet article est sous licence Creative Commons : Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International **CC BY-NC-ND 4.0**
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.fr_CA

Introduction

L'avènement du Web 2.0¹ et l'émergence des réseaux sociaux ont apporté beaucoup de changements dans la manière de concevoir la communication et de faire circuler l'information. Les réseaux sociaux, aujourd'hui omniprésents dans notre quotidien, sont devenus des moyens incontestables de la communication en ligne. Ils servent de support de diffusion d'images, de vidéos, d'articles, d'annonces, etc. Parmi ces contenus partagés : le même Internet.

Cet objet numérique, de nature humoristique, est constitué d'images (fixes/animées) et/ou de textes qui font référence à la culture populaire et à l'actualité (cf. infra. Définition et caractéristiques du même). Il est conçu à l'aide de programmes informatiques et de plateformes en ligne. Généré sur Internet, le même est extrêmement populaire sur Facebook² et Reddit³ : ces derniers « ont pu fournir à la fois un lieu, des outils de création et de médiation permettant à cette forme de culture d'exister et d'être diffusée » (Moreau, 2011, p.60).

Ainsi, nous assistons depuis quelques années à une prolifération de mêmes. Leur circulation prend de l'ampleur. Ils s'insèrent dans le quotidien et font désormais intégralement partie de la vie sur les réseaux sociaux : « en assistant à la naissance des mêmes et des gifs comme langage numérique multimodal et multi-usages, nous assistons tout simplement à la naissance d'une nouvelle forme de langage » (Wagener, 2020, §17). Alors, comment peut-on définir cette nouvelle forme de communication ? Quels sont les signes mis en œuvre dans sa création ? Quelles sont ces caractéristiques qui lui permettent de se répandre sur Internet et de gagner en popularité ? Et quelles sont ses fonctions ?

1. Corpus et méthodologie

Afin de réaliser cette étude, nous avons choisi 17 mêmes algériens, publiés entre 2019 et 2022 sur Facebook. Nous avons sélectionné cette période, car elle est marquée par des événements majeurs : le hirak⁴, la Covid-19⁵, l'élection présidentielle algérienne de 2019 et la Coupe du monde de football 2022.

¹Apparu dans les années 2000, il désigne des techniques et des fonctionnalités plus simples à utiliser par les internautes.

²Réseau social fondé par l'américain Mark Zuckerberg, en 2004.

³Plateforme de discussion et d'actualité, fondée en 2005. Elle permet aux utilisateurs de soumettre des liens ou des contenus personnels qui seront commentés.

⁴ Mot arabe qui signifie « mouvement ». Il est utilisé pour désigner les manifestations de 2019-2021 en Algérie.

⁵ Maladie infectieuse due au virus SARS-COV-2.

Sur certains mèmes apparaît un logo permettant d'identifier la page à laquelle ils appartiennent. Les autres contenus sont anonymes.

Par ailleurs, les mèmes qui constituent notre corpus sont composés de différents types de signes. Nous avons donc choisi d'inscrire cette étude dans le cadre de la sémiolinguistique et de nous appuyer sur le modèle d'analyse systémique présenté par Wagener (2022). Ce dernier propose un découpage du mème en trois parties :

- Pragmasigne : il s'agit du mème lui-même. Il se compose d'un référème (signifiant) et d'un topème (signifié), autrement dit d'une référence utilisée pour véhiculer le message et d'un sujet.
- Pragmadesign : disposition du texte et de l'image, police d'écriture, choix des couleurs, des formes, etc.
- Pragmacontexte : environnement d'émission/de réception du mème et son positionnement d'interaction (publication ou réaction). Dans notre cas, les mèmes que nous avons sélectionnés sont utilisés dans un contexte de publication sur le réseau social Facebook. Ils sont centrés sur l'acte d'émission du message.

2. Définition et caractéristiques du mème

Le terme « mème » est utilisé pour la première fois par Richard Dawkins⁶, en 1976, dans son ouvrage « The Selfish Gene ». Selon lui, le gène se transmet à l'identique d'un cerveau à un autre et c'est cette capacité de reproduction qui détermine l'évolution et la survie des sociétés. Dawkins aborde la communication comme un phénomène biologique et explique que le mème agit seul pour sa propre survie, tel un gène égoïste. Ainsi, cette unité d'information se reproduit tel quel, se propage par l'imitation et l'apprentissage, se distingue et attire l'attention. Les mèmes qui sont repris, partagés, transformés survivent, tandis que les autres finissent par disparaître.

Dawkins (2003, p.257) explique également que

Nous avons besoin d'un nom pour ce nouveau réplicateur, d'un nom qui évoque l'idée d'une unité de transmission culturelle ou d'une unité d'imitation. "Mimème" vient d'une racine grecque, mais je préfère un mot d'une seule syllabe qui sonne un peu comme "gène", aussi j'espère que mes amis, épris de classicisme, me pardonneront d'abrégier mimème en mème.

Le terme « mème » est donc construit à partir des mots anglais « mimesis »

⁶Biologiste britannique, vulgarisateur scientifique et théoricien de l'évolution.

(opération d'imitation) et « gene » (unité grâce à laquelle se transmet un caractère héréditaire).

Vers les années 90, avec le développement d'Internet, ce concept est utilisé pour désigner « ces petites blagues, images et messages partagés sur la Toile » (Renaud, Fernandez et Puel, 2016, p.105). Autrement dit, toute unité qui fait l'objet de réappropriation parodique de la part d'internautes et qui se propage d'une manière rapide et large sur le Web. C'est en effet grâce à la participation des internautes que les mèmes sont créés puis diffusés, partagés, commentés ou modifiés : l'évolution du mème est « une œuvre collective, ainsi portée par une multitude d'additions de la part d'internautes » (Moreau, 2011, p.4-5).

La définition donnée par le dictionnaire Larousse (en ligne) va dans le même sens : « Concept (texte, image, vidéo) massivement repris, décliné et détourné sur Internet de manière souvent parodique, qui se répand très vite, créant ainsi le buzz ».

À partir de là, nous pouvons dire que le mème se distingue principalement par :

- son humour : il fait rire grâce à la dérision, à l'ironie, aux jeux de mots, aux détournements d'images, de slogans, etc. Il « apparaît bien souvent comme une forme humoristique au contenu comique, voire absurde » (Renaud *et al.* 2016, p.110). Cet humour peut porter sur

une personne (individu ou groupe), en position de troisième protagoniste de la scène humoristique [...] cela peut également être une situation créée par les hasards de la nature ou les circonstances de la vie en société dont on souligne le caractère absurde ou dérisoire [...] cela peut aussi être une idée, opinion ou croyance, dont on montre les contradictions, voire le non-sens (Charaudeau, 2006, p.22-23).

- sa large diffusion sur les réseaux sociaux : parce qu'il est drôle, le mème circule rapidement sur Internet. En effet, « L'humour semble être le plus fort vecteur pour qu'un mème se propage dans la durée et auprès d'un plus grand nombre de communautés diverses » (Renaud *et al.* 2016, p.122).

- sa forte visibilité sur Internet : en étant drôle, facile à créer et partager, le mème attire l'attention, « se démarque du flot continu de la production d'informations mises en ligne chaque minute » (Bonenfant, 2014, § 4).

- le détournement qu'il subit : avec l'apparition d'outils de création de plus en plus simplifiés, le mème est repris en masse en subissant des modifications. Il se propage par « réplique et transformation » (Paveau, 2017, p.322) : un utilisateur s'approprie un contenu initial (un texte, une image, une vidéo). Il le transforme en faisant appel à des références

multiples et lui donne un nouveau contexte, une nouvelle version qui subira à son tour des variations, des imitations. Un mème Internet n'est donc pas seulement une réplique, c'est aussi une réappropriation. D'ailleurs, un contenu ne devient mème que s'il subit des modifications au fur et à mesure de sa propagation. En effet, il convient, selon Kaplan et Nova (2016, p.8), de distinguer « contenu viral » et « contenu mémétique », bien que ces deux concepts soient utilisés le plus souvent de façon interchangeable car généralement indissociables :

Quand un lien vers une page web est massivement partagé, éventuellement commenté, mais sans modification, nous parlons de *propagation virale*. La référence du contenu se répand à l'identique tant que chaque destinataire trouve pertinent de la partager. La réplique mémétique implique au contraire une *réinterprétation*. Le contenu n'est pas simplement diffusé, il est utilisé comme matrice pour en générer de nouveaux.

Shifman (2013) partage le même point de vue : si un contenu est largement transmis mais sans subir aucune modification, il serait considéré comme viral mais non mémétique. Ainsi, ces phénomènes Internet, en fonction des modifications qu'ils auraient ou non subies lors de leur diffusion, peuvent être viraux, mémétiques ou les deux à la fois.

3. Forme du mème Internet

Les mèmes sont des formes humoristiques constituées de textes et/ou d'images, fixes ou animées. Ce sont des

Objets culturels - composé[s] la plupart du temps d'une unique photo, sur laquelle peut figurer un élément langagier qui s'apparente à une légende ou à une citation- se caractérisent à la fois par la plurisémiotité, associant le plus souvent image et texte, et par une viralité constitutive qui, sans se confondre avec le simple *buzz* numérique, témoigne d'un pouvoir réplique (Gautier et Siouffi, 2016, p.7).

Ceux que nous avons choisis ont le format d'une image fixe accompagnée d'un texte. Leur pragmadesign dépend essentiellement du message qu'ils véhiculent : le choix de police ou de langue, les couleurs ou encore la disposition du texte et de l'image sont des éléments significatifs.

Sur le plan linguistique, les mèmes qui constituent notre corpus sont produits dans différentes langues.

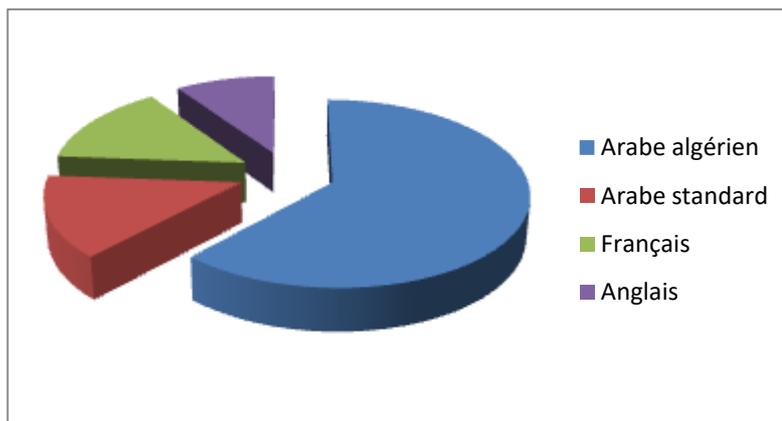


Figure 1 : Répartition des mèmes selon la langue

62% des mèmes analysés comportent un texte en arabe algérien, langue maternelle d'une partie des Algériens. 14% sont en arabe standard, l'une des deux langues officielles de l'État, et 14% en français, première langue étrangère. L'anglais, deuxième langue étrangère, est utilisée à 10%.

Nous tenons à préciser que cette représentation linguistique n'est pas nécessairement représentative. Elle concerne uniquement notre corpus.

Par ailleurs, le message textuel de ces mèmes se présente en police de type gras : une technique qui ajoute de l'emphase au texte, attirant l'attention du lecteur sur les mots mis en exergue. La taille de police, quant à elle, constitue un élément hiérarchisant du discours : les signes linguistiques en haut de l'image se présentent dans une taille beaucoup plus importante que celle des autres textes. Cette hiérarchie des polices permet de renforcer visuellement ces messages et de guider l'ordre de lecture de l'information, dans la mesure où le consommateur du mème suit une ligne de lecture typographiquement décroissante.

Les textes des mèmes choisis sont également écrits, pour la majorité, en caractères noirs sur fond blanc, ou l'inverse. Un contraste qui permet de rendre les légendes, posées en haut ou en bas de l'image, superposées ou juxtaposées à celle-ci, très visibles, comme illustré ci-dessous.



Figure n° 02, 13 juillet 2020



Figure n° 03, 12 juillet 2021

Généralement, le texte qui se place au-dessus de l'image concerne le topème. Il vient contextualiser le message en donnant une information essentielle à sa compréhension. C'est une première mise en situation. Il est consacré au réfèrement lorsqu'il est superposé et permet d'établir un parallèle entre deux situations quand il est juxtaposé. Quant au texte qui apparaît en bas, il fait office de chute et donne de la puissance au message.

La police d'écriture varie en fonction de l'outil utilisé lors de la création : un logiciel (type Paint ou Photoshop) ou bien des applications en ligne (Meme Generator, Quichmeme, etc.). Certains générateurs de mèmes (tels que Diylol et Make a Meme) offrent la possibilité de modifier la police du texte, tandis que d'autres proposent par défaut la police Impact. Cette dernière est la plus utilisée dans notre corpus, car elle assure une bonne lisibilité et incarne aujourd'hui la culture Web.

Sur le plan iconique, les mèmes se composent de logos, de symboles, de photos de lieux, d'objets ou encore de personnages (de films, de dessins animés, hommes politiques). Il peut s'agir également de photographies personnelles, d'animaux ou encore d'œuvres d'art. Ces images sont soit utilisées tel quel : l'image n° 04, avec Leonardo DiCaprio, est tirée du film "Once Upon a Time in Hollywood", soit modifiées : dans l'image n°05, L'Anneau unique⁷ que tient le personnage fictif Gollum, dans la série cinématographique « Le Seigneur des anneaux », est remplacé par une pièce de 200 dinars algériens.

⁷ Objet imaginaire créé par l'écrivain britannique John Tolkien dans ses romans, adaptés au cinéma, « Le Hobbit » (1937) et « Le Seigneur des anneaux » (1954).



Figure n° 04, 03 avril 2021



Figure n° 05, 12 mai 2019

La forme du mème reste donc généralement assez simple : c'est une unité qui se compose d'une image spécifique, à laquelle on ajoute un texte de son choix, selon une disposition proposée, afin de transformer un contenu. On peut également conserver un texte tel quel et modifier l'image qui l'accompagne :

Concrètement, un mème circule sous une forme relativement simple, alliant un texte bref et riche en références symboliques transmissibles, avec une image liée à un phénomène culturel ou d'actualité, ce qui permet un phénomène de sémiosis rapide, percutant et immédiatement reproductible chez les initiés, lui assurant ainsi une diffusion dynamique, jusqu'à ce que le phénomène s'éteigne de lui-même (Wagener, 2020, § 6).

Quand le nouveau variant a presque le même nom que toi...



Figure n° 06, 14 janvier 2022

Dans cette figure (n° 06), le texte, qui fait référence au nom du cinquième variant du coronavirus « Omicron » (et qui concerne le topème) et l'image

modifiée du président Emmanuel Macron (le référent) ont permis à l'utilisateur de se réapproprié un contenu et d'en faire un mème. L'association texte/image est en effet très importante, car les images, seules, ne peuvent parfois pas tout dire et sont généralement polysémiques. Le texte peut donc venir « suppléer les carences expressives de l'image » (Joly, 2004, p.91) et/ou diriger « le lecteur entre les signifiés de l'image » (Barthes, 1964, p.44).

4. Contenu du mème numérique

Les mèmes sont des contenus réinterprétés et réitérés. Ils sont utilisés pour communiquer un message et peuvent concerner différents domaines. Nous allons nous intéresser ici à leur contenu, plus précisément à leur fonction.

Les mèmes Internet algériens visent plusieurs objectifs, principalement humoristique. Ils font rire et divertissent avec des scènes de la vie quotidienne.



Figure n° 07, 10 décembre 2022



Figure n°08, 01 août 2022

Dans la figure n° 07, le producteur utilise comme référence un tableau de peinture à l'huile apparu en septembre 2021, sur Reddit. Le message textuel consacré à ce référent permet de parodier l'état des mères de famille qui aident leurs enfants à faire leur devoir ou réviser.

Dans la figure n°08, le premier message textuel, posé au-dessus de l'image référentielle, concerne le topème du mème. Ce dialogue, entre une mère et sa fille, sert d'introduction. Le deuxième message textuel est, quant à lui, consacré au référent. Ces deux parties interdépendantes permettent au producteur de souligner la souffrance des usagers des transports en commun et d'amuser le consommateur par l'autodérision.

Les supports référentiels sur lesquels ces deux mèmes s'appuient viennent renforcer les topiques abordées : les expressions faciales, les regards et les postures des personnages sont en effet des éléments qui permettent aux consommateurs de s'identifier et de se retrouver dans ces mèmes, qui témoignent d'une expérience vécue ou d'un sentiment partagé. En plus de faire rire, le mème rassemble donc des internautes et les reconforte en leur donnant l'impression d'être compris par les autres.

L'amusement passe également par le sarcasme : dans les mèmes ci-dessous, les producteurs tournent en dérision des commentaires d'internautes.



Figure n°09, 13 juin 2020



Figure n°10, 09 décembre 2022

La figure n°09 correspond à une publication d'une photo d'Albert Einstein commentée 5308 fois. En bas de ce référentiel, une réponse d'un internaute qui confond Einstein avec le physicien Isaac Newton. L'association de ces deux éléments a permis au producteur de construire ce mème qui vise au simple divertissement : il n'aborde pas ici un sujet particulier.

La figure n°10 se présente avec un pragmadesign spécifique : un premier élément référentiel, en haut, qui correspond à une capture d'écran d'une discussion sur Messenger entre un internaute et un vendeur en ligne. En bas et à droite de ce référentiel, des photos des acteurs américains Leonardo DiCaprio et Eddie Murphy. Au-dessous de cette première partie, des images, en couleurs, des footballeurs Lionel Messi et Neymar en train de rire. L'ensemble des référentiels non verbaux constitue une réaction à la réponse de l'internaute qui n'avait pas compris le mot anglais « online ». Ce mème n'a pour but que d'amuser le consommateur : il a une fonction ludique.

Dans la figure n°11, le message textuel du mème se divise en deux parties : un premier message, au-dessus de l'image, qui se présente sur trois lignes et qui concerne le topème. En bas, un deuxième message, court, consacré au

référéme. La couleur jaune du texte attire l'attention et représente l'enfance.



Figure n° 11, 19 août 2020

Le producteur utilise ici le même fantaisiste du chat qui pleure pour partager un souvenir en commun avec les internautes et souligner le non-sens d'une astuce utilisée par les parents algériens pour calmer un enfant qui s'est cogné la tête contre un mur. Par le choix de ce type de mème socioculturel, à savoir le lolcat⁸, le « memeur » représente sa culture et tourne en dérision la méthode d'éducation de certains parents.

Nous pouvons donc dire que le mème numérique unit des internautes par des liens culturels et leur permet de se reconnaître entre eux.

Par ailleurs, le mème attire et aiguise l'intérêt du consommateur grâce à des associations improbables que nomment Knobel et Lankshear (2007) « juxtaposition atypique » : c'est en effet « la mise en relation de plusieurs objets visuels ou sémantiques sans corrélations apparentes qui fait du mème un objet intéressant » (Renaud et al. 2016, p.108). Ainsi, dans l'image macro⁹ n°12, les photos du président français Emmanuel Macron en plein doute, l'air soucieux, tourmenté quant aux mesures à prendre sur le conflit¹⁰ Ukraine/Russie, sont détournées. Elles sont utilisées comme support référentiel afin de critiquer les prix exercés par le restaurateur « Hicham cook »¹¹. La forme graphique de ce mème, avec en haut le topème et en bas le référéme, permet d'accentuer cette juxtaposition atypique.

⁸ Terme qui « désigne l'ensemble [photographie de chat] et [légende à même l'image, faisant parler l'animal] » (Goudet, 2016, p.61).

⁹ Type de mème composé d'une image au centre et d'un texte superposé, en haut et/ou en bas de celle-ci.

¹⁰ Le 24 février 2022, la Russie a lancé l'invasion de l'Ukraine. Le conflit entre les deux pays remonte à 2014 et s'est concentré sur le statut de la Crimée et de Donbass, internationalement reconnues comme faisant partie de l'Ukraine.

¹¹ Chef cuisinier algérien connu en postant ses recettes de cuisine sur les réseaux sociaux.



Figure n° 12, 08 décembre 2022



Figure n° 13, 20 décembre 2022

Dans la figure n° 13, le référent est une photo du président Macron qui console le footballeur Kylian Mbappé, après la défaite en finale de la Coupe du monde 2022 de l'équipe de France face à l'Argentine. Le topème est celui de la relation entre l'Algérie et la France. Le message textuel consacré au référent se présente avec un pragmadesign spécifique. Il se caractérise par l'utilisation de la police script : une typographie qui permet de transmettre un message plus personnel. Son aspect favorise en effet une approche plus familière et joue sur l'émotion du lecteur. Le choix de la couleur rose est également significatif : c'est une couleur associée aux émotions. Elle symbolise l'enfance, la jeunesse et la compassion. Le terme « خوالي », quant à lui, est accentué : il apparaît en gras, avec une police plus importante que le reste du texte. Ce message verbal est mis en évidence car il permet au producteur de souligner l'origine algérienne du footballeur et de ce fait relier la défaite de cette équipe à la décision prise par le gouvernement français, en septembre 2021, de réduire le nombre de visas accordés à l'Algérie.

Le même permet donc de traduire, derrière l'humour, ce que pense la majorité du peuple algérien sur une situation précise. Il assure également un suivi satirique de l'actualité : c'est un moyen de communication porteur d'informations. Une création humoristique produite avec une intention de communiquer quelque chose à quelqu'un.



Figure n° 14, 10 décembre 2022



Figure n° 15, 28 février 2022

Le premier mème (figure 14) est constitué d'un référentiel : l'image de l'acteur algérien Athmane Ariouet tirée du film « Une famille comme les autres », sorti en 1990, et d'un message textuel consacré à ce référentiel. La couleur jaune du texte attire l'attention sur cette partie du mème, notamment sur le logo de la première chaîne publique algérienne TV1 apposé sur le visage apeuré de l'acteur. Ces éléments référentiels sont utilisés pour aborder la topique de la relation conflictuelle¹² entre l'Algérie et le Maroc.

Le deuxième mème (figure 15) est une séquence d'images fixes. Le référentiel est l'univers culturel de « Tom and Jerry »¹³, le topème est la guerre en Ukraine. Le texte qui accompagne les deux premières images joue une fonction de relais : il permet d'identifier les personnages représentés. Le support référentiel utilisé ainsi que l'agencement global du mème permettent au producteur de raconter, au moyen d'images fixes, une histoire : Jerry, qui représente l'OTAN¹⁴, s'amuse à tendre un piège et à humilier Tom (Ukraine). Il s'en prend à Spike (Russie), un bouledogue vicieux et colérique, mais qui n'attaque pas sans raison apparente. Tom, qui n'est pas à la hauteur de l'intelligence de Jerry, termine perdant de l'histoire. Une manière de dire que c'est l'OTAN qui est responsable de cette guerre. En utilisant des personnages d'animation, le producteur cherche à rendre l'actualité plus accessible. Toutefois, la narration visuelle requiert une participation importante du lecteur : « l'inscription du récit dans l'image fixe exige une participation plus ou moins importante de la part du spectateur : l'image se présente ainsi essentiellement comme le catalyseur d'un récit potentiel plutôt que comme un récit actuel » (Baroni, 2021, p.200).

¹²Conflit lié à plusieurs facteurs, notamment la question du Sahara occidental.

¹³ Série de courts-métrages animés américaine diffusée depuis 1940.

¹⁴ Organisation du traité de l'Atlantique nord. C'est une alliance politique et militaire qui réunit 30 pays membres d'Europe et d'Amérique du Nord.

Ainsi, tout en gardant leur côté humoristique, les mêmes proposent de véritables commentaires politiques et sociaux. Ils permettent une certaine liberté d'expression et créent chez les consommateurs un intérêt pour la politique.



Figure n° 16, 10 novembre 2022

La figure n°16 se compose d'un premier message textuel, en haut de l'image, qui aborde le sujet de la liberté d'opinion. Au-dessous de ce message, qui concerne le topème, une silhouette d'un homme derrière les barreaux qu'on peut identifier grâce au texte qui se trouve en bas : il s'agit de l'opinion. Celle-ci se trouve ainsi personnifiée. La couleur blanche des messages textuels, le vert de l'arrière plan et le croissant rouge entourant une étoile à cinq branches symbolisent le drapeau algérien. L'ensemble de ces éléments permet au producteur d'aborder la topique de la liberté d'expression en Algérie.

Le même aborde également des faits importants dans la vie sociale, des topèmes tels que la question identitaire/linguistique (figure 17) ou encore le monde professionnel (figure 18) : « ce n'est pas parce que le jeu est ludique qu'il est fortuit » (Priego-Valverde, 2003, p.45).



Figure n° 17, 02 février 2020



Figure n°18, 03 mars 2020

Le premier mème (figure n°17) se présente comme suit : en haut de l'image, un texte qui concerne le topème et qui se caractérise par l'utilisation du néologisme «أمزغ», créé à partir des deux lexèmes «أعرب», qui veut dire « analysez grammaticalement », et « Amazigh », qui « est employé par un certain nombre de groupes berbérophones pour se désigner eux-mêmes » (Chaker, 1986, p.562). En bas, l'élément référentiel utilisé pour transmettre le message. L'association de ces deux unités permet d'aborder la question des Berbères d'Algérie : une population autochtone qui a toujours revendiqué une plus large reconnaissance identitaire et culturelle.

Le deuxième mème (figure n°18) est constitué de trois images fixes, tirées du film américain « The Pursuit of happiness ». Il s'agit d'un dialogue entre Chris Gardner (interprété par Will Smith), un modeste représentant de commerce vivant dans la précarité, et son employeur Martin Frohm (interprété par James Karen). Le producteur utilise ce référentiel pour souligner la place importante qu'occupe la langue française dans le monde du travail : c'est une langue qui permet l'accès à l'emploi. L'école algérienne doit donc s'adapter aux besoins des entreprises et mieux préparer les apprenants à l'intégration professionnelle.

Cependant, c'est seulement en connaissant l'actualité politique qu'on peut comprendre les mèmes. Cette façon d'informer dissimule en effet derrière l'absurde un message important qui n'est pas toujours compris. Une incompréhension souvent illustrée dans les commentaires:



Figure n° 19, 07 décembre 2022

Ce nouveau mode d'expression repose en effet sur l'intertextualité. Une multiplication de références qui exclut une partie du public : ce sont seulement ceux qui connaissent la culture du mème, les références auxquelles il fait appel, le contexte dans lequel il s'inscrit et qui partagent des souvenirs, des croyances avec la personne qui le produit ou le diffuse qui peuvent le comprendre et en saisir l'humour. Le mème agit donc sur le consommateur en l'amenant à réfléchir et, par l'humour, véhicule des

messages riches en matière de significations.

Conclusion

Les internautes algériens produisent et diffusent des mèmes assez simplifiés, composés d'une image, de nature humoristique qui capte l'attention, et d'un texte, le plus souvent en arabe dialectal. Ces caractéristiques facilitent la transmission et la compréhension du mème et permettent sa propagation rapide jusqu'à devenir viral. Ce sont d'ailleurs le plus souvent des images de personnalités connues qui sont détournées, afin que le public puisse les reconnaître facilement et percevoir l'humour véhiculé. Toutefois, certaines images numériques ne sont pas accessibles à tous : la contextualisation et le savoir culturel sont des éléments essentiels à la compréhension du mème. Celui-ci constitue en effet un outil de transmission culturelle, c'est un marqueur d'appartenance à un groupe et un moyen de communication. Il traite des scènes de la vie quotidienne, l'actualité, la politique et véhicule des opinions avec un ton ironique, sarcastique, critique ou dénonciateur. Son but principal est de divertir le consommateur, mais il le tient également informé, l'amène à réfléchir et le pousse à agir.

Par ailleurs, le mème est un contenu commenté, repris, imité, changé au fur et à mesure de sa diffusion par le consommateur. Ce dernier participe à le rendre plus actif. Une approche sociolinguistique serait donc intéressante : il serait pertinent de se rapprocher des consommateurs afin de déterminer la façon dont ils perçoivent le mème et l'influence qu'exerce cette nouvelle forme de communication sur l'opinion publique.

Références bibliographiques

- Baroni, R. (2021). Le récit dans l'image : séquence, intrigue et configuration. *Revista Estado da Arte*, №2, 187-203. <https://doi.org/10.14393/EdA-v2-n1-2021-62069>
- Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communications*, № 4, 40-51. https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1964_num_4_1_1027
- Bonenfant, M. (2014). Le mème numérique : étude sémiotique des réseaux à partir des concepts de trace et d'indice. *Réseaux sociaux, réseaux sociosémantiques et phénomènes de communication*, RISCP, №12, 27-42. <http://journals.openedition.org/communiquer/1295>
- Chaker, S. (1986). Amaziɣ, "(le/un) Berbère". *Encyclopédie berbère*, № 4, 562-568. <http://journals.openedition.org/encyclopedieberbere/2465>
- Charaudeau, P. (2006). Des catégories pour l'humour ? *Questions de communication*, № 10, 19-41. <http://www.patrick-charaudeau.com/Des-categories-pour-l-humour,93.htm>
- Dawkins, R. (2003). *Le Gène égoïste*. Paris : Odile Jacob

- Dictionnaire Larousse.
www.larousse.fr/dictionnaires/francais/m%C3%A8me/10910896
- Gautier, A. et Siouffi, G. (2016). Introduction. *Travaux de linguistique*, N° 73, 7-25. <http://www.cairn.info/revue-travaux-de-linguistique-2016-2-page-7.htm>
- Goudet, L.G. (2016). Anthropomorphisme et sociolecte des mèmes internet : lolcats et cat-lebrities. *Babel : Civilisations et sociétés*, N° 11, 59-84. <https://hal.science/hal-02118780>
- Joly, M. (2004). *Introduction à l'analyse de l'image*. Paris: Nathan
- Kaplan, F et Nova, N. (2016). *La culture Internet des mèmes*. Lausanne : Presses Polytechniques et Universitaires Romandes.
- Knobel, M et Lankshear, C. (2007). *A new literacies sampler*. New York : Peter Lang Publishing.
- Moreau, N. (2011). *Les Mèmes internet : de 4chan aux agences de communication*. Mémoire de master. Paris : Université Paris IV Sorbonne. https://fr.slideshare.net/nico_dude/memoire-m2-misc-nicolas-moreau
- Paveau, M.A. (2017). *L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*. Paris : Hermann.
- Priego-Valverde, B. (2003). *L'humour dans la conversation familière : description et analyse linguistiques*. Paris : L'Harmattan.
- Renaud, C., Fernandez, V. & Puel, G. (2016). Les mèmes Internet ont-ils un mode de propagation spécifique ? Analyses à partir de topogrammes de mèmes de l'Internet chinois. *Réseaux : communication, technologie, société*, N° 195, 107-130. <https://hal-auf.archives-ouvertes.fr/hal-01348472>
- Shifman, L. (2013). *Memes in Digital Culture*. London : The MIT Press. <http://doi.org/10.7551/mitpress/9429.001.0001>
- Wagener, A. (2020). Mèmes, gifs et communication cognitivo-affective sur Internet. *Communication*, N° 37. <http://journals.openedition.org/communication/11061>
- Wagener, A. (2022). *Mèmologie. Théorie postdigitale des mèmes*. Grenoble : UGA.

AUTEUR

Sonia BENAMSILI est maître de conférences en Sciences du langage au département de langue et littérature françaises, à l'Université de Bejaia (Algérie). Ses travaux portent essentiellement sur la sémiotique, la linguistique et l'analyse du discours.