

Le mème : image de l'ère numérique et réception de la foule

Rawda Youssef Youssef*

مدرس قسم اللغة الفرنسية- كلية الآداب-جامعة بني سويف

rawdaabouzeid.ry@gmail.com

Résumé

Dans un monde « mondialisé » qui avance *en quatrième vitesse* et qui est caractérisé par la multidisciplinarité, dessiner une *ligne de démarcation* entre les activités humaines c'est *faire chou blanc*. En lice, les spécialistes de tous les domaines cherchent inlassablement l'innovation. Cependant, les idées les plus créatives sont puisées à l'histoire. De ce fait, le recours à l'image est de tout temps, un atout. L'image *a toujours occupé le devant de la scène* de par sa portée communicationnelle qui va au-delà des mots et les horizons qu'elle ouvre à l'imagination.

Elle *dame* ainsi, *le pion à la parole* du fait qu'elle puisse être dense sans faille, rapide à véhiculer le message sans nuire au sens et s'adresser avec sa simplicité à tous les niveaux socioculturels sans discrimination. « *Une image vaut mille mots* », selon Confucius, combien de fois le recours à l'image épargne temps et effort et véhicule efficacement un message?

Les images sont les avant-courriers de l'écriture, comme le confirme Martine Joly. D'ailleurs, actuellement, la technologie moderne a frayé le chemin et ouvert grand la porte face à ce moyen de communication dans tous les domaines. C'est l'ère du numérique qui favorise encore le recours à l'image... Subséquemment, selon F. de Saussure : « *La langue n'est pas le seul système de signes exprimant des idées* »

Décortiquer une image est sans doute un divertissement de l'intellectuel. Il est à noter que La corrélation entre divertissement et intellectuel rappelle que l'interprétation de l'image n'est pas une activité naturelle qui pourrait se faire sans effort. Plus le récepteur est avisé et informé du contexte, plus la valeur esthétique et communicative de l'image augmente. Mais qu'en est-il de l'autre facette de ce moyen de communication surtout à l'ère du numérique ?

Mots-clés

Langage- communication- grégarisme- image- mème- rire- foule- message- réception- émetteur- récepteur- numérique- réseaux sociaux.

Introduction

L'image constitue le premier moyen de communiquer... Pour interagir avec ses semblables l'homme a dû inventer puis développer un langage pour véhiculer ses messages, transmettre ses idées, et exprimer sa volonté ou même les imposer... Tout d'abord incapable d'émettre des paroles compréhensibles, il a recouru, grâce à son intelligence, à un ensemble de signes visuels convenus, pour causer avec autrui. Un procédé primitif qu'il a développé pour atteindre le système d'écriture et arriver aux formes actuelles.

Pendant l'époque préhistorique, l'homme communiquait, donc, à l'aide des pictogrammes qui ne tardent pas à être remplacés par l'écriture apparue en Mésopotamie, en Egypte et plus tard dans d'autres anciennes civilisations. Pourtant, il est à noter qu'à ses débuts, l'écriture a pris naissance sous formes de dessins toujours et c'est grâce au rébus que le rôle des signes était diversifié¹

Toute l'histoire humaine est jalonnée des étapes entreprises par l'écriture depuis qu'elle avait franchi le seuil pour qu'au XIX^{ème} siècle une tendance inverse prend le pas sur elle. Sans surprise ! C'est l'image de nouveau. Depuis environ un siècle s'ouvre une ère de l'image. Elle envahit notre quotidien à travers presque tous les médias même les médias écrits. Cependant cette mutation se manifeste plus avec l'arrivée du numérique, les portables, l'internet et surtout les réseaux sociaux.

L'histoire est ainsi marquée par le passage de la logosphère au graphosphère, à la vidéosphère et la blogosphère. D'aucuns confirment que l'ère moderne est celle du flux d'information, c-à-d de l'information qui circule en quatrième vitesse. Mais l'atout du flux, c'est l'image, fixe ou animée, le photomontage, etc. Cette étude s'intéresse à l'impact des mêmes diffusés et relayés par les internautes sur les réseaux sociaux.

Elle pivote autour des axes suivants :

- Le besoin inaliénable de l'homme à communiquer avec ses semblables voire à nouer des relations.
- L'impact des réseaux sociaux sur lui.
- Le message visible et sa réception.
- La réception et la psychologie de la foule.

Développement

Le Grégarisme

L'homme est un être grégaire, il a une prédilection pour la vie en groupe et il a un penchant pour l'imitation de ses semblables. C'est un caractère inné.

Néanmoins, une question s'impose à cet effet, ce caractère conduit-il inéluctablement à d'autres pratiques ou même phénomènes tels : l'effet de mode, le panurgisme, le désir de consensus, le suivisme etc. tout en excluant la pensée, la pensée critique ou même l'esprit critique? Une attitude vis-à-vis de laquelle il vaut mieux tirer la sonnette d'alarme,

« Gardons-nous bien de suivre, à la manière des moutons, le troupeau de ceux qui précèdent en allant non pas vers où il faut aller, mais simplement où vont les autres, car rien n'entraîne à de plus grands malheurs que de se conformer à la rumeur publique, en estimant que les meilleurs choix sont ceux du plus grand nombre, de se laisser conduire par la multiplicité des exemples- cela parce que nous vivons non d'après la raison mais dans un esprit d'imitation. »²

Tous ces phénomènes se traduisent en un comportement de docilité, d'obéissance de dépendance ...etc aveugle et incompréhensible. Dans ce cas, l'homme devient un être privé d'autonomie, influençable voire moutonnier... Dans son livre 4 Nietzsche analyse cette idée tout en remplaçant à cet être médiocre le Surhomme, capable de surmonter les difficultés, courageux et audacieux, manifestant une soif de la connaissance et de la science qu'il décrit de joyeuse car elle met fin aux idées caduques pour y substituer de nouvelles idées capables d'améliorer la vie. Selon lui c'est la valeur de l'existence.

Un sujet doit secouer les jugs regagner sa liberté, sa volonté et surtout son intelligence qui doit ensuite développer un esprit voire une pensée critique. Pour ce faire, non seulement Nietzsche mais aussi des études psychologiques récentes plaident pour l'isolement afin de lutter contre cette morale du troupeau. Il est

indispensable de prendre de la distance pour construire un nouvel homme mûr, indépendant mais surtout « intelligent »... « *Concluons de ce qui précède, que la foule est toujours intellectuellement inférieure à l'homme isolé, mais que, au point de vue des sentiments et des actes que ces sentiments provoquent, elle peut, suivant les circonstances être meilleure ou pire* »³ La fonction la plus efficace de la foule est donc la fonction sentimentale raison pour laquelle elle tombe facilement en proie au chantage affectif qu'engendre les exagérations en général, mais dans ce cas, celles qui se trouvent sur les réseaux sociaux.

Toutefois, s'isoler ne veut pas dire seulement s'éloigner d'une communauté mais également des lacis de pensées ruminantes et de souvenirs pénibles. Prendre une distance consiste à l'évidence à s'écarter de toute influence obsessionnelle et de son entourage pour éclaircir les idées, les aspirations et les sentiments. Il est patent que l'homme est pourvu de ce don.

« *Dans son livre Focus, Daniel Goleman, nous rappelait le besoin de travailler sur notre attention. Aussi surprenant que cela puisse paraître, nous pouvons y parvenir en appliquant une certaine distance. En fait, le cerveau est capable de lever l'ancre de la rumeur mentale inutile et immédiate pour se placer dans un espace silencieux dans lequel il sera possible de positionner le regard sur ce qui est important.* »⁴

Mais, effectivement, le besoin intrinsèque d'être entouré et apprécié de ses congénères, pousse l'homme à plonger dans le grand bain des réseaux sociaux pour assurer des relations avec autrui quoiqu'elles soient dans la plus grande majorité, virtuelles.

Tout d'abord l'individu est tenté par ce monde vaste mystérieux et ses arcanes. Evidemment, un échantillon de personnes, ensorcelées par ce monde facilement abordable, se lance imprudemment, s'en prend en moins de rien et se réduit à une nouvelle forme d'esclave. L'utilisateur en adhérant à un réseau social ressemble à un poisson noyé. Il est vulnérable inconscient, alors, il va avec le courant en croyant qu'il s'autoréalise. Lorsque les publications sur facebook sont gratifiées par la réaction « j'aime » l'estime de soi et la confiance sont rehaussées en raison de la sécrétion de la dopamine⁵. D'où l'état de dépendance et d'attachement.

D'ailleurs, l'état d'expectative dans lequel se trouvent les individus attendant la réaction de son entourage. Outre la surmultiplication hormonale, les réseaux sociaux promeuvent le narcissisme et développent un ego plus fort. « (...) *Cela se produit parce que sur votre page de réseau social, vous êtes au centre de votre propre micro monde. Contrairement à ce que se passe dans des contextes quotidiens, vous êtes dans un univers dont vous êtes le protagoniste incontesté* »¹ Un micro monde où la personne se forge une image de soi qui diffère probablement de sa réalité.

Ainsi, acculé dans cet espace virtuel qui constituait d'abord un exécutoire pour se défouler, l'individu se trouve piégé par la Fomophobie⁶ aussi bien que l'excès de sécrétion hormonale qui lui favorise la joie qu'il croit inconditionnelle au détriment de son temps et d'une vie réelle qu'il aurait pu mener... Il est évident donc, que les diverses plateformes de réseautage constituent un danger qui dépasse celui de la télévision. John Hartely, confère au téléphage des attributs semblables à ceux des hypnotisés, il y a plus de vingt ans et qui se répètent actuellement avec les internautes :

« *La recherche sur le public de télévision a réussi à constituer quelques-unes des figures mémorables de la seconde moitié du XX^{ème} siècle : l'enfant zombie aux yeux irrémédiablement écarquillés, la ménagère atteinte de « télé-domesticité » dont l'attention éparpillée refléterait la structure des programmes, l'adolescent qu'une overdose de violence fictionnelle transforme en assassin* »⁷

Néanmoins, il est indispensable d'approfondir la question. Les réseaux sociaux constituent-ils une agora moderne ? Les mobinautes sont-ils, au moins tous, fiables, et capables de se forger une opinion et former les opinions. Quelques leaders d'opinions ne sont-ils pas soupçonnés et anarchiques ? Le monde virtuel des réseaux sociaux avec l'anonymat autorisé, l'identité brouillé et parfois même la dépersonnalisation, n'est-il pas un ferment susceptible de couvrir le danger ça et là ? Ne tend-il pas « à créer un effet de renforcement qui polarise l'opinion publique en enfermant chacun dans ses certitudes et renforce les divisions au sein de la société? »⁸

Effectivement, les réseaux sociaux représentent une scène d'échange d'insultes et de récriminations mutuelles... Au lieu de favoriser un environnement propice pour tenir des débats fructueux, presque toutes discussions tournent en altercations ! Il convient donc, de se poser la question : « *Dans un monde ouvert et encombré, où l'important est d'être visible, de séduire et d'emporter l'adhésion, y a-t-il encore une place pour la rationalité et pour un espace commun d'entente ?* »⁹ Il est nécessaire, ainsi, de se demander, ces réseaux sont-ils vraiment sociaux ou asociaux ?

Outre ces questions que suscitent les réseaux sociaux, ils jouent un rôle crucial dans les mouvements sociaux et politiques aussi bien que le réseautage des organisations terroristes transfrontalières, la propagation des fausses nouvelles visant à semer la division et le chaos au sein des sociétés. Le facebook, entre autre, occupe donc, une place prépondérante notamment pendant la dernière décennie de sorte qu'il a donné naissance à un néologisme : facebookratie (ou faceboocracie) le 22 janvier 2019 sur le site Internet www-toupie.org : « *il est utilisé pour qualifier l'influence et le pouvoir des réseaux sociaux et notamment Facebook, sur la vie politique et sociale* »¹⁰

Comme il convient en pareil cas, le mobinaute ou l'utilisateur de ces plateformes et de l'Internet en général, doit se tenir sur ses gardes à l'égard des informations qui sont divulguées sur ces réseaux. Aussi surprenant que cela puisse paraître, le danger de ces médiums n'émane pas seulement de la quantité et la qualité des informations qui y circulent sempiternellement, mais surtout de la répétition. Avec l'apparition de ces plateformes de réseautage, l'information devient comme le fast-food, rapidement fait, rapidement consommé, non seulement d'une influence immensurable, mais aussi pernicieuse. En dépit de l'influence nuisible des réseaux sociaux, les victimes en sont satisfaits et avec le temps ils s'en trouvent de plus en plus dépendants et en besoin d'une dose supplémentaire... Une situation lamentable..., des millions d'individus se trouvent manipulés par ces nouveaux médias et subissent un lavage du cerveau...

Se méfier de ces nouvelles plateformes est donc, une nécessité ? Les informations et les nouvelles qui y circulent sont-elles fiables ? Utiliser ces réseaux mène inévitablement à l'addiction ? Les internautes sont-ils victimes de la peur de rater quelque chose ? Ces plateformes sont-elles vraiment gratuites ? Comment l'opinion publique est-elle mobilisée ? Le monde ne témoigne-t-il pas de campagnes de fabrication d'opinion ? L'internaute ordinaire n'est-il pas, parfois, victime de chantage affectif pour le désinformer ? Ne peut-il pas être leurré par des procédés quelconques pour constituer un maillon dans une chaîne pour assurer la transmission de certaines idées ? Avec la recrudescence de la cybercriminalité transfrontalière, ces réseaux avec les rapports virtuels qui y naissent ne sont-ils pas un autre de ce phénomène ?

La foule

Le scepticisme s'accroît du fait que « *L'émergence des outils de publication de masse sur le Web s'est accompagnée d'une disparition de l'auteur certifié et identifié comme tel et cela perturbe tous les repères. En effet, il reste impossible de savoir vraiment qui se cache derrière le pseudonyme d'un commentaire, l'auteur d'un blog ou même un compte Facebook* »¹¹

De plus, la Toile est un lieu de rassemblement constituant un sol fertile pour semer toute sorte d'idées en profitant du phénomène de l'unité mentale évoquée par Le Bon. Ce phénomène se manifeste lorsqu'un groupe de personnes se rassemble dans certaines circonstances. Alors les caractères spécifiques s'évanouissent pour laisser le champ libre à de nouvelles caractéristiques communes à la foule entière. Ces personnes forment donc, une seule force, un seul corps qui acquiert les caractères de la foule... C'est brièvement, la foule psychologique :

« (...) un être provisoire, formé d'éléments hétérogènes qui pour un instant se sont soudés, absolument comme les cellules qui constituent un corps vivants (qui) forment par leur réunion un être nouveau (et) manifestent des caractères fort différents de ce que chacune de ces cellules possède »¹².

La présence de l'individu dans une foule lui confère une force que seul il dompterait s'il en possède¹³... En outre, la contagion, les idées, les sentiments et les actes qui en résultent ne sont qu'imitatifs... En plus, la

suggestibilité, « *l'individu plongé depuis quelque temps au sein d'une foule agissante, se trouve bientôt placé par suite des effluves qui s'en dégagent, ou pour toute autre cause que nous ne connaissons pas- dans un état particulier, qui se rapproche beaucoup de l'état de fascination où se trouve l'hypnotisé¹⁴ dans les mains de son hypnotiseur* »¹⁵

A force de gagner du terrain, de jour en jour, les plateformes de réseautage et surtout le facebook¹⁶ permettent à des malveillants de réaliser leur agenda et l'histoire la plus récente en est témoin (les mouvements du printemps arabe, les Gilets Jaunes, les manifestations de l'opposition russe contre la victoire du parti de Vladimir Poutine aux élections de l'hiver 2011-2012, tensions en Espagne au sujet de l'indépendance de la Catalogne). A un moment les foules indignées contre la corruption ou aspirant à plus de droits et de libertés sont attirées dans un guet-apens, elles sont malléables et influençables... Alors « *qui s'appuie sur elles, peut monter très haut et très vite, mais en côtoyant sans cesse la roche Tarpéienne et avec la certitude d'en être précipité un jour* »¹⁷

Pour pallier ce problème faut-il vulgariser l'éducation ? De prime abord, c'est le moyen le plus efficace pour que les individus soient plus sages, posés et que personne ne puisse les duper... Or, « *plusieurs philosophes éminents, Herbert Spencer entre autres, n'ont pas eu de peine à montrer que l'instruction ne rend l'homme ni plus moral ni plus heureux, qu'elle ne change pas ses instincts et ses passions héréditaires ; qu'elle est parfois –pour qu'elle soit mal dirigée- beaucoup plus pernicieuse qu'utile. Les statisticiens sont venus confirmer ces vues en nous disant que la criminalité augmente avec la généralisation de l'instruction ou tout au moins d'une certaine instruction ; que les pires ennemis de la société, les anarchistes, se recrutent souvent parmi les lauréats des écoles (...)* »¹⁸

Les mèmes

La communication sur les réseaux se fait par tous les moyens que le numérique favorise. Donc par l'écriture, le son mais surtout par l'image. Puisque une nouvelle ère de l'image s'est ouverte et que le monde démarre actuellement, sur les chapeaux de roues mêmes les textes sont accompagnés d'image et le son vient dans la plupart des cas interpréter l'image. Les images diffusées sur ces plateformes répondent à deux règles importantes l'attention et l'association.

Quant à l'attention, elle est générée non seulement par l'habileté des artisans à établir des liens indirects voire saugrenus, entre une image, une citation ou une vidéo et un événement de l'actualité mais aussi à la publicisation sur les réseaux sociaux et surtout à l'intérêt que pourrait porter une communauté quelconque à cet artefact digital... Alors que l'association, consiste en un emprunt à la « mémoire collective » un appel au cumul des connaissances : à l'actualité, à l'histoire ... etc Ainsi, une image « *(...) plaît ou non, et se comprend, ensuite, on peut épiloguer sur les qualités ou les défauts perçus. Dans le fond, cette logique des sentiments renverse l'autre, la conclusion précède la formulation explicite des prémisses. Dans un mode de communication verbale nous n'accepterions jamais de discuter avec quelqu'un qui procède de cette façon, sauf exceptionnellement pour lui permettre de rendre un argument plus frappant, plus inattendu.* »¹⁹

Depuis quelques années ces plateformes sont donc, envahies par une vague d'images baptisées mèmes. Le terme « mème » remonte aux années 70. D'après les scientifiques c'est un vecteur de la culture. Pour Dawkins (1976) c'est l'unité de la pensée et selon Blackmore (1997) c'est l'unité culturelle. Le mème se transmet par contagion, comme un virus. « *Si le mème semble intuitivement constituer une approche intéressante pour l'étude des phénomènes de communication culturelle, la vision mécaniste de la transmission culturelle reste peu convaincante, car elle s'apparente à une rationalisation excessive, ignorant notamment la dimension poétique des actes de transmission et leur réception. Pour le gène comme pour le mème, la fonction mécanique de répllication est largement altérée par les conditions de son actualisation* »²⁰

Selon Larousse, le mème est un « *Concept (texte, image, vidéo) massivement repris, décliné et détourné sur Internet de manière souvent parodique, qui se répand très vite, créant ainsi le buzz* »²¹

Un mème est donc loin du sens strict du dictionnaire, « (...) *un code culturel et pop, un témoin de la complicité sociale numérique, qui se répand, évolue et se viralise sans que l'on sache trop comment* »²²

Brièvement, « *un mème est dans la majorité des cas une image, photo ou GIF repris et décliné en masse et avec humour sur Internet* »²³

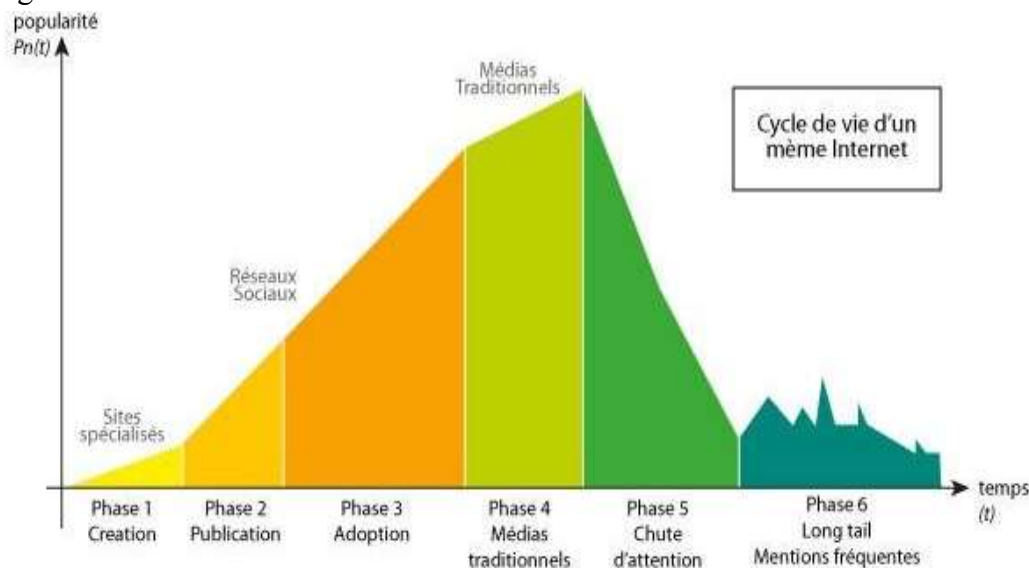
Il s'avère, ainsi que l'emprunt de ce terme au concept biologique évoqué depuis les années soixante-dix, renvoie à la notion de la circulation virale, du fait que les mèmes font le tour du web 24 heures sur 24. Bauckhage a élaboré une analyse en 2011 sur une large échelle, pour clarifier la particularité de chaque groupe de mèmes et les caractéristiques génériques de ces derniers.²⁴

Ces caractéristiques sont : l'humour, l'intertextualité et la juxtaposition atypique. Certainement et avant toute autre spécificité, le mème doit être comique ; d'ailleurs, normalement, il renvoie à d'autres sources culturelles ; en plus, le sens porté par l'image est particulier et nécessite un exercice de l'esprit pour établir le lien entre ses divers constituants, de préférence l'originalité de l'image est générée par l'identification de relations imprévues inimaginables, voire choquantes entre image et parole ...

« *L'écrasante majorité des mèmes est basée sur la simple ironie, et s'appuie sur une situation cocasse, un dessin amusant, une blague connue ou se moque d'un adolescent dans une situation ridicule. Mais les mèmes sont aussi occasionnellement utilisés pour transmettre une opinion ou un message politique (...)* »²⁵

Une histoire brève mais très influente avec l'ère numérique, un artéfact créé sur un support (image, vidéo, citation... etc.), qui devient après sa naissance en vogue sur les plateformes et ainsi partagé par les utilisateurs. La dissémination est certainement le fruit du numérique mais aussi elle dépend du goût des communautés qui les relaient... Or, il est à noter que le partage se fait par réplique ou par variation. Le premier consiste à partager le mème comme il est. Alors que le deuxième est le résultat d'une intervention de l'internaute pour reproduire le mème tout en y laissant ses empreintes...

En outre, la longévité dont pourrait jouir un mème est encore plus importante que sa nature. Il est créé, ensuite publié sur certains sites, puis circule grâce aux internautes qui le partagent, pullule sur les réseaux, atteint le pic; et ainsi il arrive à la phase de l'adoption... Conséquemment, le mème fait son entrée dans les blogs et les sites d'informations avant de décliner...



<https://www.cairn.info/revue-travaux-de-linguistique-2016-2-page-27.htm>

Du fait que l'ère actuelle est marquée par l'image et que c'est surtout l'ère du tout écran, les mèmes constituent une matière féconde pour trouver un fil afin de se guider dans ce dédale. De surcroît, le rôle de l'image ne se limite, incontestablement, pas à informer mais à immerger le récepteur dans une idée...

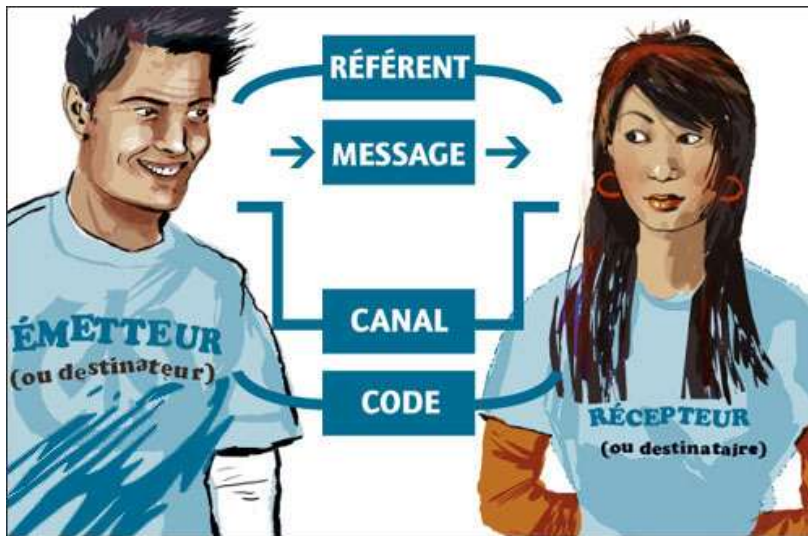
La réception

Partant du postulat que l'image est un message et que ce dernier est spécifique étant donné qu'il se distingue du message verbal ou écrit, elle nécessite une interaction pour saisir son sens... Un système

caractérisé par la simplicité inaccessible émanant de sa nature hétéroclite qui nécessite un effort intelligent d'interprétation qui diffère de celle des systèmes de communication verbaux...²⁶

Dans cette lignée, l'image quoiqu'apparemment un moyen de communication unidirectionnel, imposant un système hiérarchique dictant au destinataire de la recevoir passivement. Si tel est le cas, c'est une accusation lancinante de l'image de porter un message superficiel, sans ou à une valeur minime et du destinataire d'abrutissement et d'amorphisme...

Or, l'image encore plus que le texte vise à créer un effet qui « (...) *présuppose un appel ou un rayonnement venus du texte, mais aussi une réceptivité du destinataire qui se l'approprie.* »²⁷ Par conséquent, une communication « *semi- bidirectionnelle* » a lieu malgré l'absence du synchronisme... Ainsi, pour que la réception soit établie, il doit y avoir un destinataire, un destinataire, un canal, un message, un contact et un code.²⁸



Le destinataire et le destinataire sont les acteurs du jeu. Le premier cible le second par une idée ou une information qu'il emballe à sa guise pour impressionner le récepteur.

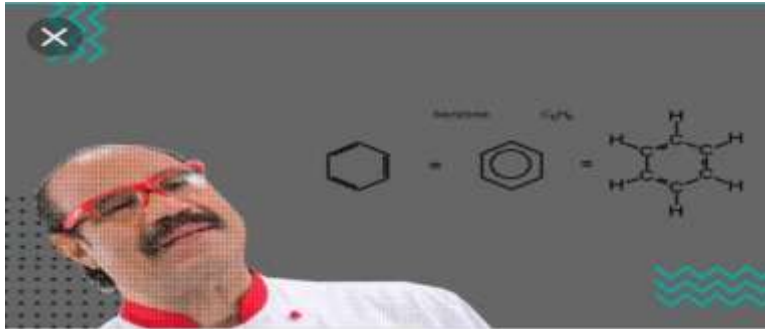
Dans ce cas, par le biais d'une image « un même ». Ce dernier, n'est que le canal, l'outil utilisé pour transmettre le message et le médium de sa transmission sont les plateformes de réseautage. Quant au référent, l'actualité, une idée, une information, un incident...etc, qui constitue l'essence de cette sorte de communication. Sans une certaine complicité entre émetteur et récepteur pour que ce dernier saisisse l'élément ou le contexte auquel renvoie l'émetteur, le message reste codé et par la suite rejeté par le récepteur. Cette connivence n'est pas un phénomène naturel. La compréhension "*suppose à la fois le déchiffrement (de l'expression) et la compréhension (du contenu) à la suite d'un processus d'articulation adéquate de ces deux composantes.*"²⁹

D'ailleurs, « *un signe n'est signe que s'il exprime des idées, et s'il provoque dans l'esprit de celui ou de ceux qui le perçoivent une démarche interprétative.* »³⁰ Le rôle participatif de l'émetteur et du récepteur est donc probant. Toute œuvre ne gagne de valeur que grâce à la réception des destinataires c'est-à-dire leur évaluation et appréciation...

Evidemment, tout ce qui circule sur le Web n'est qu'un produit qui passe par des étapes qui ressemblent à une chaîne de production. Premièrement, une étude du marché, personne ne publie des images sans suivre de près les diverses tendances, sans analyser celles qui sont capables d'influer l'opinion publique ou au moins avoir un écho, sans suivre l'actualité sinon ces personnes seraient considérées comme isolées de leur communauté dans leur tour d'ivoire et ne font que publier pour s'amuser et surtout gagner, alors ils seront certainement rejetés. Deuxièmement, le prototypage qui consiste à fabriquer un type d'un produit pour le tester, troisièmement, une phase étroitement liées à la précédente est simplement dans le cas des images à la lancer « c'est l'essai » pour faire comme un sondage : l'accueil du même est donc, un indice...Enfin, la stratégie commerciale qui ne

nécessite aucun effort sur le Web puisque ce sont les internautes qui se chargent de la diffusion si le même remporte un succès dès qu'il voit le jour... Pourtant la vie de l'image ne dépend pas seulement de sa production, mais aussi de sa consommation. Le consommateur joue donc un rôle éminent dans le cycle de vie de n'importe quel produit, ici l'image. Toutes ces informations sur les consommateurs et la commercialisation surtout sont recueillies sur les plateformes à travers le système du big data ou les mégadonnées.

Il est donc, indubitable, que la réception est de deux genres : *"de consommation naïve, c'est la lecture de divertissement; (ou) lecture productive incluant l'analyse, l'interprétation, l'identification d'analogies et de relations (...)"*³¹



الممنصة
 اكتبني معايا يا ست الكل: طريقة عمل بنزين 92
 في المنزل | المنصة

Après la deuxième hausse des prix des carburants en début de l'année 2019, un flot de mèmes se brise sur les pages facebook, twitter, whatsapp... etc pour tourner en dérision les nouvelles décisions décrétant une nouvelle levée des prix. Al-Manassa, plateforme participative qui diffuse les nouvelles, publie le même ci-dessus. Dans les moments difficiles, l'homme trouve dans le rire, un refuge. Le destinataire est donc, Al-Manassa, les destinataires, les utilisateurs d'Internet en général mais surtout ceux qui suivent cette plateforme et sont susceptibles d'assurer le partage à grande échelle... Le contact ou le canal est le même. Le référent est la décision du gouvernement. Quant au code, il réside dans la présentation du célèbre chef cuisinier « Chirbini » qui appelle les dames spectatrices de son programme télévisé à écrire la recette de l'essence à indice d'Otane 92 ! À l'arrière-plan paraît une réaction de la chimie organique avec le mot « benzene » en dessus de l'équation. Une imitation ironique des scènes de son programme. Tous ses signes n'auraient aucun sens ni ne provoqueraient le rire si le récepteur ne connaissait pas ce chef ou n'avait jamais vu une telle équation. Par conséquent, le récepteur doit avoir certaines compétences car le décodage d'une image est *"un art qui dépend du talent, de l'expérience et de la culture de l'individu."*³² Il appert que l'image procède par la voie du pathos, autrement dit elle joue sur l'émotion et non pas sur la logique. L'image s'attache donc à la persuasion au lieu de la conviction. Pourtant, il se peut que la conviction naisse à travers le décortiquage du message. Un récepteur est donc ému dès le premier abord. Cette émotion émane dans ce cas du rire que provoque dans la plus grande majorité des cas le choc engendré par la combinaison inattendue de divers éléments comme dans l'exemple précédent.

Au-delà du résultat atteint, la réception suscite une polémique depuis toujours. Elle a lieu à travers deux médiateurs. Le concept de *two step flow* et la notion de l'identité. En ce qui concerne le premier, un groupe de personnes, plutôt des leaders d'opinion se chargent d'explicitier les messages transmis par un médium quelconque à la masse. Quant au deuxième, il s'appuie sur le rôle de l'identité, c.-à-d., de l'origine, sociale, économique, culturelle... etc

Au fond, la réception doit être étroitement liée aux deux notions. L'identité de la personne et sa nature est le premier facteur qui pourrait influencer sa réception de tout genre de message. Il convient donc, à ce sujet d'insister sur l'idée du flux de l'influence... Un site quelconque publie un mème, il est partagé, il plaît,

alimente des discussions, suscite une polémique, modère l'opinion et le plus dangereux pousse à passer à l'action. En outre, son entourage doit jouer un rôle dans sa perception des choses en général et notamment des messages qui lui sont transmis ... De surcroît ces mêmes procédés par itération afin de créer à travers le temps une anomie... Il est remarquable que lorsqu'un événement survient les médias sociaux sont inondés de messages le dénonçant et c'est ainsi que ces médias exacerbent les tensions au sein des pays... Deux pistes sont possibles à ce sujet, soit que les créateurs de ces messages visent la déstabilisation d'un Etat, soit qu'ils aient la simple bonne intention de s'exprimer librement afin que le gouvernement se rende compte qu'une telle décision était intempestive, n'est pas arrivée à point nommé ou qu'elle causera des dommages au niveau individuel (surtout si au niveau économique elle est en rapport avec les prix ou les taxes ou au niveau politique si elle porte atteinte à l'intégrité des territoires, au sort de la population ou à la souveraineté de l'Etat).

Bien que des penseurs confirment que les réseaux sociaux ne sont pas à l'origine de la désinformation il est indéniable qu'ils constituent la conséquence de la recrudescence des troubles dans certains pays. Donc toute forme d'information qui circule sur le Web agit sur l'esprit du récepteur comme la presse : « (qui) n'exerce pas d'influence directe et autoritaire, elle anime plutôt le programme des conversations. »³³

**يقفلو البنزين تانى
على الطلاق من سوزان
كنتو بتسرحو شعركم بالجاز
على أيامى
ولما كنتوا بتتخافوا كنتوا بتحدفوا
بعض بأرايز البنزين من رخصه**



Ce mème³⁴ montre, à travers un cadre hilarant, par les paroles et le langage du corps, que malgré les méfaits de l'ancien régime, renversé, la situation était meilleure. Abstraction faite de l'emballage ironique, le message est acerbe et provoquant... Comment vérifier que ce type de personne ne fait pas partie des trolls, des lutins qui suscitent les polémiques en publiant ou relayant des posts ou des messages abusifs ? Loin de servir la liberté et la démocratie, les réseaux sociaux sont de plus en plus accusés d'alimenter la désinformation et de semer la discorde...

La plus grande peur est que certains peuvent ainsi, gober l'appât de certains malveillants et basculer dans un monde qui n'est pas le leur c'est-à-dire constituer un maillon dans une chaîne pour être ainsi conduit à transmettre des idées anarchiques, fanatiques, haineuses ... etc ou même pire faire partie sans au début se rendre compte de la criminalité transfrontalière qui se manifeste surtout par la cybercriminalité. Donc, les utilisateurs doivent simplement être conscients, se doter toujours d'un esprit critique afin d'éviter toute manipulation :

« La signification psychologique des réactions critiques est triple : elles révèlent le statut et le pouvoir que le spectateur confère au texte, les ressources interprétatives qu'il mobilise, et enfin la relation qu'il établit entre le texte et d'autres formes de connaissances. »³⁵



En guise d'exemple, le récepteur du mème ci-dessus, doit connaître les rites hebdomadaires en rapport avec la khutba, autrement dit le sermon que donne l'Imam avant la prière du vendredi, l'architecture de la mosquée, surtout le minbar d'où l'Imam prononce son discours...etc. D'ailleurs il doit être au courant des sujets critiqués par l'opposition et les pratiques en cours.

Dans cette image l'Imam de son minbar, introduit son sermon en disant : « Le sermon, aujourd'hui est sur ... » et lorsqu'il aperçoit les policiers il continue « ... les bienfaits de la hausse des prix en Islam. »

"Ainsi, le militantisme graphique ne repose pas seulement sur une hardiesse du coup de crayon: il faut au lecteur de dessin une solide capacité herméneutique et une culture historique suffisante. L'audace du dessin, donc son efficacité, s'appuie sur les connexions effectives et sous-jacentes entre les signes et les réalités qu'ils désignent. Lorsque le dessinateur invente un symbole qui se trouve confirmé par la réalité -qu'il éclaire du coup autrement- son dessin a l'effet d'une gifle qui réveille: l'aspect irréel du dessin, au lieu de diminuer sa force symbolique, l'amplifie à la double mesure de la qualité significative des symboles choisis et de la profondeur des liens qu'il retire de l'obscurité."³⁶

Outre les mèmes qui traitent un thème politique, d'autres mèmes s'attaquent à des travers sociaux, critiquent les circonstances économiques... etc

Quand t'arrives à faire un puzzle en 2 ans alors que c'est marqué "3 à 5 ans" sur la boîte



Etant donné que le mème constitue une mode qui envahit le monde, partout dans le monde, des esprits brillants s'en servent afin de véhiculer une idée, dans la plus grande majorité des cas s'articulant autour de la dénonciation d'un caractère d'une situation, d'un incident, d'une personnalité publique, d'une décision politique...etc

Dans le mème ci-dessus, le concepteur satirise les types de la société qui se fient beaucoup à leurs capacités mentales quoiqu'elles soient très modestes. En outre, ils déplorent les gens qui sont tellement malchanceux qu'ils les ont fréquentés, même si ce n'était pas une rencontre physique...

Par contre, l'idée opposée est communément mise en exergue afin d'adresser un conseil aux intelligents d'éviter de manifester leur intelligence en présence des moins intelligents dans le but de fuir l'ennui. A travers ces deux mèmes le récepteur voit l'attitude des divers archétypes envers le monde et envers eux-mêmes ainsi que leur perception des compétences, qualités et défauts. D'une part, pour essayer de conscientiser à leurs défauts.



Certainement et plus que toute autre forme d'art traditionnelle ou innover, le mème reflète intègrement, les trois concepts esthétiques : « *Poiesis, compris comme « pouvoir (savoir-faire) poétique», désigne alors un premier aspect de l'expérience esthétique fondamentale : l'homme peut satisfaire par la création artistique le besoin général qu'il éprouve de se sentir de ce monde et chez lui dans ce monde » : l'homme « dépouille le monde extérieur de ce qu'il a d'étranger et de froid », il en fait son œuvre et atteint de la sorte à un savoir*

également distinct de la connaissance scientifique, conceptuelle, et de la praxis artisanale purement reproductrice, limitée par sa finalité. *Aesthesis* désigne un second aspect de l'expérience esthétique fondamentale : l'œuvre d'art peut renouveler la perception des choses, émoussée par l'habitude ; l'*aesthesis* donne donc à la connaissance intuitive (...) ses droits, contre le privilège accordé traditionnellement à la connaissance conceptuelle. En fin, *catharsis* désigne un troisième aspect de l'expérience esthétique fondamentale : dans et par la perception de l'œuvre d'art, l'homme peut être dégagé des liens qui l'enchaînent aux intérêts de la vie pratique et disposé par l'identification esthétique à assumer des normes de comportement social ; il peut aussi recouvrer sa liberté de jugement esthétique. »³⁷

D'ailleurs, les créateurs de mèmes se réjouissent à rendre des situations, critiques et sinistres, risibles. Conséquemment, ils ont toujours tourné la mort en dérision. C'était depuis une belle lurette un sujet de risée: une tentative peut être de se montrer fort et courageux face à la seule force invincible ? « (comme) les caricaturistes de tous les temps (qui) ont bien compris la portée de cette satire ; aussi maintes et maintes fois l'ont-ils reprise et habillée à la mode du jour, sans s'inquiéter de blesser la faiblesse d'esprit de leurs contemporains. Et depuis le quinzième siècle nous vivons sur ce triomphe de la Mort. »³⁸



Dans ce cas, un malade exprime à son médecin l'anxiété dont il souffre en recourant à une expression hyperbolique commune, *je meurs d'inquiétude* et à son tour, le médecin répond ironiquement *huh*. *Pas seulement d'inquiétude*, insinuant ainsi la mort prochaine du patient.

Conclusion

La présente étude opte pour une analyse de l'influence des mêmes qui sont relayés chaque partie de seconde sur les réseaux sociaux en tant que moyen de communication.

L'éloquence ne consiste plus comme jadis à choisir les bons mots qui rassasient tel un repas fait maison délicieux mais plutôt les bonnes images, tel le fast-food, rapidement consommé et de grande influence. Certainement, quand l'image est liée au rire, elle a une plus grande portée communicationnelle. Pour exprimer son opinion, les uns recourent, donc, au sarcasme. Pour manifester le refus, des internautes qui sont doués du goût du bon choix de scènes de films, d'émissions télévisées ou d'autres les adaptent- pour s'assurer de la complicité du récepteur- à une situation quelconque -dans la plus grande majorité des cas contraire à la situation d'origine- afin de créer l'effet de choc (humour décalé) qui provoque le rire, mais un rire intelligent généré d'une réflexion et présenté dans un cadre amusant et amiable :

« (...) *le risible dev(ient) une diminution de laideur, un mal léger ; et le rire rest(e) toujours le signe d'une désapprobation, mais sans haine et sans gravité.* »³⁹

Alors, cette étude a essayé d'attirer l'attention sur le gréganisme de l'homme qui le conduit à être leurrer voire asservi par les médias modernes. Comment il est influencé par sa présence sur les plateformes en appliquant le concept de la psychologie de la foule. Les nouvelles tendances recourant à l'image pour diffuser des informations ou des idées. Le rôle de l'internaute en tant que récepteur de ces produits du Web...

Or, bien choisir l'image « *correspond à un critère d'efficacité et non pas de morale.* »⁴⁰ Car dans ce cas les idées transmises par les images relèvent du vraisemblable et non pas du vrai. Le vraisemblable c'est « *ce que la majorité des gens croient être le réel et qui se manifeste dans le discours anonyme et non personnel de l'opinion publique* »⁴¹ Ce dilemme ne pourrait être résolu qu'à travers les deux groupes penseurs et récepteurs. Il a été donc indispensable d'essayer de répondre ou du moins penser aux questions suivantes : Comment accepter qu'il y ait une vérité immuable et en même temps croire en l'esprit critique ? Par contre, comment apprécier la valeur du changement en restant attaché aux idées caduques ? En admettant le changement comment juger que quelque chose est immuable ? L'homme en général appartient à un camp, il est conservateur poltron face à toute innovation ou bien novateur visant à extirper toute ancienneté...

En outre, la question qui s'impose pourquoi un penseur doit être toujours révolté ou sceptique et synonyme d'incrédule et sur une autre rive, le récepteur inactif et candide qui peut être facilement manipulé ? Ne serait-il pas plus convenable que les deux : émetteurs et récepteurs se rencontrent à mi-chemin ? Il est donc, temps de privilégier l'enthymème cartésien « je pense donc je suis »....

Bibliographie

Ouvrages papiers :

Boullier Dominique, Lohard Audrey, Opinion mining et setiment analysis. Méthodes et outils, Open Press Éditions, collection Sciences Po médialab, 2012

CHAMPFLEURY (Jules), Histoire de la caricature au moyen âge et sous la renaissance, E. Dentu, Paris, 1913,

Dumont (Léon), Des causes du rire, Auguste Durand, Paris 1862.

Jauss Robert, Pour une esthétique de la réception, traduit de l'allemand par Claude Maillard, préface de Jean Starobinski, Gallimard, Paris, 1978

Joly Martine, Introduction à l'analyse de l'image, Armand Colin, 2ème édition, 2012

Le Bon Gustave, Psychologie des foules, Ancienne librairie Germer Baillière et Cle Félix Alcan, Editeur, Paris, 1895

Umberto Eco, Lector in fabula, le role du lecteur, librairie générale française, Edition 13, Paris, 2016

Ouvrages électroniques :

D'almeida, Nicole (dir.). L'argumentation. Nouvelle édition [en ligne]. Paris : CNRS Éditions, 2011(généré le 29 août 2019). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/editions-cnrs/14959>>. ISBN : 9782271121905. DOI : 10.4000/books.editions-cnrs.14959.

(1960). La civilisation de l'image. *Séquences*, (22), 3–6. Consulté le 31 juillet 2020

Maude Bonenfant, « Le même numérique : étude sémiotique des réseaux à partir des concepts de trace et d'indice », *RISCP* [En ligne], 12 | 2014, mis en ligne le 01 février 2015, consulté le 22 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org/communiquer/1295> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communiquer.1295>

Méadel, Cécile (dir.). La réception. Nouvelle édition [en ligne]. Paris : CNRS Éditions, 2009 (généré le 18 novembre 2019). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/editions-cnrs/18765>>. ISBN : 9782271121776. DOI : 10.4000/books.editions-cnrs.18765.

Tilea Monica, La lecture: De la théorie à la pratique, Craiova, 2011.

http://cis01.central.ucv.ro/litere/idd/cursuri/an_3/opt_lit_straina/franceza/copt_lit_franceza_an3_mtilea.pdf, consulté le 10/12/2015

Sitographie :

<https://www.cairn.info/revue-travaux-de-linguistique-2016-2-page-27>, consulté le 02/11/2019

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/jcc4.12120>, consulté le 15/05/2020

<https://www.histoire-pour-tous.fr/inventions/743-invention-de-l-ecriture.html>, consulté le 05/06/2020

<http://www.toupie.org/Dictionnaire/Panurgisme.htm>, consulté le 13/06/2020

<http://www.toupie.org/Dictionnaire/Facebookratie.htm>, consulté le 14/06/2020

<https://nospensees.fr/seloigner-pour-prendre-du-recul-l-art-de-reflechir-a-distance/>, consulté le 20/07/2020

<http://www.mabucom.ch/psychologie-des-reseaux-sociaux-y-a-t-il-vraiment-un-changement-de-personnalite-sur-le-web/>, consulté le 05/06/2020

<https://www.franceculture.fr/emissions/le-journal-des-idees/le-journal-des-idees-emission-du-jeudi-25-avril-2019>, consulté le 08/10/2019

<http://www.21siecle.quebec/la-culture-de-limage-ecran/la-civilisation-de-limage-3/> consulté le 20/05/2019

<https://www.hominides.com/html/dossiers/ecriture-origine-naissance-premieres-ecritures.php> consulté le 01/02/2020

<https://www.futura-sciences.com/sciences/questions-reponses/histoire-invention-ecriture-mesopotamie-6797/> consulté le 26/06/2020

<https://siecledigital.fr/2018/07/10/dependance-aux-reseaux-sociaux-les-raisons/> consulté le 11/06/2020

<https://www.ordrepsy.qc.ca/-/image-corporelle-et-reseaux-sociaux> consulté le 11/06/2020

<https://journals.openedition.org/communiquer/1226> consulté le 25/06/2020

<https://francais.medscape.com/voirarticle/3605247> consulté le 01/02/2020

<https://www.lapresse.ca/vivre/201802/09/01-5153270-dangereux-les-reseaux-sociaux.php> consulté le 05/06/2020

<https://francais.medscape.com/voirarticle/3605247> consulté le 05/06/2020

<https://www.lapresse.ca/vivre/201802/09/01-5153270-dangereux-les-reseaux-sociaux.php> consulté le 20/07/2020

<https://www.g1site.com/psychologie-partages-reseaux-sociaux/> consulté le 05/06/2020

<https://www.psychologies.com/Moi/Se-connaître/Comportement/Articles-et-Dossiers/Tout-change-et-vous/Jusqu-ou-pouvons-nous-changer> consulté le 05/06/2020

<https://nospensees.fr/seloigner-pour-prendre-du-recul-l-art-de-reflechir-a-distance/>, consulté le 20/07/2020

<http://www.mabucom.ch/psychologie-des-reseaux-sociaux-y-a-t-il-vraiment-un-changement-de-personnalite-sur-le-web/>, consulté le 05/06/2020

http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26522716, consulté le 05/06/2020

https://www.levif.be/actualite/belgique/les-reseaux-sociaux-augmentent-le-flux-d-information-mais-sont-ils-reellement-des-espaces-de-dialogue/article-opinion-540049.html?cookie_check=1596293061,

consulté le 20/07/2020

https://www.sfu.ca/fren270/semiologie/page2_2.html#start, consulté le 20/04/2020

Jjelfour.blog.lemonde.fr/category/dessin-de-presse/25 juin 2008. Publié sémiologie du dessin de presse. Du groin facho à la hure nazie. Consulté le 01/09/2010

<http://www.internetactu.net/2015/04/22/splendeur-et-misere-des-memes/>

<https://psychologue-psychomotricien-lyon.fr/la-peur-du-changement-principale-resistance-au-bonheur/>

http://www.autre-rive.ca/pdf/bulletins/2018/infoxiete_juin_juillet_aout_018.pdf, consulté le 05/02/2020

<http://www.journaldunet.com/management/efficacite-personnelle/dossier/resistances-changement/1.shtml>,

consulté le 27/08/2019

<https://www.psychologies.com/Moi/Se-connaître/Comportement/Articles-et-Dossiers/Tout-change-et-vous/Depasser-ses-resistances-au-changement>, consulté le 20/02/2020

https://oserchanger.com/blogue_2/2019/09/11/resistance-et-lacher-prise/ consulté le 05/02/2020

<https://www.rts.ch/info/sciences-tech/11016146-que-sont-ces-memes-qui-prolifèrent-sur-les-reseaux-sociaux.html>, consulté le 08/04/2020

المستخلص:

النميمة والصورة

روضة يوسف يوسف أبوزيد

في عالم يتسم "بالعولمة" ويتقدم بأقصى سرعة ويتصف بتعددية التخصصات، لا جدوى من رسم حدود فاصلة للنشاطات الإنسانية. يتنافس المتخصصون في كل المجالات ويسعون حثيثاً للتجديد، بيد أن الأفكار الأكثر ابتكاراً تتبع من التاريخ. وانطلاقاً من هذه الفكرة فإن اللجوء للصورة يعد مصدر قوة في كل زمان. فالصورة احتلت دائماً الصدارة بقدرتها على التواصل التي تتفوق على الكلمات وبالآفاق التي تفتحها للخيال. وهكذا تتغلب الصورة على الكلمات من واقع أنها تكثف الأفكار دون شائبة وتنقل الرسائل بسرعة فائقة دون المساس بالمعنى وتخطب ببساطتها كل الطبقات من مختلف الثقافات دون تمييز. إن الصورة تساوي ألف كلمة كما قال كونفوشيوس، فكم من مرة وفرت الصورة الوقت والجهد ونقلت الرسالة بكفاءة؟ وكما تؤكد مارتين جولي، سبقت الصور الكلمات وحاليًا مهدت التكنولوجيا الحديثة الطريق وفتحت الباب على مصراعيه لوسائل الإتصال في كل المجالات. إنه العصر الرقمي الذي يشجع استخدام الصورة. وبالتالي ووفقاً لفرديناند دي سوسير " اللغة ليست منظومة الإشارات الوحيدة التي تعبر عن الأفكار." وبلا شك إن تحليل الصورة هي وسيلة ترفيه للذكي ومن الجدير بالذكر أن الربط بين الترفيه والذكاء يُذكر بأن تفسير الصورة ليس نشاطاً تلقائياً يمكن ممارسته بلا جهد. فكلما كان المتلقي واعياً وذو دراية بالسياق كلما ارتفعت القيمة الفنية والتواصلية للصورة. ولكن ماذا بشأن الجانب الآخر لهذه الوسيلة خاصة في ظل العصر الرقمي؟

¹ « *Le rébus se fonde sur la distinction opérée entre la valeur sémantique d'un signe et sa valeur phonétique.* »

<https://www.histoire-pour-tous.fr/inventions/743-invention-de-l-ecriture.html>, consulté le 05/06/2020

² <http://www.toupie.org/Dictionnaire/Panurgisme.htm>, consulté le 13/06/2020

³ Le Bon Gustave, *Psychologie des foules*, Paris, Ancienne librairie Germer Baillière et C^{le} Félix Alcan, Editeur, 1895, p. 15

⁴ <https://nospensees.fr/seloigner-pour-prendre-du-recul-lart-de-reflechir-a-distance/>, consulté le 20/07/2020

⁵ <http://www.mabucom.ch/psychologie-des-reseaux-sociaux-y-a-t-il-vraiment-un-changement-de-personnalite-sur-le-web/>, consulté le 05/06/2020

⁶ Définition

Syndrome caractérisé par la peur de rater quelque chose d'intéressant, de divertissant ou d'important.

Note

Le syndrome fomo se manifeste notamment dans les réseaux sociaux, là où la socialisation devient parfois obsessive.

syndrome fomo n. m.

anxiété de ratage n. f.

L'acronyme *fomo* provient de l'expression anglaise *fear of missing out*. *Fomo* peut aussi s'écrire *FOMO*.

http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26522716, consulté le 05/06/2020

⁷ MÉADEL, Cécile (dir.). *La réception*. Nouvelle édition [en ligne]. Paris : CNRS Éditions, 2009 (généré le 18 novembre 2019).

Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/editions-cnrs/18765>>. ISBN : 9782271121776. DOI : 10.4000/books.editions-cnrs.18765, p. 30

⁸ https://www.levif.be/actualite/belgique/les-reseaux-sociaux-augmentent-le-flux-d-information-mais-sont-ils-reellement-des-espaces-de-dialogue/article-opinion-540049.html?cookie_check=1596293061, consulté le 20/07/2020

⁹ D'ALMEIDA, Nicole (dir.). *L'argumentation*. Nouvelle édition [en ligne]. Paris : CNRS Éditions, 2011 (généré le 29 août 2019). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/editions-cnrs/14959>>.

ISBN : 9782271121905. DOI : 10.4000/books.editions-cnrs.14959, p.12

¹⁰ <http://www.toupie.org/Dictionnaire/Facebookratie.htm>

¹¹ Boullier Dominique, Lohard Audrey, *Opinion mining et sentiment analysis. Méthodes et outils*, Open Press Éditions, collection Sciences Po médialab, 2012, p. 25.

¹² Le Bon Gustave, *Ibid*, p. 15

¹³ Voir supra, p.6

¹⁴ Voir supra, p.6

¹⁵ Le Bon Gustave, *Ibid.*, p. 19

¹⁶ Voir supra, p.6

¹⁷ Le Bon Gustave, *Ibid.*, p. 27

¹⁸ *Ibid.*, p. 80

¹⁹ (1960). La civilisation de l'image. *Séquences*, (22), 3–6. Consulté le 31 juillet 2020

²⁰ <https://www.cairn.info/revue-travaux-de-linguistique-2016-2-page-27>, p.3 consulté le 02/11/2019

- ²¹ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/m%C3%A8me/10910896>, consulté le 30/06/2020
- ²² <https://ledigitalpourtous.fr/2020/03/06/les-memes-sur-internet-et-les-reseaux-sociaux/>, consulté le 22/07/2020
- ²³ <https://www.20minutes.fr/high-tech/2287759-20180611-fait-succes-internet>
- ²⁴ <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/jcc4.12120>, consulté le 15/05/2020
- ²⁵ https://www.lemonde.fr/technologies/article/2012/05/01/le-meme-ou-l-art-du-detournement-humoristique-sur-internet_1693705_651865.html, consulté le 18/09/2018
- ²⁶ Martine Joly, *op.cit.*, p.39
- ²⁷ Robert Jauss, Pour une esthétique de la réception, traduit de l'allemand par Claude Maillard, préface de Jean Starobinski, Paris, Gallimard, 1978, p.246
- ²⁸ https://www.sfu.ca/fren270/semiologie/page2_2.html#start, consulté le 20/04/2020
- ²⁹ Monica Tilea, *Ibid*, p.5
http://cis01.central.ucv.ro/litere/idd/cursuri/an_3/opt_lit_straina/franceza/copt_lit_franceza_an3_mtilea.pdf
- ³⁰ Martine Joly, Introduction à l'analyse de l'image, 2^{ème} édition, Armand Colin, 2009, p.23
- ³¹ Monica Tilea, *Ibid*, p.10
http://cis01.central.ucv.ro/litere/idd/cursuri/an_3/opt_lit_straina/franceza/copt_lit_franceza_an3_mtilea.pdf
- ³² Robert Jauss, *Ibid*, p. 317
- ³³ MÉADEL, Cécile (dir.). *Ibid*, p. 30
- ³⁴ Une deuxième hausse des prix des carburants. Je jure de divorcer Suzanne, de mon temps vous vous peigniez les cheveux avec le gaz de pétrole liquéfié. Il était tellement abordable que vous vous en jetiez des bouteilles en vous disputant.
- ³⁵ MÉADEL, Cécile (dir.), *Ibid*, p.111
- ³⁶ Jjelfour.blog.lemonde.fr/category/dessin-de-presse/25 juin 2008. Publié sémiologie du dessin de presse. Du groin facho à la hure nazie.
- ³⁷ Jauss Robert, Pour une esthétique de la réception, traduit de l'allemand par Claude Maillard, préface de Jean Starobinski, Paris, Gallimard, 1978, p. 143 et144
- ³⁸ CHAMPFLEURY (Jules), Histoire de la caricature au moyen âge et sous la renaissance, E. Dentu, Paris, 1913, p. 114.
- ³⁹ Dumont (Léon), Des causes du rire, Auguste Durand, Paris 1862, p. 19.
- ⁴⁰ Dumont (Léon), *Ibid.*, p.62
- ⁴¹ *Ibid.*, p. 63