



**HAL**  
open science

## Le même internet politique français, un renouveau singulier de l'expression politique sur Internet

Adrien Raffray

► **To cite this version:**

Adrien Raffray. Le même internet politique français, un renouveau singulier de l'expression politique sur Internet. Sciences de l'information et de la communication. 2020. dumas-03271311

**HAL Id: dumas-03271311**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03271311>**

Submitted on 25 Jun 2021

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

## Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Entreprises et institutions

Option : Entreprises, institutions et vie politique

# Le même internet politique français Un renouveau singulier de l'expression politique sur Internet

Responsable de la mention information et communication  
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Matthieu Parelou

Nom, prénom : RAFFRAY Adrien

Promotion : 2019-2020

Soutenu le : 09/09/2020

Mention du mémoire : Bien

# REMERCIEMENTS

Cette entreprise toute à la fois vaste et modeste a été permise grâce à un concours collectif. Je veux ici saluer la pierre que chacun a posée, formant ainsi l'édifice que vous allez lire. Merci à chacun d'entre-vous, et merci aux lecteurs qui oseraient s'aventurer plus avant.

Merci à la directrice de mon Master, Isabelle Le Breton, qui m'a un matin de novembre, envoyé le déclic qui a conduit à ce travail, lors d'un des cours sur le rire en politique dont elle a le secret.

Merci à mon tuteur professionnel, Julien Massiat, pour sa disponibilité, son écoute et la bienveillance. Son oeil averti m'aura apporté une lecture plus éclairée de mon propre travail. Je veux le remercier tant pour ses conseils avisés que pour l'enthousiasme qu'il a montré de manière constante pour ce travail ainsi que pour cet objet de recherche peu ordinaire.

Merci à mon tuteur universitaire, Matthieu Parelou, pour sa patience et ses commentaires bénéfiques, qui ont guidé mon travail jusqu'à le mener ici.

Merci à tous les *memeurs* et à leur public, de continuer à faire chaque jour cet univers merveilleux du même internet, de donner à voir la politique et le monde différemment, à travers un ton à la fois grossier et subtil, qui ne cache que trop mal l'intelligence déployée dans cette tâche plus noble qu'il n'y paraît.

Merci à mes amis et à ma famille qui m'ont toujours soutenu dans ce travail sur le même internet, qui a peut-être rendu à leurs yeux la recherche plus *cool*, mais surtout le même plus profond qu'au premier abord.

Enfin, je veux exprimer une gratitude particulière à Emmanuel Macron, à Patrick Balkany, à Benjamin Griveaux, à Jean-Luc Mélenchon et à tous nos responsables politiques, qui sont manifestement d'immenses sources d'inspiration pour les jeunes Français.

# QUAND MÊME C'EST POLITIQUE

---

Le mème internet politique français,  
un renouveau singulier de l'expression politique sur  
Internet



12 17 A

# SOMMAIRE

1	REMERCIEMENTS
5	INTRODUCTION

---

9	<b>PARTIE I</b> <b>UN HÉRITIER NUMÉRIQUE DE LA CARICATURE DE PRESSE</b>
10	A. UN MOYEN D'EXPRESSION CITOYEN, FRUIT DU WEB 2.0
10	1. Le déploiement du web 2.0 ou la démocratisation d'Internet
12	2. La logique <i>mémétique</i> dans la société de communication
18	B. UN HÉRITAGE DE LA CARICATURE DE PRESSE PÉTRI PAR LA CONTRE-CULTURE
18	1. Vers une nouvelle caricature de presse ?
23	2. La contre-culture au service d'une recherche d'horizontalité

---

30	<b>PARTIE II</b> <b>LES DESSEINS DERRIÈRE LES IMAGES :</b> <b>LE PROJET POLITIQUE DES MÈMES INTERNET</b>
33	A. UN OUTIL DE CONTESTATION AVANT TOUT
33	1. Un réceptacle de la culture politique contestataire à la française
42	2. <i>Dépolitiser</i> pour réinstaller de la proximité
49	B. DES PERSONNALITÉS POLITIQUES AUX IDÉOLOGIES : DES CIBLES MULTIPLES ET STRATÉGIQUES
50	1. Les responsables politiques, cibles favorites des <i>memeurs</i>
57	2. Des images au service de luttes politiques et idéologiques

---

67	<b>PARTIE III</b> <b>UN ÉLITISTE INSTRUMENT D'EXPRESSION DÉMOCRATIQUE</b>
69	A. UN COMIQUE EXCLUANT POUR UN PUBLIC EXCLUSIF
69	1. L'exigence référentielle, vecteur d'exclusion en amont de l'intertextualité
74	2. Du producteur au consommateur : derrière l'écran, un public souvent privilégié
79	B. UNE FABRIQUE DE CONTENU CLOISONNÉE
79	1. La <i>neurchisphère</i> , vaste écosystème de groupes fermés
87	2. Le <i>neurchi</i> , une nouvelle arène politique ?

---

94	<b>CONCLUSION</b>
----	-------------------

---

99	<b>ANNEXES</b>
100	CORPUS
101	MÉTHODOLOGIE
103	LEXIQUE
107	BIBLIOGRAPHIE
115	ÉPILOGUE

# INTRODUCTION

*“Comment voulez-vous gouverner un pays qui compte plus de 265 variétés de neurchis ?”*

Internet est l'un des principaux témoins des grands changements de nos sociétés contemporaines. L'infinie variété des expressions qui s'y développent continue de se dévoiler sous nos yeux. Aussi intrigante que populaire, l'une d'entre-elles s'est longtemps soustraite à son étude par les chercheurs. Il s'agit des mêmes internet, qu'une poignée de travaux se sont donnés pour mission d'analyser. Les littératures scientifique américaine et globalement, anglo-saxonnes, semblent parmi les pionnières à explorer cette culture numérique. Ainsi commence-t-on tout juste à défricher sérieusement ce terrain d'étude. Ces objets singuliers semblent être parmi les plus mouvants qui soient ; dès lors qu'ils commencent à être appréhendés par le plus grand nombre, ils muent et se dérobent à notre compréhension, jusqu'à ce qu'à leur tour, leurs nouvelles versions soient comprises. Ces cycles, superposés au quotidien, contribuent à créer une véritable culture du même qui se propage et s'imprime dans une partie de la société. Car bien que le même en général soit de plus en plus *populaire*, il reste un important marqueur social et surtout, générationnel. Se dessine alors une nouvelle fonction pour ces artefacts, servant aux pairs à se reconnaître entre eux, comme produit d'un instinct presque animal, et devenant un véritable repère dans le monde social.

Il n'est dès lors pas surprenant que des communautés entières, toujours plus nombreuses, se constituent sur les réseaux sociaux, dont l'appartenance est basée sur le goût pour le même d'abord, et pour une catégorie précise de même ensuite. Groupes thématiques, généralistes ou politiques, ils fédèrent des populations remarquablement jeunes, à la fois héritières de la culture internet et créatrices de la culture du même.

Parmi ces mêmes internet, notre attention est particulièrement retenue par les mêmes politiques. Parce qu'ils portent un message politique ou font figurer des personnalités politiques, quel que soit leur lien avec la politique, ce lien n'est certainement pas

anodin ni sans origine. Il reste alors à étudier quelle est sa nature et pourquoi tout simplement, insérer la politique dans des mèmes internet. Derrière cet objectif d'apparence très ciblé, il faut voir une opportunité de mieux comprendre la culture politique française et les mues successives qu'elle opère à travers les années. Et aussi, peut-être, une opportunité d'anticiper ou à tout le moins, de dessiner les contours de ce que sera cette culture demain.

Ces mèmes internet existent depuis de nombreuses années. Pourtant, les mèmes internet politiques n'ont jamais été autant popularisés que depuis l'élection présidentielle de 2017, qui a marqué un tournant dans leur notoriété. Tour à tour ou tout à la fois, les candidats ont tous été mis en mème, à leur avantage ou non. La viralité de ces images les a poussées partout sur Twitter, sur Facebook, sur Instagram, et elles ont imprimé la déclinaison numérique de cette aventure électorale. La "*poudre de perlimpinpin*" d'Emmanuel Macron ou encore "*les hypocrites*" de Jean-Luc Mélenchon en sont deux exemples majeurs. Depuis, les mèmes poursuivent leur insertion progressive dans le quotidien, et un nombre croissant de Français peut tenter de décrire avec plus ou moins de succès, ce à quoi ressemble un mème internet.

Nous avons ici pour ambition d'étudier ce qu'ont été les mèmes internet politiques en France durant l'infime fraction temporelle que représente la période courant de décembre 2019 à mars 2020. Parmi les événements majeurs de cette période, figurent notamment les grèves de décembre-janvier contre la réforme du système de retraites, la genèse du virus *Covid-19* et l'abandon du candidat Griveaux à la mairie de Paris. Elle s'achève par l'usage de l'article 49-3 de la Constitution par le gouvernement, afin de faire adopter le projet de loi relatif à la réforme du système de retraites.

Cette période de bouleversements nous semble particulièrement opportune à l'étude des mèmes internet. Durant celle-ci, nous avons assisté avec surprise et délectation à l'organisation de la première *Coupe de France du mème*, un phénomène inédit qui nous a permis d'analyser mieux encore les mécanismes à l'oeuvre entre communautés à l'aune de cette culture numérique.

Pour mener à bien ce travail, nous choisirons d'axer notre travail sur la problématique suivante :

**Dans quelle mesure le mème politique est-il devenu un instrument d'expression et de réappropriation politique en France, en devenant un répertoire d'action politique inédit par le prisme de la contre-culture sur Internet ?**

Trois parties nous permettront de cerner ce sujet dans sa complexité. Il s'agit de comprendre le mème internet, ses ressorts puis ses racines, avant de s'intéresser à la manière dont il s'empare de la politique, ce qu'il vise prioritairement autant que ses objectifs, et ce qu'il révèle de la société dans laquelle il s'inscrit. Et enfin, une approche plus sociologique et notamment ethnographique a pour finalité d'approcher les publics de cet artefacts numériques et une partie de l'organisation humaine du système mémétique sur internet.

Dans une première partie, nous tenterons de comprendre de quelle manière les mutations de notre société de communication, et notamment l'évolution d'internet, ont créé un environnement favorable et propice au développement du mème internet, un instrument d'expression nouveau. Il s'agira ensuite de détailler le fonctionnement de ce *medium*, en explorant les mécanismes qui sous-tendent la logique mémétique. Par la suite, nous entrerons dans le vif politique du sujet, en s'interrogeant sur l'apparente nouveauté du mème internet et sur l'héritage médiatique que charrie cet objet singulier. Nous concluerons cette partie en mettant en évidence que le mème internet politique est également un moyen d'expression qui s'inscrit dans le contexte contemporain de la Ve République, avec une demande croissante d'horizontalité s'agissant des institutions républicaines.

Notre seconde partie sera consacrée aux projets politiques des mêmes internets et aux logiques qui président à leur création et de diffusion. Nous verrons d'abord qu'il s'agit d'outils très corrosifs, en ce qu'ils sont des réceptacles d'une culture contestataire toute française, en accompagnant ses mutations. Ce n'est pourtant pas le cas de tous les mêmes politiques ; certains ont d'autres desseins, et derrière une volonté assumée de dépolitiser se cachent des motivations plus profondes et parfois peu conscientes, qui sont *in fine* très politiques. Il s'agira ensuite de s'intéresser aux différents objets que

ciblent les mêmes politiques. Si les responsables politiques sont particulièrement touchés par ce phénomène, les partis politiques comme le système tout entier n'échappent pas non plus aux mêmes internet. Ceux-ci sont parfois instrumentalisés, mais servent toujours des stratégies politiques, qu'elles soient conscientes ou non. Elles semblent de plus en plus assumées par la classe politique.

Une troisième partie s'attachera à nuancer le fantasme de l'outil démocratique absolu que peut représenter le même internet politique. Le comique à l'oeuvre dans ces images numériques est finalement loin d'être accessible à tous, nous verrons que c'est là l'une de ses caractéristiques principales et dont il tire bien souvent la puissance de son comique. Par ailleurs, une sociologie bien particulière semble se dessiner du public qui consomme les mêmes internet et *a fortiori*, les mêmes politiques. Le même internet n'est pas "*tous publics*", bien loin des EHPADS, des ronds-points et peut-être même, du français moyen. Notre ultime partie s'attachera à comprendre la fabrique de ces contenus ; nous avons choisi de nous intéresser particulièrement à un écosystème de groupes fermés sur Facebook, particulièrement effervescent et qui nous semble être le coeur névralgique de la production de mêmes politiques. Ces groupes fermés agissent comme des incubateurs mais aussi comme des arènes. Ils rassemblent les créateurs de mêmes et leur public, tout comme des communautés politiques toutes entières.

# PARTIE I

## UN HÉRITIER NUMÉRIQUE DE LA CARICATURE DE PRESSE

La France a été parmi les premières nations à se doter d'un cadre législatif consacrant la liberté de la presse, avec la loi du 29 juillet 1881. Ainsi, elle permet aux flux d'information de prospérer comme jamais auparavant. Fleurira ensuite une presse de plus en plus populaire, tirée à des millions d'exemplaires ; la *Belle Époque* deviendrait bientôt le bien-nommé fantasme d'une presse toute-puissante, affranchie de la plupart des obstacles politiques et économiques.

Des contraintes demeurent aujourd'hui, mais sont d'un ordre bien différent. L'économie de l'attention<sup>1</sup> s'est progressivement imposée jusqu'à s'insérer complètement dans nos sociétés, et parallèlement, émergent les mêmes internet qui, par leur constitution, disposent d'un potentiel de viralité immense. Ils s'intègrent à une palette d'outils déjà existants. Mais ceux-ci, grâce à internet, peuvent désormais être créés, partagés, diffusés dans des proportions jamais atteintes. Ces mêmes internet donnent à voir une nouvelle façon de créer et d'informer, dont l'absurde recèle bien souvent un message plus crucial que ce qu'un bref regard pourrait laisser entrevoir. Il semble qu'internet n'ait pas créé de nouvelles pratiques, mais qu'il a plutôt transformé celles préexistantes, en parcourant la recherche française. Qu'en est-il du même internet, et a fortiori le même internet politique ? Est-il un *medium* absolument neuf, ou n'est-il que le réceptacle contemporain de pratiques plus anciennes ?

---

<sup>1</sup> SIMON Herbert, *Designing Organizations for an Information-Rich World*, in M. Grennberger, *Computer, communications and the public interest*. Baltimore MD : The John Hopkins Press, 1971 ; et TARDE Gabriel, *Psychologie économique*. Tome premier. Paris: Félix Alcan, Éditeur, 1902

## A.

# UN MOYEN D'EXPRESSION CITOYEN, FRUIT DU WEB 2.0

L'ère internet ne représente qu'une courte période en regard des millénaires d'Histoire de l'humanité. Pourtant, les transformations majeures qui l'accompagnent ont modelé et renouvelé les possibilités d'expression des hommes comme jamais auparavant, et partout à travers le monde. Les mêmes internet figurent, depuis quelques années, parmi ces moyens d'expression émergents. Ils sont endémiques de ce web 2.0, car ce dernier a été seul à pouvoir leur offrir un environnement propice, qui a vu leur création, leur développement puis aujourd'hui, leur essor continu. Les mêmes ont bien sûr existé auparavant, surtout selon la définition très extensive qu'en fait Dawkins<sup>2</sup>. C'est pourtant internet qui en a fait les objets viraux qu'ils sont aujourd'hui, en leur offrant tout à la fois un réseau sans précédent pour transiter, des outils de création toujours plus simplifiés et *in fine*, une véritable culture à laquelle s'agrèger.

### 1. Le déploiement du web 2.0 ou la démocratisation d'Internet

D'abord l'apanage des réseaux militaires puis universitaires, aux États-Unis, internet a ensuite fait sa mue. "L'accès au web s'est démocratisé depuis les débuts de l'internet grand public et a donné lieu à un véritable bouillonnement citoyen" écrit Romain Badouard<sup>3</sup>, enseignant-chercheur et spécialiste des médias. Cette démocratisation<sup>4</sup> s'opère d'abord grâce à la baisse progressive des coûts d'acquisition de matériels informatiques, nécessaires afin de naviguer sur le web, à partir de la fin des années 1990 et le début du millénaire qui s'ouvre. Les citoyens, surtout dans les pays développés, peuvent alors se procurer plus facilement un ordinateur personnel, condition *sine qua non* à l'utilisation du réseau. Internet n'étant alors qu'un outil, il sera

---

<sup>2</sup> DAWKINS Richard, *Le Gène égoïste*, Oxford University Press, 1976

<sup>3</sup> BADOUARD Romain, *Le désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur, propagande*, FYP Éditions, 2017, p. 26

<sup>4</sup> *ibid*, "Entre 1998 et 2005, le nombre d'internautes est multiplié par 5, passant de 200 millions à plus de 1 milliard.", p.26

ensuite façonné par la volonté de ses utilisateurs et par le code souverain qu'ils écriront<sup>5</sup>.

Ce que nous a appris cette période charnière, c'est qu'internet aura été, est et sera un lieu privilégié pour s'exprimer et s'informer. Pour s'exprimer surtout, car la démocratisation d'internet permet ce que Dominique Cardon a appelé la "libération des subjectivités"<sup>6</sup>, ce phénomène décrivant la propension des individus à s'affranchir de leur environnement médiatique dominant en exprimant des pensées et opinions minoritaires sur le web. Cet extraordinaire flot de parole citoyenne peut désormais exister dans le nouvel espace public dont les anciens schémas ont été réécrits, car l'oligopole de l'expression a été brisé par l'irruption d'internet. Auparavant, le contrôle de l'expression publique était détenu pour sa plus grande part, par une *intelligentsia* formée par les journalistes et des personnalités politiques. Ces agents, nécessaires intermédiaires dans la diffusion des contenus, ont été qualifiés de *gatekeepers*<sup>7</sup>, "les gardiens de la porte" de l'information. Ils furent, des siècles durant, des maillons essentiels de la chaîne de l'information, détenteurs d'un important pouvoir de censure, véritables péages de l'information. Désormais, ils sont toujours *gatekeepers*, mais de nouvelles portes se sont ouvertes pour qui veut bien y entrer. Les barrières à l'entrée ont sauté. L'information va désormais prospérer, parfois jusqu'à *l'infobésité*<sup>8</sup>, mais en tout cas, plus que jamais auparavant. Les citoyens et les journalistes ont donc tracé une ligne de crête, souvent chahutée<sup>9</sup>, pour coexister dans ce nouveau paradigme de l'information : c'est le web 2.0, aussi désigné comme le "web social".

Ce web 2.0<sup>10</sup> a pour caractéristique principale la simplification de l'internet, réservé auparavant à ceux disposant de compétences techniques plus poussées. Sous leur impulsion, les sites web sont devenus plus accessibles, et avec eux la fonctionnalité essentielle du partage, constitutive de ce nouveau web. Dès lors vont s'échanger des messages, des images, des vidéos, avec une fluidité toujours accrue jusqu'à atteindre

---

<sup>5</sup> Voir à ce sujet les travaux de Lawrence Lessig. LESSIG Lawrence, *Code is Law – On Liberty in Cyberspace*, Harvard Magazine, janvier 2000

<sup>6</sup> CARDON Dominique, *La Démocratie Internet. Promesses et limites*, Seuil, 2010

<sup>7</sup> LEWIN Kurt. *Forces behind food habits and methods of change*, Bulletin of the National Research Council, Washington, D.C. National Academy of Sciences, 1943

<sup>8</sup> "Souffrez-vous d'infobésité?", sur Machina Sapiens inc., 9 novembre 1996.

<sup>9</sup> Notamment avec le "journalisme citoyen" et le mouvement du "tous journalistes".

<sup>10</sup> DINUCCI Darcy, *Fragmented Future*, Print Magazine, n° 53, 1999

le niveau sans précédent que nous connaissons aujourd'hui. Cette logique de partage a présidé au développement des réseaux sociaux, depuis *MySpace* jusqu'à *WeChat*. En permettant une communication plus facile entre les individus, ils ont connu un succès grandissant jusqu'à atteindre des milliards d'utilisateurs. Communiquer virtuellement est devenu une habitude, largement rentrée dans les moeurs et le quotidien<sup>11</sup>. En 2020, la moitié de la population mondiale est sur les réseaux sociaux<sup>12</sup>. Dans ce contexte, les mêmes internet ont trouvé un terreau idéal pour fleurir à travers le web. D'abord car la création d'images a elle-même été simplifiée. Chacun peut désormais trouver et utiliser des outils simples pour concevoir des contenus visuels sur internet. En outre, le web a également permis une réplique à l'identique des contenus, conférant aux individus un pouvoir illimité de copie, qui profite entre autres aux industries créatives de la musique, du cinéma ou du jeu vidéo, avec le passage d'une économie de stock à une économie de flux. "*La facilité à reproduire et modifier les contenus numériques a donné aux mêmes une importance centrale sur internet*" écrivent les chercheurs en sciences de l'information et de la communication, Frédéric Kaplan et Nicolas Nova<sup>13</sup>. Car le même<sup>14</sup> n'est pas seulement une réplique, mais bien une réappropriation. Par la modification d'un contenu, l'internaute se saisit d'un objet initial et le "*remixe*", créant ainsi un sens nouveau. Sans pour autant entrer dans une longue analyse, comprendre la logique *mémétique* est indispensable pour appréhender la dimension politique des mêmes internet.

## 2. La logique *mémétique* dans la société de communication

Les mêmes internet font système, à l'intérieur même du système qu'est internet. N'importe qui peut créer un même : il est par essence *démocratique*. Il s'agit d'un outil d'expression qui ne requiert *stricto sensu* qu'un outil informatique pour le créer, ainsi qu'une connexion réseau afin de pouvoir le partager sur le web. Le Larousse définit le même comme "*un concept (texte, image, vidéo) massivement repris, décliné et*

---

<sup>11</sup> 6 Français sur 10 utilisent les réseaux sociaux chaque jour en 2019, selon Médiamétrie (rapport avril 2020) <https://www.mediametrie.fr/fr/annee-internet-2019>

<sup>12</sup> 3,81 milliards. Enquête We Are Social et Hootsuite (avril 2020) <https://wearesocial.com/fr/blog/2020/04/le-digital-dans-le-monde-en-avril-2020>

<sup>13</sup> KAPLAN Frédéric, NOVA Nicolas, *La culture internet des mêmes*, Presses polytechniques et universitaires romandes, 2016.

<sup>14</sup> A partir de ce point, lorsque nous évoquons le "même", sauf mention contraire, nous évoquons le même internet.

détourné sur Internet de manière souvent parodique, qui se répand très vite, créant ainsi le buzz”<sup>15</sup>. On peut distinguer dans cette définition, quatre de ses principales caractéristiques : l’icône (voire le symbole), le comique, le partage en réseau, et la viralité.

Le mème est avant tout un objet fixe ou animé, un artefact. Il peut prendre une infinité de formes différentes, mais il ne peut jamais être abstrait : il fait toujours référence à un élément culturel. Sa raison d’être est de scénariser un élément culturel, de le projeter dans une situation inédite. Au final, le mème va toujours fonder son message sur une analogie entre au moins deux éléments, voire bien plus selon son degré de complexité. Plus il va être complexe, plus il va être qualifié de “technique”<sup>16</sup> par ses créateurs ou d’autres internautes. Cela suppose alors de détenir des clés de compréhension toujours plus poussées pour pouvoir décrypter le message, quitte à éliminer une partie de son public. Il s’appuie sur un processus d’intertextualité, tel que conçu par Julia Kristeva<sup>17</sup> : les signes se font références et “dialoguent” entre eux. Nous y reviendrons dans notre troisième partie.

Un second ressort, essentiel, repose sur le comique. Il ne s’agit pas ici d’un comique “traditionnel”. La force du mème est de s’appuyer sur une analogie, dont les deux parties, tout au moins, n’ont a priori que peu en commun. En les voyant ainsi associées, le spectateur s’anime, et voit son intérêt aiguisé. D’autant plus s’il aura identifié les caractéristiques visuelles d’un mème au premier abord, une analyse essentielle pour appréhender le comique qui suit. Le néophyte aura davantage de difficultés à le faire, le fonctionnement du comique *mémétique* lui étant inconnu. L’on se demandera ensuite la raison de cette association, ce qui lui donne un sens. C’est donc en creusant plus avant, en piochant dans son capital culturel, que l’individu parvient finalement à comprendre - ou non - le ou les ressorts comiques du mème internet. En tout cas, ce comique est l’un des plus présents dans les mèmes populaires. Il en existe d’autres, qui caractérisent par exemple et notamment, les “anti”. Ces *antimèmes*<sup>18</sup> fondent leur humour sur l’attente, chez le spectateur, d’une analogie improbable ou comique, liée à la forme de l’image qui reprend tous les codes du mème

---

<sup>15</sup> <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/m%C3%A8me/10910896>

<sup>16</sup> voir lexique.

<sup>17</sup> KRISTEVA Julia, *Séméiotikè*, Paris, Seuil, 1969.

<sup>18</sup> <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=anti%20meme>

classique. Cependant, il n'y a pas d'improbable, et l'analogie dénote en réalité une certaine banalité. L'attente du comique, défaits, doit créer un autre comique, différent "la blague est qu'il n'y a pas de blague"<sup>19</sup>. Ces deux exemples ne sont que les principaux d'une myriade d'autres (comme le *wholesome* ou le *reverse meme*).

Deux des autres caractéristiques principales du même sont le partage en réseau et la viralité du contenu. Elles sont étroitement liées, aussi les aborderons-nous conjointement. Par essence, le même est fait pour être diffusé. Loin d'être un exemple de l'art pour l'art, il s'agit bien de transmettre un message, une idée, une émotion. L'internet tel que nous le connaissons, sous la forme du web 2.0, est le réseau du partage. Créés sur internet, les mêmes le sont aussi par internet et pour internet. Même s'ils parviennent parfois à s'en extraire. Dans tous les cas, deux logiques sous-tendent le système qu'ils forment en réseau sur internet. D'une part, la logique *virale*<sup>20</sup> caractérise le phénomène de transmission tel quel d'un même. Celui-ci est repris en masse, partagé, commenté, mais sans modification aucune. Il se répand sans muer un seul instant, se maintenant dans son état d'origine. Le message reste identique au souhait de son auteur, si tant est qu'il n'est pas détourné par un commentaire, qui signifierait un début d'appropriation voire de réinterprétation. La seconde logique, la logique *mémétique*<sup>21</sup>, fonctionne bien différemment. Le contenu initial est *remixé*, il va être modifié pour créer un nouveau contenu, détenteur d'un sens propre. En cela, l'internaute effectue un acte essentiel : il s'approprie le contenu pour le réinterpréter à sa guise, le modeler selon ses désirs. Ainsi, il pourra partager un contenu original, un *OC (original content)*<sup>22</sup> qui traduit une volonté de transmettre un message propre, et surtout, de s'exprimer à travers cette création. La logique *mémétique* est donc une logique profondément démocratique, à l'aune du fonctionnement actuel du web.

Les logiques *virale* et *mémétique* fonctionnent ensemble et sont indissociables. Partagés à l'identiques ou *remixés*, les mêmes internet constituent ainsi un réseau, un véritable système *mémétique* partout sur le web, formant ainsi une toile dont il est fort

---

<sup>19</sup> <https://knowyourmeme.com/memes/anti-memes>

<sup>20</sup> KAPLAN Frédéric, NOVA Nicolas, *La culture internet des mêmes*, Presses polytechniques et universitaires romandes, 2016.

<sup>21</sup> *ibid.*

<sup>22</sup> voir lexic. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Original%20Content>

complexe de dessiner les contours avec précision, et n'ayant de limite que l'imagination.

Avec la prolifération de ces artefacts numériques dans l'espace d'internet, se crée une accoutumance à ce moyen d'expression. Une culture entière émerge, se développe et se renforce à mesure que le même internet se popularise à travers la société.

*“Grâce à la facilité du médium, tout un folklore numérique a été créé, avec ses créatures types, ces personnages clés, qui perdurent parfois dans le temps et interrogent d'un point de vue anthropologique”*

NOVA Nicolas, entretien à l'Express, 22 juillet 2018<sup>23</sup>

Comprendre la *culture du même* est essentiel pour appréhender la prise que prennent les mêmes internet sur la société. Elle s'implante de manière progressive. Cette culture se nourrit d'abord de phénomènes internet ou de culture populaire, qu'elle agrège comme des références “*autorisées*”, et qui progressivement deviendront emblématique de cette culture, même si nous le verrons, des sous-cultures notamment politiques existent en son sein. C'est le cas de Pepe The Frog par exemple, une grenouille devenue incontournable dans la culture des mêmes, qui a rapidement été associée à l'*alt-right*. A ces éléments, qui forment une inspiration essentielle, vont s'apposer des rituels, des habitudes ; un corpus de règles dites ou non qui va guider les actions des individus lorsqu'ils créent un même, lorsqu'ils le diffusent ou qu'ils le remixent. D'ailleurs, nous verrons que ce phénomène présent dans toute culture est particulièrement vrai dans cette culture du même, extrêmement codifiée quand elle se veut pourtant transgressive.

Le même internet n'est pas sans rappeler d'autres formats, dont il s'inspire volontiers. Il s'est politisé très rapidement et avec une redoutable efficacité. Un format en particulier a retenu notre attention, particulièrement proche à bien des égards du même internet politique. Il s'agit du dessin de presse, dont la ressemblance est frappante lorsqu'il s'agit de caricatures. Alors que nous vivons une forme de *Belle Époque* numérique, l'essor des mêmes politiques revêt une signification particulière. Entre réappropriation

---

<sup>23</sup> TÔN Emilie, "*Les mêmes, des messages de protestation*", [https://www.lexpress.fr/actualite/societe/les-memes-vehiculent-des-messages-de-protestation\\_2026860.html](https://www.lexpress.fr/actualite/societe/les-memes-vehiculent-des-messages-de-protestation_2026860.html)

démocratique et réhabilitation de pratiques plus anciennes, la profusion de ces artefacts singuliers intrigue, fascine et interroge. Du journaliste au citoyen, la frontière n'a jamais semblé aussi poreuse qu'aujourd'hui, à mesure que le slogan "tous journalistes" a fleuri sur internet, toutes précautions gardées. Cela mérite toutefois de s'interroger : leurs créations le sont-elles également ? Le même internet politique est-il la nouvelle caricature de presse, héritier des sarcasmes des siècles passés ; ou n'est-ce que l'improbable création d'internet à la jeunesse insolente, toute entière affranchie de l'Histoire ?

## FOCUS n°1. Bref décryptage d'un mème simple

---



Mème n°1 : *Des Présidents à Jérusalem*, ref 01 24 D,  
Facebook, *Neurchi de Politique*

Ce mème reprend ici trois éléments culturels : le voyage de Jacques Chirac à Jérusalem en 1996, le voyage d'Emmanuel Macron à Jérusalem en 2019, et la plateforme de streaming par abonnement *Netflix*.

C'est une *image macro* qui fonctionne en deux parties et se fonde sur une double analogie : On compare la séquence d'Emmanuel Macron avec celle de Jacques Chirac, la "séquence originale". Et d'un autre côté, une adaptation Netflix avec une oeuvre originale. En somme, on veut ici faire passer le message suivant : comme une adaptation Netflix est une pâle copie d'une oeuvre originale, la séquence israélienne d'Emmanuel Macron est une pâle copie de celle de Jacques Chirac.

Pour bien le comprendre, il faut avoir à l'esprit les éléments culturels précités, mais également savoir que dans chaque cas, les deux présidents avaient haussé le ton face aux services de sécurité locaux, et à chaque fois, avaient été très médiatisés et repris. Par ailleurs, il fallait également disposer du stéréotype en vogue selon lequel - vrai ou pas - une adaptation Netflix est toujours une pâle copie, ou ratée, d'une oeuvre originale.

Le *mème* met donc en musique une symphonie d'éléments différents, qui se rencontrent et fonctionnent de concert, afin de créer un message inédit et ensuite, une émotion.

B.

## UN HÉRITAGE DE LA CARICATURE DE PRESSE PÉTRI PAR LA CONTRE-CULTURE

Alors que l'expression politique n'a jamais été aussi intense à la tribune, sur les réseaux sociaux ou les plateaux de télévision, le même politique s'est invité dans le débat depuis quelques années. A-t-il pour autant renversé la table ou bousculé les codes ? Nous verrons que s'il prospère grâce à une demande démocratique et, comme nous l'avons vu, par le renouvellement de l'expression citoyenne en ligne, ses usages s'inscrivent dans une longue tradition française, images à l'appui. Toutefois, le même politique est d'abord le fruit de la contre-culture, qui aura un nécessaire impact sur les messages qu'il véhicule. Il se situe donc aux confluences de ces deux mondes, réalisant ainsi une synthèse qui apporte un vent de fraîcheur à l'action politique, et avec lui l'opportunité de réintégrer une partie de la société aux enjeux politiques parfois aussi méconnus qu'impopulaires.

### 1. Vers une nouvelle caricature de presse ?

Instrument redoutable, fruit des crayons les plus aiguisés, le dessin de presse a plusieurs siècles de vécu, et sans doute de beaux jours devant lui. Il a surtout au départ la mission d'illustrer simplement les journaux, sans dessein politique ou intellectuel<sup>24</sup>. Ce n'est que plus tard<sup>25</sup> qu'il prendra bien davantage la forme de la caricature, et connaîtra son apogée et sa virulence la plus extrême avec l'affaire Dreyfus, coincée entre deux siècles. La presse d'opinion semble être le média idéal pour accueillir ce turbulent croquis. Percutante, souvent satirique, la caricature reprend les codes à la fois du théâtre comique et ceux de la publicité ; désormais, l'humour fera vendre davantage, répondant aux logiques expansionnistes d'une presse certes

---

<sup>24</sup> Notamment car la photographie n'est popularisée que tard dans les journaux, à la tête desquels l'hebdomadaire l'illustration.

<sup>25</sup> "Jusqu'en 1830, la presse satirique est principalement écrite, plutôt que d'être dessinée." MIGNOT Jean-François, *Le dessin de presse, histoire et actualité (1789-2015)*, 24 septembre 2015

instable, mais qui va voir son lectorat se développer en flèche avec les progrès de l'alphabétisation<sup>26</sup>. Et s'il clive, tant mieux, le journal ne se vendra que davantage. Car cette caricature, aussi moderne qu'elle résonne aujourd'hui, ne doit jamais être dissociée de la logique commerciale à laquelle elle s'est intégrée, et qui l'a fait prospérer.

L'histoire de la caricature se confond avec celle de la censure. La presse elle-même a toujours été perçue comme une menace potentielle par le pouvoir en place<sup>27</sup>, et la caricature de presse est l'incarnation paroxystique du pouvoir de contestation de la presse dans sa forme la plus aboutie et efficace. Peu d'arguments, pas de contradiction, juste un message simple et clair ; facile à reprendre, beaucoup moins à discuter ou à condamner.

Les principes qui gouvernent la caricature de presse ne sont pas seulement de l'ordre du comique, ils se fondent sur plusieurs dimensions : d'après Fabrice d'Almeida (1995)<sup>28</sup>, historien des médias, la propagande caricaturale est foncièrement manichéenne, mais déploie également des stratégies défensives ou offensives. Elle montre donc des atours simplistes, mais offrira un matériau de réflexion enrichi à celui qui saura en déceler les ressorts, en termes de références notamment. Il s'agit d'un point commun fondamental avec ce qui constitue l'essence du même internet politique. L'image, souvent simple d'apparence, est facile à appréhender, et n'arbore pas un grand niveau de détails. L'intérêt réside ailleurs, dans les messages qui y sont déposés. La ressemblance est parfois frappante entre les logiques qui sous-tendent ces deux objets médiatiques.

Dans Les Poires, caricature qui a fait date, les ressorts mémétiques sont très visibles, de l'organisation de l'image jusqu'au ton et à la métamorphose. Ce dessin critiquait directement le roi Louis-Philippe, en figurant la dégradation de l'exercice du pouvoir et de l'efficacité de celui-ci.

---

<sup>26</sup> Entre 1828 et 1830, 38,8% des Français savent lire et écrire. Entre 1896 et 1900, ce chiffre monte à 85,5%." DESERT Gabriel, *Réflexions sur les progrès de l'alphabétisation dans la France du XIXe siècle*, d'après les travaux de FURET François.

<sup>27</sup> En tout cas, c'est bien souvent l'une des premières libertés rognées lorsqu'un pouvoir s'autoritarise.

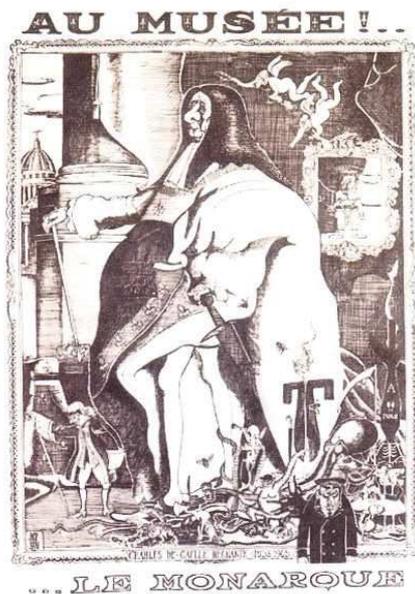
<sup>28</sup> cité dans BONHOMME Marc, *La caricature politique*, in *Revue Mots*, n°94, Trente ans d'étude des langages du politique (1980-2010), 2010



Caricature n°1, DAUMIER Honoré, Les Poires, La Caricature, 1831

Dans le comparatif ci-dessous, ce sont les mêmes ressorts comiques qui sont utilisés : le président de la République est comparé à un monarque absolu, montré dans la magnificence de son appareil ; la caricature de Moïse fait référence à la figure de Louis XIV connue grâce à la patte de Hyacinthe Rigaud<sup>29</sup>, le même de *Croisons-les* est un clin d'oeil certain à un empereur romain, notamment à la figure populaire de Jules César, le plus connu d'entre eux. Ainsi, les deux présidents, De Gaulle et Macron, sont représentés sous les traits de souverains connus pour leur profonde estime d'eux-mêmes, et chaque image dénonce leur usure du pouvoir. Elles sont si proches qu'on pourrait parfaitement imaginer un même internet mettant en scène ces deux images. Pourtant, l'une est une caricature, l'autre est un mème. Lorsque nous écrivons ces lignes, la première a 55 ans, la deuxième date de l'année dernière. D'un côté, la définition extensive du mème selon Dawkins ferait entrer la caricature dans cette catégorie, puisqu'elle est un objet dérivé d'une oeuvre originale, celle de Hyacinthe Rigaud.

<sup>29</sup> RIGAUD Hyacinthe, *Louis XIV en costume de sacre*, huile sur toile, 1701, Musée du Louvre.



Caricature n°2, de Moisan pour le *Canard enchaîné*, 1965.



Mème n°2 : *Caius Julius Macron*,  
Facebook, *Croisons-les*, 16 avril 2019  
hors période corpus

Mais ce ne sont pas seulement des similitudes de contenu que partagent les deux formats. Les caricatures de presse sont publiées dans la presse, et s'inscrivent donc dans un événement d'actualité. Cette logique événementielle est essentielle dans la création et la popularité des mèmes internet. Il arrive qu'un événement particulier déclenche une avalanche de mèmes sur internet, comme il aurait inspiré une caricature. Que ce soit l'annonce du recours à l'article 49-3 de la Constitution s'agissant de la réforme du système de retraites, début mars 2020, ou du tollé déclenché par la diffusion de vidéos intimes de Benjamin Griveaux, ces événements sont *hypermémétiques*. Les *memeurs*<sup>30</sup>, parmi les noms qu'ils se donnent volontiers, se saisiront de l'actualité brûlante afin de décupler la visibilité de leurs créations, leur potentiel de viralité, ainsi que leur capacité mémétique, de la même manière qu'un caricaturiste se saisira de l'actualité pour créer le *buzz*, une logique qui atteint son paroxysme dans l'hebdomadaire *Charlie Hebdo*. Caricature et mème diffèrent cependant en ce que la première va davantage rechercher la polémique, ce qui est moins le cas pour le second ; les usages comme les contraintes de la presse n'y sont pas indifférentes.

<sup>30</sup> Créateurs de mèmes internet. <https://www.instagram.com/explore/tags/memeur/top/?hl=fr>

En tout cas, cette logique événementielle met également en évidence l'importance cruciale du contexte pour l'une et l'autre. Isolés du temps du récit, les caricatures et les mêmes deviennent peu compréhensibles, du fait de leur exigence référentielle. Lorsqu'elle examine un dessin de Plantu s'agissant de la guerre en Irak, Nelly Feuermann (1992)<sup>31</sup> met en avant le fait que le croquis soit devenu énigmatique du fait de la déperdition de ses repères événementiels. S'il est difficile de comprendre un travail sans réelle immersion dans son contexte, c'est à plus forte raison le cas pour la caricature et le même internet. Par ailleurs, ce poids contextuel dans le processus créatif a été rappelé par Annie Duprat (2002)<sup>32</sup> *“en évaluant les caricatures d'Henri III et de Louis XVI à travers l'éclairage des imaginaires politiques de leur temps, plus religieux au 16<sup>e</sup> siècle – avec le recours à l'Antéchrist ou aux monstres – et davantage triviaux au 18<sup>e</sup> siècle, avec notamment les métamorphoses de Louis XVI en porc.”* Les stéréotypes, très présents dans les mêmes comme dans la caricature car faciles à reprendre et très manichéens, n'échappent pas à cette logique. Comme le rapporte Christian Delporte (1996)<sup>33</sup> lorsqu'il *“met en évidence la prégnance socioculturelle des stéréotypes sur les caricatures anti-allemandes entre les deux guerres mondiales”*, les stéréotypes sont le reflet de leur époque, donc les caricatures en sont également prisonnières.

Il semble donc que le même internet s'inscrive dans la droite lignée de la caricature de presse. Marc Bonhomme, comme d'autres, avait d'ailleurs pressenti la nouvelle vitalité des caricatures à travers internet, sans à ce stade envisager l'émergence d'un format dérivé :

*“La plupart des observateurs sont d'accord avec l'idée qu'Internet permet une médiatisation extrême de la caricature politique, ce qui avive les tensions interculturelles”*

- BONHOMME Marc, La caricature politique, in Revue Mots, n°94, Trente ans d'étude des langages du politique (1980-2010), 2010

---

<sup>31</sup> cit. in BONHOMME Marc, *La caricature politique*, in Revue Mots, n°94, Trente ans d'étude des langages du politique (1980-2010), 2010

<sup>32</sup> ibid.

<sup>33</sup> ibid.

Les objectifs du même politique restent multiples, nous le verrons plus avant, mais ils semblent pour la plupart se confondre avec ceux des croquis qui animent la presse. Surtout, les principes qui régissent la création de ces images sont très proches. Dans beaucoup de caricatures, on peut voir se dessiner un même internet. Dans nombre de mêmes internet réside l'esprit de la caricature. Nous pensons que si le même internet est un héritage de la caricature de presse, tel que nous l'avons vu, ce dernier en constitue surtout un renouveau. Le même internet, en reprenant les principes créateurs de la caricature, lui donne un nouveau souffle et la transporte sur le web, dans un univers viral et maillé de toutes parts. Ce croquis parfois grossier, souvent drôle, qui s'est institutionnalisé au fil des siècles, trouve ici le moyen de se réinventer. Avec ce nouveau format, la caricature telle qu'elle était sera diffusée sans guère d'entraves, et surtout, pourra être remixée à l'envi. Telle sera la transition numérique de la caricature de presse.

## **2. La contre-culture au service d'une recherche d'horizontalité**

Si le même politique est aussi développé en France, ce n'est pas sans raison. Le système politique français, singulier à plus d'un titre, y est pour beaucoup. La V<sup>e</sup> République renferme en elle des vestiges des précédents régimes qui ont présidé au destin de la France. En cela, elle a hérité de composantes parlementaires et d'héritages de la monarchie, au premier rang desquels une propension des institutions républicaines à la verticalité. En découle un régime semi-présidentiel à la française, assez unique en Europe. Parfois loué pour la stabilité de ses institutions, souvent conquis pour la hauteur céleste de ces dernières, ce système est régulièrement érigé en vestige poussiéreux d'un passé révolu. Ces critiques irriguent le vœu d'une sixième République, qui se fait de plus en plus audible ces dernières années et étonnamment, provenant de bords contradictoires de l'échiquier politique. La rengaine revient de manière saisonnière : il faudrait introduire plus de démocratie dans les institutions françaises. De la méthode proportionnelle aux élections législatives à la participation citoyenne, les options sont explorées sont nombreuses. Elles doivent revitaliser un

système vertement critiqué. Elles doivent transformer le rapport des citoyens à la démocratie<sup>34</sup>.

La verticalité des institutions de la Ve République est d'abord incarnée par l'autorité présidentielle, clé de voûte des autres institutions. Le président de la République est le chef de l'Etat. Chacun d'entre eux a exercé le pouvoir à sa manière, avec son style, mais toujours avec l'essentielle poigne qu'il revient d'adopter pour la hauteur de la tâche qui incombe au locataire de l'Élysée. S'il n'est pas utile de noircir ces pages d'une dissertation sur les institutions, il n'est pas inutile de préciser que le rôle du pouvoir exécutif prime largement sur celui du pouvoir législatif, dans l'esprit des institutions légué par Charles de Gaulle. D'ailleurs, le président Macron "*assume*" la "*verticalité du pouvoir*" comme il le rappelle dans un entretien à la *Nouvelle Revue Française*<sup>35</sup>, cité par *Le Figaro*. Ainsi exercé par l'exécutif, le pouvoir échappe en grande partie aux organes législatifs mais aussi aux citoyens, qui n'ont in fine que peu de leviers institutionnels pour exprimer leurs voix, hormis les élections qui constituent le principal rendez-vous démocratique français sous la V<sup>e</sup> République, ainsi que les conseils municipaux, entre-autres. Cette verticalité semble nourrir un sentiment durable à la fois d'injustice et d'impuissance, qui n'est pas propre à la France mais qui est à l'origine de plusieurs manifestations populaires à l'encontre d'un pouvoir central jacobin, dont l'exemple le plus frappant réside dans le mouvement des *gilets jaunes* de 2018 et 2019.

Dans ce contexte, Internet est devenu un moyen privilégié d'expression citoyenne, comme nous l'avons vu en début de partie. Après s'être emparés d'une variété impressionnante de formats, les internautes vont donner au même une impulsion politique. La campagne présidentielle française nous paraît avoir constitué un tournant dans leur consolidation en France. Peut-être étaient-ils simplement moins visibles auparavant, puisque leur viralité conditionne leur puissance. Mais désormais, nous pensons pouvoir avancer qu'ils vivent un essor considérable et nous l'avons constaté,

---

<sup>34</sup> Ambition matérialisée notamment par la réforme du CESE voulue par Emmanuel Macron. Projet de loi organique relatif au Conseil économique, social et environnemental, juillet 2020. <https://www.vie-publique.fr/loi/275038-loi-organique-reforme-cese-conseil-economique-social-et-environnemental>

<sup>35</sup> La Nouvelle Revue Française, mai 2018, cité par Le Figaro, "*Macron assume «totalement» la «verticalité» du pouvoir présidentiel*", avril 2018.

vont jusqu'à teinter parfois durablement des références a priori sans lien avec la politique.

C'est en opposition à un pouvoir bourgeois et à un élitisme culturel qu'a été érigée la contre-culture. Bien que malléable, ce concept semble pouvoir expliquer l'origine et la popularité des mèmes internet. Le Larousse définit la contre-culture comme "*l'ensemble des manifestations culturelles hostiles ou étrangères aux formes de la culture dominante.*" C'est Theodore Roszak qui, le premier, a théorisé ce phénomène de manière pérenne, en 1969<sup>36</sup>. Pour lui, la contre-culture se construit en opposition à une "*culture parente*", imaginée comme une culture "*classique*", une orthodoxie culturelle dominante au sens de Pierre Bourdieu. La naissance du concept s'inscrit dans le contexte du mouvement hippie, qui a essaimé depuis les États-Unis dans le monde occidental. Plus encore, Roszak<sup>37</sup> "affirme que cette contre-culture est une émanation des « *enfants de la technocratie* », une jeunesse bourgeoise rebelle qui souhaitait rompre avec l'univers bourgeois de leurs parents". Nous reviendrons sur ce point sociologique précis, dans notre troisième partie.

Dans tous les cas, la contre-culture telle qu'imaginée par Roszak nous semble être un concept pertinent pour expliquer le phénomène des mèmes internet, *a fortiori* lorsqu'il s'agit de mèmes politiques. La contre-culture est donc un ensemble de manifestations culturelles hostiles ou étrangères aux formes de la culture dominante, qui s'est traduit entre-autres par le mouvement hippie, par des genres musicaux différents de ce qui leur a préexisté, par des formes inédites d'arts qui ne se sont pas conformées aux canons de l'époque. En cela, le mouvement impressionniste a pu en son temps constituer une contre-culture, au même titre que le cubisme, que la musique *metal*, ou encore la pièce *Hernani*. Presque toute nouveauté peut relever de la contre culture, *a fortiori* si elle s'est créée en opposition à l'ordre culturel établi. La contre-culture contemporaine s'en distingue en ce qu'elle se nourrit d'une multitude d'éléments déviants au regard de la norme culturelle de son époque, et elle constitue ainsi un système. Dans cette perspective, le même internet est un objet tout à fait singulier. Il reprend les codes de la caricature mais son humour est plus abrupt ; le même ne craint

---

<sup>36</sup> ROSZAK Theodore, *Vers une contre culture. Réflexions sur la société technocratique et l'opposition de la jeunesse*, Stock, première parution française en 1980

<sup>37</sup> cité par BENNETT Andy, *Pour une réévaluation du concept de contre-culture*, Volume! n°1, 2012

pas l'absurde, il le recherche. L'absurdité étant par essence une déviance<sup>38</sup>, parfois incomprise, elle entraîne le même internet dans le champ de la contre-culture. A ce stade, cela paraît tout au plus flou, probablement abstrait, car conceptuel.

En définitive, ce qui fait du même un élément de contre-culture, c'est sa propension à se nourrir tout à la fois de références classiques et de références issues de la pop-culture, aussi bien que de la culture du jeu vidéo ou de la culture punk. Sa création n'est plus limitée que par ce que l'on peut imaginer à l'aune de toutes nos références. Il n'est pas d'horizon qui lui soit indépassable hormis celui de l'imagination. Ainsi, la possibilité du mélange de toutes ces cultures en fait un trublion dont le sens et l'intérêt échappe souvent aux générations plus anciennes, dont il se moque d'ailleurs bien volontiers. Car si le même devient classique, il perd son statut contre-culturel et devient inutile, démodé. Il ne peut entrer dans la norme. L'arme du combat culturel serait tombée entre les mains, et surtout la compréhension, de l'une de ses cibles principales : les *boomers*<sup>39</sup>. Car c'est bien d'une arme dont il s'agit, à tout le moins d'un instrument. Celui de la culture internet pour faire infuser la culture du même, et créer progressivement de nouvelles normes sociales.

*“Selon Reich, la contre-culture offrit une base à partir de laquelle la jeunesse pouvait subvertir l'idéologie dominante dont elle avait hérité et la supplanter par un nouvel ensemble de valeurs sociales, économiques et environnementales durables”*

- BENNETT Andy, Pour une réévaluation du concept de contre-culture, Volume! n°1, 2012

Le même internet est donc un artefact de *soft power*, au service d'une communauté dont on peine à discerner les contours, qui s'ignore peut-être elle-même. Si nous n'irons pas jusqu'à avancer que le même internet contient par essence un projet politique, nous sommes convaincus qu'il sert un changement durable de la société, plus ou moins conscient, mais qui infuse progressivement et avec toujours plus de

---

<sup>38</sup> voir lexique.

<sup>39</sup> Terme désignant la génération des baby-boomers, devenu viral et qui représente un establishment considéré comme irresponsable et incompréhensif envers les plus jeunes générations. LECLERCQ Noémie, *“OK, boomer”, une expression devenue le symbole d'un malaise entre les générations*, Franceinfo, décembre 2019.

vigueur à mesure que son essor se poursuit. La politique constitue la quintessence de ce "système" conspué par bon nombre de Français. Il n'est pas anormal qu'elle figure en première ligne dans cette lutte culturelle, sans qu'elle soit réellement opposée à un changement durable, que la plupart des responsables politiques appellent de leurs vœux à intervalles réguliers. Elle concentre en tout cas toutes les critiques attribuées à un "ancien monde" érigé comme cause de tous les maux et centre névralgique du "système". La demande d'horizontalité n'a jamais été aussi forte que lorsqu'elle transparaît dans les comportements parfois désespérés des manifestants. Par ailleurs, de nombreux mêmes commencent à se glisser sur les pancartes brandies dans les rues (voir même n°3, ci-dessous). Ce n'est pas anodin : le même sort d'internet. Est-ce pour autant une normalisation ? S'il ne semble pas se standardiser, force est de constater que la culture des mêmes semble se diffuser dans la société française, plus profondément qu'envers un public jeune. En tout cas, le même internet apparaît comme une solution à usages multiples, idéale pour des groupes qui se sentent dépossédés de pouvoir politique, ou qui rejettent toute action politique, voire le système politique dans son intégralité. Contester, critiquer, moquer, sont autant de possibilités dont la simplicité peut se résumer à la création et à la diffusion d'un même internet, avec l'espoir de se faire entendre par le plus grand nombre, d'obtenir des réponses, bref, de communiquer.



Mème n°3, *Only God*, ref. 01 10 A

Un manifestant contre la réforme des retraites sur la place de la République, le 10 janvier.

L'objet que représente le mème internet incarne par essence et comme nous l'avons vu dans un premier temps, un médium horizontal, accessible, démocratique. Un moyen d'expression simple d'accès et facilement partageable sur les réseaux sociaux, sur des forums, partout où il est possible de publier en ligne. Dans une conjoncture politique où l'attente d'une proximité démocratique se fait toujours plus pressante, le mème internet trouve en France un terrain fertile, propice à son développement. La contre-culture a évolué pour s'adapter à cette attente, qui est en soi contestataire. En offrant un instrument inédit, quelque part insaisissable, pour semer la culture de demain.

\*

Singulier, le mème internet est un objet qui n'est pas complètement nouveau, mais qui a l'attrait de la nouveauté. Parce qu'il est facile à créer, qu'il existe dans sa forme actuelle depuis seulement une dizaine d'années, parce qu'il peut prendre une infinité d'autres formes. Et pourtant, n'importe qui peut créer un mème. Il suffit d'être armé d'un ordinateur ou d'un smartphone, et d'une connexion internet. En théorie seulement,

car il faudra donner du corps à l'oeuvre avec quelques références bien senties. N'est pas caricaturiste qui veut. Car le mème porte bien en lui l'héritage de plusieurs siècles de caricatures de presse ; il s'en inspire, sans parvenir totalement à s'en affranchir. Le mème politique semble s'inscrire particulièrement bien dans le paysage politique français. Par l'habitude de la caricature certes, qui n'existe pas partout, il faut bien le reconnaître. Mais aussi car les possibilités qu'il offre semblent correspondre tout à fait au support recherché par de nombreux Français en mal d'expression politique, pour faire entendre leur voix. Bien souvent, nous le verrons, leurs oeuvres vont critiquer plutôt que proposer. Une exception culturelle française ? En tout cas, le mème politique n'a guère l'allure d'un *medium* traditionnel. Il figure parmi les nouveaux étendards de la contre culture sur internet, et participe à la création une nouvelle sous-culture, la culture du mème. Le mème politique s'installe progressivement dans le paysage numérique français, peut-être davantage que dans le paysage politique. Sa popularité est établie, mais qu'est-ce que cela révèle ? Au-delà d'un moment particulier pour notre République, les mèmes politiques interrogent nos pratiques politiques, ils questionnent ce à quoi ils sont destinés, et la raison même de leur viralité. Ils ont des thématiques variées, des objets multiples, et les intérêts qu'ils servent sont loin d'être une évidence. Derrière leur apparence de simples objet numériques, drôles et absurdes, des processus politiques plus complexes sont à l'oeuvre, et viennent éclairer un renouvellement du rapport à la politique.

# PARTIE II

## LES DESSEINS DERRIÈRE LES IMAGES

### LE PROJET POLITIQUE DES MÈMES INTERNET



Des affiches de la CGT-UGICT pendant la réforme des retraites.

*“La dérision est l'arme la plus puissante de l'homme.*

*On ne peut pas y faire face. C'est irrationnel. C'est exaspérant. Cela marche aussi comme un point névralgique pour pousser l'ennemi à faire des concessions”*

- ALINSKY Saul, **Être radical : Manuel pragmatique pour radicaux réalistes**, Random House, 1971

Ainsi est érigée la cinquième règle d'or de Saul Alinsky pour les radicaux, qu'il leur laisse en guise de cadeau d'adieu, peu avant de mourir. Elle est fondamentale pour comprendre ce qui se joue dans à travers la politisation des mèmes internet. Lorsque les mèmes internet français se sont emparés de la politique, ils l'ont tournée en dérision. Pourquoi s'en priver ? Après tout, les caricatures de presse ne l'ont jamais épargnée. Derrière cette façade, la dérision n'a pas eu pour seul objectif de critiquer la politique. Les mèmes n'existent pas seulement pour amuser le vaste auditoire que

forment les réseaux sociaux. L'exemple chinois nous apprend par exemple que les mèmes auront été un levier de contournement de la censure<sup>40,41</sup>. Au premier abord, un simple regard pourrait considérer ladite image comme une sous-caricature à l'intérêt limité. Mais sous ce quinquennat, les mèmes internet sont loin d'avoir vu leur pouvoir se limiter, bien au contraire. Ils vivent une progression extraordinaire et se saisissent d'autant d'objets que possible, se glissant dans toutes les failles que leur procure la société. Mais pourquoi alors autant de politique dans les mèmes internet français ?

Durant trois mois, de début décembre à début mars, nous avons collecté tous les mèmes politiques qui passaient à notre portée<sup>42</sup>, chaque image figurant une représentation politique, ou dont le sens recelait un message politique. Nous sommes allés les chercher à la source, là où ils sont créés, puis approuvés, avant d'être expédiés directement sur internet. Naviguant à travers près d'une centaine de ces groupes Facebook, aux thèmes aussi variés, nous avons également suivi de près des comptes Instagram prolifiques, en remontant leurs réseaux et en dessinant des constellations à la fois fascinantes et extrêmement étendues à travers l'espace virtuel. De cette aventure, nous avons retenu un corpus de près de trois-cent mèmes internet politiques provenant de Facebook et d'Instagram. Avec un objectif en tête : ratisser le plus large possible pour pouvoir léguer ici un modeste panorama de l'univers des mèmes politiques, loin d'être exempt de défauts, mais avec la fierté d'un premier aperçu. Un travail artisanal dont résulte un album photo bien particulier, ainsi qu'un tableau qui en dévoile les ressorts. Derrière l'absurdité, le même internet est tout entier fait de subtilités. Ce travail a pu en gommer une part pour mieux décrire, évaluer, quantifier. Ici réside l'une des premières limites de notre analyse. Pour Limor Shifman<sup>43</sup>, les études de diffusion des mèmes sont bien sûr utiles, mais ont pour principale limite de priver le matériau analysé d'une partie de son sens. Il n'est pas possible de restituer intégralement le contenu d'un même internet, ce qui y est induit, les références et inspirations utilisées par son créateur et à l'oeuvre dans l'image. Par ailleurs, vouloir apposer des catégories et tenter des classifications constitue un exercice périlleux,

---

<sup>40</sup> DANTHE Michel, *Les «mèmes internet»: instruments de guérilla politique*, Le Temps, 15 juin 2013.

<sup>41</sup> voir surtout à ce sujet les travaux de Clément RENAUD sur le réseau social Weibo.

<sup>42</sup> Davantage ont été publiés : nous avons uniquement recueilli les OC. De nombreux mèmes ont été ainsi republiés sur plusieurs pages différentes, répondant à la logique virale caractéristique des mèmes internet. Voir la méthodologie de l'analyse quantitative, en annexe.

<sup>43</sup> SHIFMAN Limor, *Memes in digital culture*, MIT Press, 2017, p. 38

notamment car une partie du message se dissout dans la simplification opérée. A vouloir contempler un plan général, pour distinguer des frontières, des tendances globales, on perd la finesse d'analyse nécessaire pour appréhender au mieux la subtilité des mèmes internet. Cela aura été un vecteur de complexité dans l'analyse des mèmes que nous avons menée : à de nombreuses reprises, le choix de catégories, d'objets visés, s'est avéré bien plus complexe qu'imaginé. Dans quelques années, peut-être, les équipes de communication disposeront d'instruments d'intelligence artificielle capable de répertorier, référencer et quantifier l'immense phénomène que constitue l'essor des mèmes internet. Pour l'heure et sauf erreur, il reste tout à fait insaisissable, et nous ne pouvons que tenter d'en dessiner les contours, à tâtons.

Les mèmes internet, fruits de la contre-culture, sont des instruments de contestation par nature. Ils le sont également parce qu'ils portent le renouveau de la caricature de presse, avec ce même regard acerbe. Mais ils sont aussi corrosifs parce qu'ils sont imprégnés d'une forte culture contestataire toute française. Pourtant, que devient la contestation lorsque le politique est projeté dans le quotidien le plus trivial, jusque dans des analogies en dessous de la ceinture ? Et puis, nous verrons que les mèmes politiques s'attaquent à tous types de cibles et n'épargnent personne, même s'ils sont souvent magnanimes avec qui sait parler leur langage. Des guerres de chapelles et d'appareil jusqu'à la ridiculisation du sommet de l'État, le mème politique n'est jamais limité, mais toujours surprenant.

## A. UN OUTIL DE CONTESTATION AVANT TOUT

D'abord corrosif, le même internet est certes un outil de contestation, mais sert également d'autres fins, plus subtiles, moins visibles. Cette contestation structurelle est endémique de la situation française.

### 1. Un réceptacle de la culture politique contestataire à la française

La France n'est-elle pas un pays insoumis ? La Révolution française, dont les initiales se confondent malicieusement avec celles de *République française*, est un moment fondateur de notre histoire contemporaine. Par essence contestataire d'une monarchie absolue vieillissante, le symbole est incrusté au plus profond de notre culture, en tant que gènèse de notre république actuelle : la fête nationale commémore l'insurrection populaire d'alors. D'autres soulèvements ont suivi ; les Trois Glorieuses, la Révolution de Juillet, la Commune ou encore "68", pour ne citer que quelques exemples. La Résistance n'est-elle pas elle-même le fruit, au delà de l'évidence de la reconquête héroïque des principes français et républicains, d'une culture contestataire imprimée dans les noeuds de la nation française ? Si la question paraît impertinente voire irrespectueuse, ce que nous comprenons, elle mérite d'être posée.

On pourra sourire en lisant *Courrier International*, donnant l'avis des étrangers sur les Français, en réalité les termes qui reviennent le plus souvent lorsqu'ils évoquent les Français. "Indisciplinés", "fêrus de politique", "des enragés de la satire", ou encore "de fieffés révolutionnaires"<sup>44</sup> ; l'absence de preuve scientifique ne saurait suffire à invalider tout à fait les assertions du quotidien français, sans les confirmer complètement. Elles ne sont en tout cas pas tout à fait anodines, et semblent refléter de manière surprenante l'esprit des mêmes *made in France*.

Pour appréhender le rapport des Français à la politique, il faut regarder en premier lieu, leur perception de l'exécutif. Affirmer que la confiance des Français envers leurs

---

<sup>44</sup> *Vu d'ailleurs*. "Sacrés Français", le site qui explique ce qui nous rend uniques, *Courrier International*, 9 mars 2016

dirigeants est tenue semble être un euphémisme. En mettant en perspective les différents chiffres qui ressortent des études de confiance politique en France et à l'étranger, on peut entreapercevoir une spécificité française dans la région ouest-européenne.

*“La confiance envers le président actuel et son Premier ministre est en hausse (34 % et 35 %). En comparaison, les exécutifs allemand et anglais bénéficient à la fois d'une confiance beaucoup plus élevée et d'un rebond plus conséquent. Angela Merkel, chancelière allemande, voit son action approuvée par 60 % des sondés. Boris Johnson n'est, lui, en poste que depuis le mois de juillet 2019 : mais est aussi beaucoup plus haut que M. Macron (64 %)”*

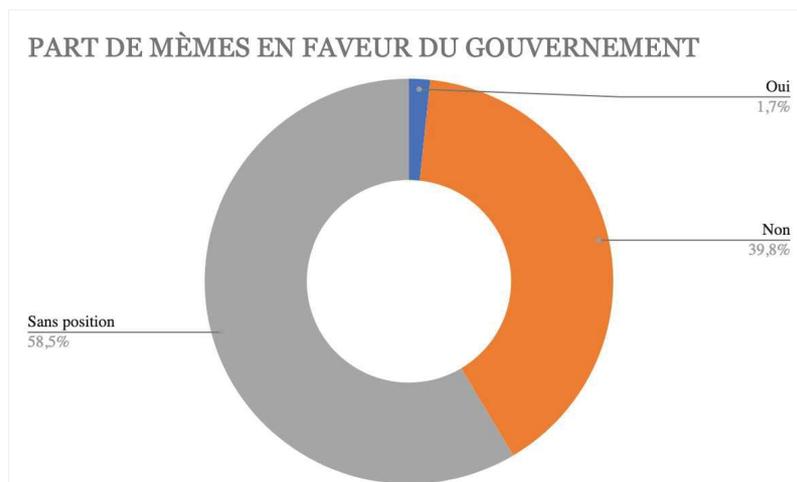
- GOAR Matthieu, “Le gouvernement a peut-être perdu la bataille de la confiance”, Le Monde, 20 avril 2020. Données CEVIPOF.

Cette spécificité, c'est une défiance endémique en France. Il faut multiplier par deux les chiffres de la confiance envers l'exécutif pour atteindre les résultats atteints outre-Manche et outre-Rhin. Si l'Allemagne a une profonde culture de la discipline, ce n'est pourtant pas le cas du Royaume-Uni. De l'autre côté des Alpes, Giuseppe Conte peut gouverner en comptant sur une confiance de 52% selon Ipsos, et même 71% selon Demos<sup>45</sup>. Ce contraste saisissant n'est qu'un nouveau rappel d'une vérité bien connue : l'exécutif français est prisonnier d'une faible confiance, qui s'érode à mesure du mandat présidentiel. Les précédentes mandatures n'y font pas exception. Et cette défiance nourrit une appétence pour la contestation, dont les dernières manifestations notables se sont matérialisées contre la réforme des retraites ou encore dans le mouvement des gilets jaunes, dont l'opposition au gouvernement aura finalement été l'un des seuls catalyseurs.

Cette culture contestataire va fortement nourrir les mêmes internet politiques. C'est d'abord la preuve qu'elle se transmet toujours et qu'elle irrigue les nouvelles générations, qui se sont davantage saisies de ce moyen d'expression.

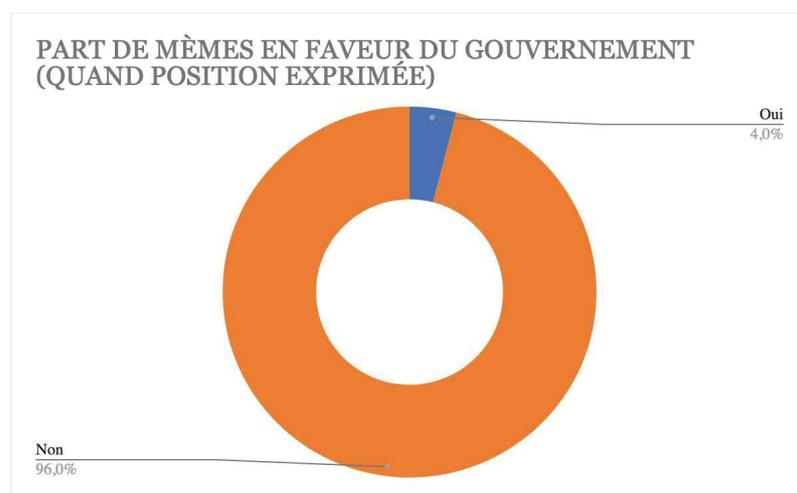
---

<sup>45</sup> GAUTHERET Jérôme, *Coronavirus : en Italie, Giuseppe Conte se révèle dans la crise*, Le Monde, 23 avril 2020



**GRAPHIQUE 1.** Sur le total des mèmes analysés (299 unités)<sup>46</sup>,

- 5 sont favorables au gouvernement (1,7%)
- 119 sont défavorables<sup>47</sup> au gouvernement (39,8%)
- 175 ne prennent pas de position manifeste à l'égard du gouvernement (58,5%)

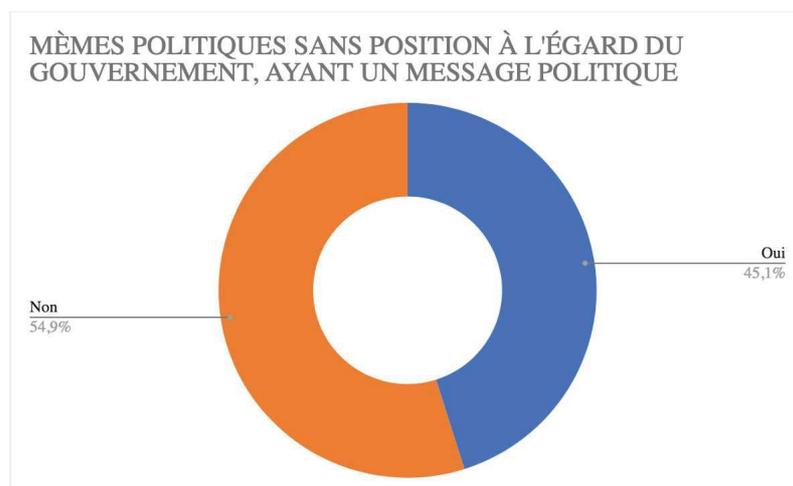


**GRAPHIQUE 2.** Sur les 124 mèmes du corpus ayant une position manifeste à l'égard du gouvernement,

- 5 sont favorables au gouvernement (4%)
- 119 sont défavorables au gouvernement (96%)

<sup>46</sup> Qui sont, nous le rappelons, uniquement des mèmes internet politiques.

<sup>47</sup> C'est à dire qu'ils ont exprimé une position globalement défavorable au gouvernement, à travers une attaque contre le gouvernement, l'un de ses membres, le président de la République ou une des réformes de la majorité.



**GRAPHIQUE 3.** Parmi les mêmes politiques sans position à l'égard du gouvernement (175):

- 79 d'entre eux portent un message politique (45,1%)
- 97 d'entre eux ne portent pas de message politique (54,9%)

En premier lieu, la majorité des mêmes analysés (175 unités, 58,5%) ne manifestent pas de position à l'égard du gouvernement. Mais comme le montre le graphique 3, 79 mêmes du corpus portent un message politique sans s'attaquer au gouvernement. Ils représentent 45,1% des mêmes sans position à l'égard du gouvernement, et 26,4% du total des mêmes analysés. Il apparaît donc que la totalité des mêmes politiques ayant un autre objet que le gouvernement, représente un volume inférieur aux seuls mêmes critiques à l'égard de l'exécutif (119 unités, 39,8%). C'est donc un rappel de la place centrale qu'occupe l'exécutif dans la vie politique française, à la fois par son pouvoir effectif dans la V<sup>e</sup> République, mais également car les oppositions ont été durablement amoindries par l'irruption de la République en Marche dans le paysage politique français, en 2017, et n'ayant pas retrouvé leur niveau d'avant-présidentielle. Cela confirme également que l'exécutif fait partie des sujets centraux qui préoccupent l'expression politique.

Mais c'est un autre chiffre qui retient l'attention. Sur 299 mêmes analysés, 5 sont favorables au gouvernement<sup>48</sup>. Ce très faible chiffre exprime plusieurs phénomènes.

<sup>48</sup> sur les biais possibles, voir la méthodologie de l'analyse, en annexe.

C'est tout d'abord la plus vigoureuse illustration de la culture contestataire française. Le même français semble être pétri d'un instinct corrosif. Dès sa création, il a pour objet, souvent, d'attaquer le monde politique ; que ce soit le gouvernement, le président de la République, des personnalités politiques devenues icônes de la corruption des élites, ou bien des partis politiques. Dans la critique et parce que ce sont des mêmes, il y a de la moquerie ; il ne s'agit pas d'un pur exercice d'esprit critique. Tourner en dérision la politique, au delà de la simple contestation, c'est aussi la rendre accessible. Il s'agit pour les internautes de rapprocher un univers politique perçu comme éloigné de leur réalité, parfois déconnecté des enjeux et des attentes des Français.

La culture politique française comme la culture des mêmes ne sont pas des cultures de louanges. Les Français rechignent à saluer l'action politique et se positionnent en critiques de manière quasi-systématique. Ils imitent ainsi leur propre classe politique, qui se garde tout au moins de saluer l'adoption de politiques publiques qui satisfont pourtant des intérêts particuliers voire des programmes politiques d'opposition, quand elle ne raille pas ouvertement les personnalités politiques qui saluent publiquement ces initiatives. Loin d'être nouveau, ce phénomène a été observable sous toutes les mandatures et au sein de toutes les forces politiques. Il résulte pour une grande part d'un système politique qui s'appuie sur un gouvernement majoritaire, n'opérant pas (ou peu) de logiques de compromis. Il nous semble que la France est l'un des pays d'Europe où ce phénomène est le plus exacerbé.

Enfin, ces cinq mêmes, s'ils apparaissent favorables au gouvernement, se gardent d'en faire un éloge ronflant. Cette tempérance nous incite à évoquer plutôt d'une bienveillance à l'égard de l'exécutif, qui se manifeste à travers une positivité modérée, subtile.

*“Les internautes français excellent dans le détournement de l'actualité et la parodie politique, notamment sur Twitter, mais peinent à créer leurs propres héros autonomes comme le fait la scène américaine”*

GLAD Vincent, L'An 2000, Libération

*“Contrairement à beaucoup d’autres pays, nous n’avons jamais engendré de mêmes positifs, gentils ou même doux-amers (...) Nos émissions d’infotainment, télérealités et talk-shows profitent de notre passion pour la raillerie depuis bien longtemps. Leur riche héritage mémétique montre que le problème est réel et que nous n’avons pas la moindre intention de le résoudre”*  
WESOLOWSKI Sébastien, Vice, 31 octobre 2017

Le réflexe presque pavlovien de critiquer plutôt que proposer est peut-être un mal Français, qui ne semble pas nous être envié au-delà de nos frontières. Il va de pair avec le pessimisme endémique de l’Hexagone<sup>49</sup>, souligné chaque année par les baromètres globaux de confiance en l’avenir<sup>50</sup>. Cette culture de la contestation trouve son pendant comique dans la raillerie qui, comme le soulignait Sébastien Wesolowski ci-avant, imprègne les émissions de télévision, les pièces de théâtre, une partie de la chanson française ; notre univers culturel en général. Il est donc naturel qu’il imprègne également la culture mémétique française, même si comme nous l’avons vu, cette culture s’est aussi construite en tant que contre-culture, s’opposant justement à la “culture parente”. Ce paradoxe peut s’expliquer en ce que l’esprit de raillerie inhérent à la culture contestataire a infusé très profondément jusqu’aux jeunes générations, qui ne considéreraient alors pas ce comique comme un élément à rejeter, mais bien intégré à la culture française. Et qui, plutôt que de la rejeter, voudraient la transformer. Ce qui est précisément l’objet du même internet.

Parce qu’il fait montre d’une conscience politique et qu’il porte un message politique, le même internet trouve progressivement sa place au sein des répertoires d’action politique, aux côtés des moyens conventionnels comme la grève ou la pétition, ou non conventionnels ; c’est à cette deuxième catégorie qu’il s’intègre. Pour Cécile Péchu, chercheuse spécialisée dans les mouvements sociaux, “le concept de répertoire d’action collective désigne le stock limité de moyens d’action à la disposition des

---

<sup>49</sup> MÉRIEUX Alice, *Les Français, champions du monde du pessimisme*, Challenges, 2 février 2019

<sup>50</sup> What worries the world, Ipsos, janvier 2020

groupes contestataires, à chaque époque et dans chaque lieu<sup>51</sup>, d'après le concept développé par Charles Tilly (1995).

S'il intègre les répertoires d'action politique, cela tient notamment à une participation citoyenne affaiblie sous la Ve République, dont les élections sont considérées comme le rendez-vous politique principal, bien qu'elles soient inégalement perçues comme un levier de changement politique<sup>52</sup>. Les citoyens vont constamment rechercher de nouvelles manières de participer à la vie politique en faisant valoir leurs intérêts. Les jeunes en âge de voter sont ainsi la première population abstentionniste, comme le constatait déjà Anne Muxel<sup>53</sup>, directrice de recherches au CEVIPOF, à la suite de l'élection présidentielle française de 2002. La situation n'a guère changé, et s'est plutôt accentuée avec les années<sup>54</sup>.

*“L’abstentionnisme politique, par défaut d’identification, contestation de l’offre électorale ou expression d’un mécontentement, s’est fortement accru et tout particulièrement parmi l’électorat jeune”*

- Muxel, Anne. « La participation politique des jeunes : soubresauts, fractures et ajustements », Revue française de science politique, vol. vol. 52, no. 5, 2002, pp. 521-544.

Le même internet politique se développe en France après de profonds changements concernant le fonctionnement de l'opinion publique, s'étalant depuis le début des années 1990 jusqu'à aujourd'hui, et qui ne sont probablement pas achevés. C'est Jean-Louis Missika, le premier, qui identifie ce phénomène en 1992.

*“Il semble que ce soit à un mouvement de politisation négative que l'on assiste. (...) Les gens reviennent à la politique, mais en accablant la politique. C'est de cette participation hostile que seront faites les prochaines années”*

---

<sup>51</sup> PECHU Cécile. « Répertoire d'action », Olivier Fillieule éd., *Dictionnaire des mouvements sociaux*. 2e édition mise à jour et augmentée. Presses de Sciences Po, 2020, pp. 495-502.

<sup>52</sup> MOCTAR DIALLO Amadou, *Penser la démocratie au-delà des élections*, Éthique publique, vol.13 n°2, 2011

<sup>53</sup> MUXEL Anne, *La participation politique des jeunes : soubresauts, fractures et ajustements*, Revue française de science politique, vol. vol. 52, no. 5, 2002, pp. 521-544.

<sup>54</sup> « *Le surcroît d'abstention des jeunes accentue le problème posé à la démocratie* », Le Monde, 2 juillet 2020 (entretien avec Anne Muxel)

- MISSIKA Jean-Louis, Les faux-semblants de la dépolitisation, revue Le Débat, n°68, Gallimard, 1992

Par cette assertion, le sociologue des médias fait référence à l'expansion continue du "système de sanction politique de l'opinion". Pour lui, l'opinion publique va désormais participer davantage à la vie politique par la critique, plus qu'auparavant, ce qui marque ce mouvement de politisation négative. Il note d'ailleurs que "le territoire de l'action sans sanction se rétrécit" ; la classe politique sera vertement critiquée quel que soit le terrain qu'elle occupe. Ce n'est pas sans évoquer ce que semblent être devenus une partie des réseaux sociaux aujourd'hui, notamment Twitter, régulièrement qualifié de "tribunal" par ses propres utilisateurs autant que par des élus ou des ministres. Cette politisation négative "organise un positionnement politique par défaut ou opposition plutôt que par adhésion et conviction", d'après Anne Muxel.

Il ressort donc qu'un malaise profond et durable existe dans la politique française. Il n'est pas nouveau, mais il continue de s'aggraver. Et les mêmes internet, comme nouveaux moyens d'expression, deviennent le réceptacle de ce malaise pour les jeunes générations. Elles y trouvent un instrument de contestation efficace, une caricature accessible, facile à créer et à diffuser, et qui ne relève pas d'une culture parente considérée comme de l'ordre du "*boomer*". Les jeunes Français votent moins, sont moins à l'aise avec les institutions de la V<sup>e</sup> République, rejettent la politique "à l'ancienne". Pourtant, ils utilisent aussi les mêmes politiques à des fins bien différentes que la simple contestation.

## FOCUS n°2 : Analyse d'un mème contestataire de l'exécutif

---



Mème n°4, *Titanic Retraites*, 12 17 C

Facebook, *BFMememes*

Le gouvernement est directement visé par ce mème. Il est publié dans le contexte de la réforme des retraites et durant la grève générale en opposition à cette réforme. En deux parties, il est très simple, sans texte. On reconnaît le naufrage du Titanic sur le haut, en bas, l'image y fait également référence : elle représente l'orchestre qui a joué jusqu'au bout sa musique alors que le navire sombrait. Ces images sont extraites de *Titanic*, le film de David Cameron : là intervient la première référence. L'analogie, simple, se fait lorsque les visages d'Emmanuel Macron, Edouard Philippe et Jean-Paul Delevoye sont apposés à ceux des musiciens. La présence du dernier d'entre eux, alors haut commissaire chargé de la réforme des retraites, ne laisse pas place au doute sur l'interprétation. L'objectif de ce mème est donc de critiquer le gouvernement à travers cette analogie, en comparant ses discours répétés à une musique réconfortante mais peu utile, alors que le navire sombre, associé à la France, par la faute du nouveau système de retraites souhaité par l'exécutif. Il s'inscrit parfaitement dans la tradition contestataire du mème politique français et, comme de nombreuses caricatures, n'emploie aucun argument pour étayer sa critique. Ce faisant, ce mème vient s'apposer à l'arsenal déployé par l'opposition dans son combat contre cette réforme : il s'appuie sur une masse argumentaire induite mais non citée, par souci d'efficacité. Il s'agit donc d'un instrument d'un répertoire d'action politique, au service de la contestation de l'action du gouvernement, sans proposition pour l'action, faisant écho aux points déployés ci-avant.

## 2. Dépolitiser pour réinstaller de la proximité

Un clin d'oeil suffit à nourrir les imaginaires les plus fertiles. Les *memeurs* n'ont besoin que de peu pour détourner des images. Une photo est prise : qu'est-ce que cela inspire ? Comment la détourner ? Comment créer une analogie avec des sujets a priori étrangers à la politique ? Telles sont les questions qui animent les créateurs de mèmes internet, et auxquelles ils parviennent souvent à nous transmettre des réponses savoureuses. Le politique sans politique semble beaucoup intéresser les Français. Plusieurs travaux, comme ici au CELSA<sup>55</sup>, mettent en avant l'influence notable de l'évolution de la télévision sur la politique, qui se mue parfois en spectacle, perdant au passage le message politique.



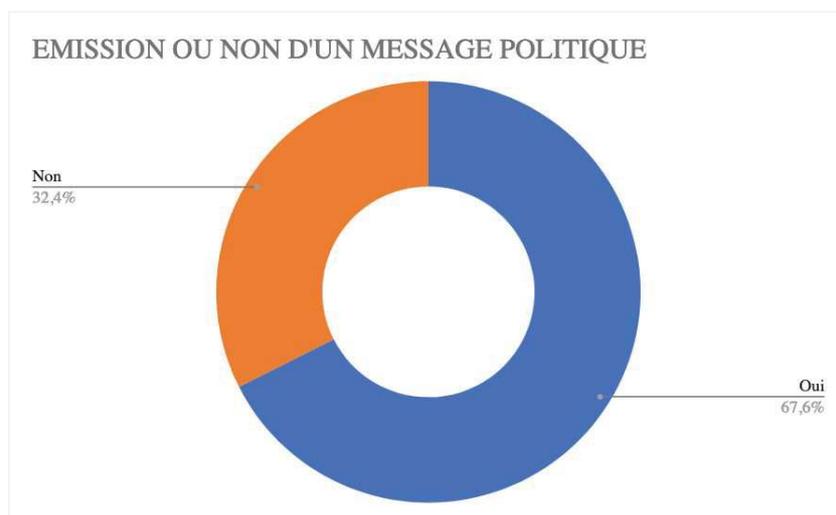
Mème n°5, *Apéro Hidalgo*, 02 07 A, et mèmes n°6, *Boule qui chamboule*, 12 28 A<sup>56</sup>

“Quand on se met d'accord pour prendre l'apéro direct après la réunion” ; “Me - Ton boule qui chamboule”. Ces deux *captions* - des textes succincts qui font office de descriptions, ou plutôt d'instruments de décodage du mème - semblent ne pas coller à l'idée que l'on se fait de l'action publique. Pourtant, elles ont toutes deux été apposées à des photos de personnalités politiques ; Anne Hidalgo pour la première, Nicolas

<sup>55</sup> Nous pensons notamment aux objets d'étude de Thierry Devars, dont il a pu nous faire profiter.

<sup>56</sup> Si Nicolas Sarkozy et Anne Hidalgo partagent quelque chose, c'est bien leur popularité auprès des *memeurs*.

Sarkozy pour la deuxième. Leurs créateurs s'appuient ici sur l'effet de surprise, le hiatus entre la hauteur estimée de la politique et la banalité d'une réunion ou d'un rendez-vous. Nous l'avons constaté, c'est le comique le plus utilisé lorsqu'il s'agit des mêmes politiques dépourvus de message politique.



**GRAPHIQUE 4.** Sur le total des mêmes analysés (299 unités)

- 202 émettent un message politique manifeste (67,6%)
- 97 n'émettent pas de message politique manifeste (32,4%)

Deux tiers des mêmes collectés et analysés ne portent pas de message politique. Pourtant, ce sont des mêmes politiques. Ils évoquent en grande majorité les thèmes suivants "Vie quotidienne" (pour plus des trois quarts), "Griveaux Gate" et "Covid-19". Les deux derniers thèmes sont des incidents conjoncturels. Le Griveaux Gate, s'il est lié à la politique, n'a pas été déclenché par un événement politique, et les mêmes se sont concentrés sur les détails des échanges intimes du candidat Griveaux. C'étaient, pour la plupart, des plaisanteries grivoises s'agissant de mensurations ou d'éventuelle future carrière pornographique. Il n'y a pas eu d'attaque politique à travers les mêmes, contre l'auteur des échanges. Pour le Covid-19, il s'agit de plaisanteries à l'égard de personnalités politiques d'origine asiatique ; les mêmes ayant été collectés au début de la crise, le thème humoristique assimilant les personnes d'origine asiatiques à des porteurs systématiques du virus prospérait sur les réseaux sociaux.

La plupart de ces mêmes “dépolitisés” sont simplifiés à l’extrême : ils sont empreints de très peu de *technicité*<sup>57</sup>. En général, une simple *caption* accompagne une seule photo, deux tout au plus. La simplicité rend le même extrêmement intelligible, à la fois par un public très large, mais répond également à la logique impitoyable de scrolling des réseaux sociaux, à travers un contenu consommable rapidement. En 2013, l’être humain avait atteint une capacité de concentration moyenne de 8 secondes<sup>58</sup>, inférieure à celle d’un poisson rouge. Instagram n’avait alors pas atteint le niveau de popularité qu’il connaît en 2020. L’impérieuse nécessité de retenir l’attention exige du contenu qu’il soit analysé dès sa captation comme facilement compréhensible. Aussi ces mêmes sont-ils autant simplifiés. Ils le sont également car la majorité de l’audience ciblée n’est pas tout à fait rompue aux enjeux politiques. Nous l’avons vu auparavant, une partie de la jeunesse française rejette le système politique et avec lui, les femmes et les hommes qui le composent. Il faut que l’audience puisse reconnaître rapidement de qui il s’agit pour percevoir le comique à l’oeuvre. A ce titre, pas question de se baser sur la photo d’un questeur du Sénat, dont nous défions nos lecteurs d’énoncer les trois noms. Seules les personnalités les plus reconnaissables seront détournées, nous le verrons plus avant dans cette partie.

Le critère événementiel, nous l’avons vu en première partie, est déterminant dans l’agenda des mêmes politiques. C’est l’actualité politique qui propulse des personnages, des partis, des enjeux sur le devant de la scène. Cela a été le cas avec Benjamin Griveaux, qui a constitué, avec la réforme des retraites, l’un des thèmes les plus prolifiques sur la période de notre corpus. Cet événement politique a été extrêmement intéressant à observer, au regard de la secousse qu’il a provoqué auprès d’une partie importante de la classe politique, qui a opportunément apporté son soutien<sup>59</sup> au candidat ou en tout cas, une condamnation à la divulgation de ces échanges privés.

---

<sup>57</sup> Rappel : niveau de complexité des références d’un même internet. Voir lexique.

<sup>58</sup> Capacité d’attention, approche client, Microsoft Canada, printemps 2015

<sup>59</sup> La majorité n’a pas eu le monopole du soutien à Benjamin Griveaux lors de cet épisode. A *minima* et comme ce fut souvent le cas, la plupart des responsables politiques ont condamné le procédé de divulgation employé par Piotr Pavlenski, tout en réaffirmant leur attachement au principe de vie privée.



Mème n°7, *Porhub Valentine*, 02 14 H, et mème n°8, *Boss final*, 02 15 G

Dans la plupart des cas, les mèmes ont tourné en dérision la situation elle-même : en général, le fait qu'un responsable politique, une fonction considérée comme noble, voie une part de sa sexualité dévoilée au public. Car Benjamin Griveaux avait été visé par de nombreux mèmes auparavant qui lui avaient imprimé une image d'arrogant dont il peinait à se détacher durant sa campagne municipale parisienne (notamment à l'occasion des propos rapportés à l'égard d'Hugues Renson ou Cédric Villani). Il y a donc une part de politique dans ces mèmes, mais la dérision est tellement forte qu'elle l'étouffe presque, tant la situation est ubuesque car inédite en France.

Parmi les mèmes internet politiques, ce sont ce type de mèmes qui rencontre le plus franc succès. D'abord et sans doute parce qu'il ne clive pas. En insérant une personnalité politique dans la vie quotidienne, on ne place pas un parti, on ne place pas une idéologie, on place une personne. C'est à ce prix que les memeurs parviennent à extraire le politique du politique. L'un d'eux, *yugnat999*, est un pionnier des mèmes, parmi les premiers à intégrer un *neurchi*<sup>6061</sup>, un groupe dédié à la création et à la diffusion de mèmes internet. Il est parvenu à se constituer une vaste audience sur son compte Instagram, en alternant des mèmes politiques et d'autres non. En installant des références politiques côte à côte avec des rappeurs, des personnages d'animation, des animaux, il les insère dans la culture du mème. Et ce faisant, la politique semble plus accessible, à mesure que des responsables politiques apparaissent dans la banalité du quotidien, entre Booba et un chihuahua. Le principe

<sup>60</sup> Un groupe Facebook fermé dédié à la création et à la diffusion de mèmes. Voir lexique.

<sup>61</sup> Le *neurchi de mèmes*, sur Facebook

d'abonnement sur Instagram comme sur Facebook participe de ce processus : les abonnés suivent le *memeur* ou la communauté, et s'habituent au fil des semaines à voir leurs élus figurer dans un mème qui ne les concerne pas, mais les utilisant simplement pour opérer une analogie.

En tout cas, on peut se demander comment une telle idée a autant prospéré. Cela n'existait pas auparavant, pas avec la caricature de presse, pas non plus dans les arts. Avant le mème internet, il n'existait pas d'objet culturel dont l'intérêt principal était d'associer le politique au quotidien. C'est essentiel d'avoir cela en tête pour bien saisir ce qui est à l'oeuvre à travers cette nouveauté. Le mème politique s'est inscrit dans les nouveaux répertoires d'action politique en réponse à ce qui apparaît comme une lacune démocratique. Cette forme a priori dépourvue de politique, qui semble abaisser la fonction ou la banaliser, participe en réalité d'un vaste processus de réappropriation de la politique par les créateurs de mèmes comme par leurs diffuseurs. En France, la politique est plutôt perçue comme noble, même si son image est ternie par l'idée que se font les Français de leur classe politique. Cette noblesse confère au jeu politique une hauteur symbolique, confirmée et renforcée par les institutions de la V<sup>e</sup> République. Dès lors, on reprochera aux responsables politique cette hauteur d'ange ; ils sont perçus comme arrogants et déconnectés par la plupart des Français, ce qui nourrit un sentiment endémique de défiance à l'égard de la classe politique. L'une des réponses qui a émergé a été le mème politique, non pas celui qui conteste, mais celui qui équilibre. Il ne nous semble pas que le présent format abaisse ou qu'il rabaisse nos responsables politiques. Son objet est de rétablir une proximité dans la verticalité, en installant une forme de familiarité. Il ne faut pas se leurrer, car le rapport reste en tout cas vertical, mais nous sommes convaincus que le mème internet politique, dépolitisé en apparence lorsqu'il ne porte pas de message politique, est en réalité un levier afin de replacer le politique plus près du citoyen. C'est en ce sens que nous parlons de réappropriation politique par les citoyens. Le public va ainsi non pas se réapproprier les politiques publiques, mais bien ceux qui les conçoivent, ceux qui façonnent leur quotidien, qu'ils imaginent si loin et dont ils se défient tant. On assiste à une réinjection des responsables politiques dans la vie quotidienne, dont on les pense éloignés. C'est en créant, c'est en consommant, c'est en diffusant que cette réappropriation infuse à travers les esprits, comme un processus, lui-aussi, d'une contre-culture destinée à transformer la société. Ce rééquilibrage agit comme un changement lent mais durable

dans les mentalités. Et puis, manipuler l'image des personnalités politiques est une forme de pouvoir en soi. Le pouvoir d'être capable de les associer à ce que l'on veut constitue une prise de pouvoir par l'individu sur son gouvernant : il ne le subit pas, il le contrôle dans une certaine mesure et le détourne à sa guise. Cette prérogative personnelle, si elle ne semble pas avoir d'enjeu politique direct, peut constituer une étape psychologique inconsciente dans la construction politique de l'individu.

In fine, le même politique n'est donc pas un moyen de mettre la réalité à distance, comme l'avancent avec empressement certains articles<sup>62</sup>, mais bien de rapprocher la politique au plus près des citoyens.

"Hey it's your Uber driver, je suis devant"



When one of your friends tries to pecho ton ex



Mème n°9, *Sortez de prison*, @yugnat 999, 02 14 J, et mème n°10, *Le Serment inviolable*, @yugnat999, 01 24 B

Il y a aussi dans cette catégorie particulière un type de mème plus politisé que les autres : celui qui montre un désintérêt pour la politique, raillant les discussions familiales autour des sujets publics. Il se retrouve de plus en plus dans les pages de mèmes thématiques ou généralistes, qui n'ont pas de rapport annoncé avec la politique. On peut le voir par exemple chez Vogue Turfu, un compte Instagram dédié à des mèmes relatifs à la mode et à la vie parisienne. Sa ligne éditoriale est celle d'un compte glamour, et se détourner de la politique manifeste en soi son éviction de la culture glamour : ici, il s'agit d'une réelle mise à distance de la politique pour se concentrer sur le soi. Un *template* notamment avait prospéré au point de rester

---

<sup>62</sup> DEUNF Emma, *Les neurchis de mèmes, une sous-culture web très politique*, StreetPress, 27 février 2020

aujourd'hui parmi les incontournables de la culture mémétique : “*on va parler politique je peux plus me retenir*” (même n°12, ci-dessous). S'il ridiculise d'abord l'homme qui avait pris le *snap* au départ (on reconnaît une capture d'écran du réseau social Snapchat), l'image virale, lorsqu'elle est reprise, raille souvent n'importe quelle personne qui évoque un sujet politique. Cela illustre donc une forme de rejet de la politique - champ considéré comme institutionnel - qui se veut caractéristique de la contre-culture.



Même n°11, *Solitude politique du turf*, @vogueturfu, hors corpus, et même °12, *Snapolitique*, hors corpus

Contestation et réappropriation sont les deux maîtres mots du même politique français. Ils sont souvent séparés mais sont parfois réunis. Sur le sol français, le même internet hérite donc de cette culture contestataire dont il est l'un des réceptacles, en devenant un instrument des répertoires d'action politique destiné à servir un dessein contre-culturel et/ou partisan. Il est aussi une manière de rapprocher les responsables politiques, en atténuant le piédestal sur lequel on les pense perchés, et en les mettant à hauteur d'homme. Car ce sont bien les responsables politiques qui, nous le verrons, sont au cœur des mêmes politiques français, et ce pour plusieurs raisons. Et puis, des objectifs stratégiques dirigent la main des *memeurs* comme des diffuseurs. Parfois jusque derrière les murs des cabinets politiques.

## B. DES PERSONNALITÉS POLITIQUES AUX IDÉOLOGIES : DES CIBLES MULTIPLES ET STRATÉGIQUES

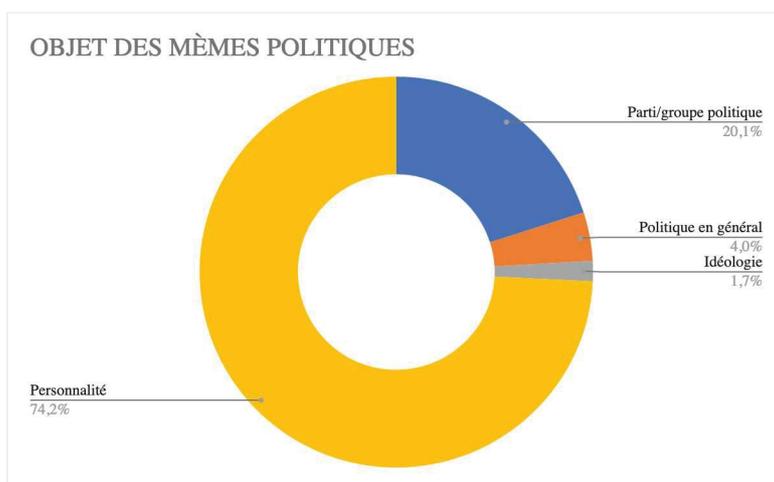
De quoi parlent les mêmes politiques ? S'intéresser à leurs objets c'est vouloir les comprendre, et approcher de plus près d'autres mécanismes structurels qui gouvernent la politique française aujourd'hui. Des organisations, des gens, des idéologies, un système : tous seront pris pour cibles par une culture mémétique française qui n'est pas tendre avec la politique, et qui semble se refuser à faire les louanges de quoi que ce soit. La dérision et la raillerie imprèneront alors l'immense majorité de notre corpus et, nous en sommes convaincus, l'essentiel des mêmes politiques français.



Même n°13, *Fiscally Spies*, hors corpus

## 1. Les responsables politiques, cibles favorites des *memeurs*

Sans détour, ce sont les personnalités politiques qui se retrouvent sous les feux des mèmes politiques que nous avons analysés. Ils et elles sont le principal objet de préoccupation des créateurs de mèmes.



**GRAPHIQUE 5.** Sur l'ensemble des mèmes analysés (299),

- 222 ont pour objet une personnalité politique (74,2%)
- 5 ont pour objet une idéologie (1,7%)
- 12 ont pour objet la politique en général (4%)
- 60 ont pour objet un parti ou groupe politique, parfois un groupe social (20,1%)

Le graphique n° 5 est très éloquent et met en évidence la prépondérance des personnalités politiques dans les objets choisis pour les mèmes politiques. Cela recoupe bien sûr plusieurs réalités : il peut s'agir de mèmes contestataires ou de mèmes "dépolitisés". En tout cas, les mèmes politiques montrent principalement des gens. C'est loin d'être un hasard, et ce pour quatre raisons.

1. D'abord, créer des mèmes sur des responsables politiques plutôt que sur des idées, plus abstraites, ou des partis, répond à un besoin d'humaniser la politique. L'action politique est complexe à mettre en mème. D'abord parce que les réformes elles-mêmes sont souvent difficilement appréhendées par les citoyens, lorsqu'il s'agit de l'action du gouvernement notamment (nous n'évoquerons pas des propositions de loi non soutenues par l'exécutif, qui ne bénéficient d'aucune visibilité pour les citoyens, sous toutes les mandatures).

La technicité toujours plus poussée de la politique française nourrit un désir d'humaniser la politique. Même si l'ambition de clarté est prônée par le président de la République. Déjà en 2004, une note du Sénat insistait sur le fait qu'il faille "accroître la lisibilité de l'action de l'État"<sup>63</sup>. Cette faible clarté de l'action publique appelle donc une nécessaire humanisation, qui se retrouve dans la plupart des mêmes politiques.

2. Ensuite, le choix de nombreuses personnalités répond à la logique de réappropriation que nous évoquions ci-avant. Faire figurer des gens dans les mêmes, c'est réinstaurer une forme de proximité dans la politique. Il s'agit de recréer de l'équilibre par un moyen d'expression horizontal et démocratique, qui en critiquant et en raillant, va replacer le politique à hauteur d'homme, non loin de préoccupations triviales et au coeur de la banalité du quotidien.
3. En France, il existe un important pouvoir d'incarnation des responsables politiques. Notre vie politique est hyperpersonnalisée : une personne peut incarner quasiment à elle seule la ligne d'un parti ou d'une coalition. Si cela met en exergue le manque d'horizontalité dans la vie politique, cela démontre surtout l'importance de l'individu en politique, et pour aller plus loin, du chef. Cela tient aussi à ce que la France est un pays centralisé, hiérarchisé et rompu à cette figure du chef, tout en conservant un esprit contestataire afin de contrebalancer ce paradigme. En tout cas, on peut aisément attribuer une politique à un homme ou une femme, plutôt qu'à un parti, qu'à une majorité. Le gouvernement veut une réforme des retraites : ce sont Emmanuel Macron ou Edouard Philippe qui sont tenus pour responsables et visés, alors que la plupart des députés LaREM ou même des oppositions et des syndicats qui souhaitaient une refonte systémique passeront entre les mailles du filet. En France, il faut de l'incarnation à une politique pour lui donner du corps, et une réelle impulsion politique ; elle "*n'imprimera*" pas si elle n'est pas associée à une figure politique. Ce n'est pas pour rien si on donne des noms aux lois ; cela rend l'action politique un peu plus lisible ou en tout cas, identifiable. De cette même manière, il faut une figure à un même politique pour lui donner de la

---

<sup>63</sup> ARTHUIS Jean, MARINI Philippe, *Rapport d'information sur la mise en œuvre de la loi organique du 1er août 2001 relative aux lois de finances*, II. Accroître la lisibilité de l'action de l'État, Sénat, 5 mai 2004

consistance, et invoquer du même coup les références qui y sont associées. Il ne semble pas abusif d'avancer que les figures politiques qui incarnent le mieux leur mouvance, et qui seront les plus ciblées, sont Jean-Luc Mélenchon, Emmanuel Macron (et non pas Stanislas Guerini) et Marine Le Pen. Olivier Faure ou Christian Jacob y échouent, tandis que Yannick Jadot, malgré sa rivalité avec Julien Bayou (secrétaire national) ou Eric Piolle, parvient le mieux à incarner, pour le moment, les Verts.

4. Enfin, les êtres vivants disposent du monopole de l'expression faciale ou corporelle, alors que les partis, les idées, sont condamnés à une abstraction plus importante. Ce sont à la fois ces expressions et cette kinésie qui rendent un personnage mémétique, à l'aune desquelles on va juger son potentiel à la fois de viralité et de *remix*, et qui va présider au choix des *memeurs*.

Etat-major des armées : "Ne seront pas conscrits pour la prochaine guerre les attardés mentaux"

Moi au test psychologique:



Etat-major des armées: "Ne seront pas conscrits pour la prochaine guerre les attardés mentaux"

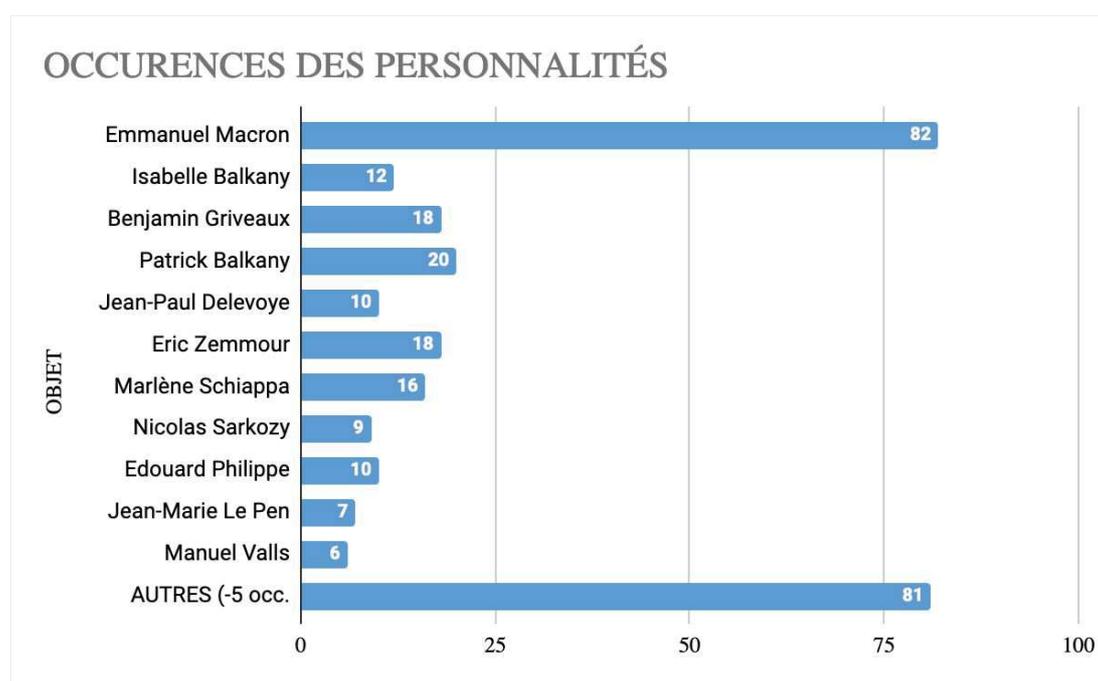
Moi au test psychologique:



Même n°14, *Soldat Schiappa*, 01 03 A, et même n°15, *Soldat Morano*, 01 04 A

En leur temps, le *Bébête Show* mais surtout les *Guignols de l'Info* avaient consacré cette hyperpersonnalisation de la politique. En réalité, on la retrouve dans l'intégralité de notre paysage médiatique, où les journalistes ont pris l'habitude d'attribuer l'action publique à des personnes plutôt qu'à des mouvements. A l'exception notable du gouvernement, dont la primauté perdure parfois malgré le cannibalisme nominatif dont il est victime par le président de la République et le Premier ministre, et qui reste à ce titre un pilier central d'un point de vue médiatique. Après tout, "il détermine et conduit la politique de la nation", pour paraphraser la Constitution actuelle. L'évolution du paysage médiatique français, qu'on le déplore ou non, a remis le politique sur le ring, que ce soit avec des entretiens plus intimes ("*Une ambition intime*", couvertures de

*Paris Match*” notamment) ou des clashes provoqués et maîtrisés, ce qui a donné l’expression désormais consacrée de politique-spectacle. Cela a développé une forme de familiarité, une expression plus permissive à l’égard des responsables politiques. Cette prise de liberté se retrouve clairement dans les mêmes internet politiques. Dans les mêmes n°14 et n°15, le message - similaire - insinue clairement que Marlène Schiappa et Nadine Morano sont inaptes psychologiquement à entrer dans l’armée, car considérées comme stupides. Sous prétexte d’enjoindre le public à passer pour inapte, il critique gratuitement les deux femmes sur leur intelligence. On peut déjà y voir une forme de sexisme car, la *caption*<sup>64</sup> ayant été reprise, elle n’a été utilisée que pour des femmes. Mais surtout, l’invective se fait violente, d’une familiarité peu élogieuse envers une ministre et une députée européenne, élue de la nation. Il s’agit moins d’une critique politique que d’une critique personnelle ; là réside le risque de cette hyperpersonnalisation qui offre jusqu’aux spectacles de permanences vandalisées ou d’entrées par effraction dans des résidences privées.



<sup>64</sup> Voir lexique.

**GRAPHIQUE 6<sup>65</sup>.** Sur les 222 mèmes concernant des personnalités,

- 82 concernent Emmanuel Macron (36,9%)
- 20 concernent Patrick Balkany (9%)
- 18 concernent Eric Zemmour (8,1%)
- 18 concernent Benjamin Griveaux (8,1%)
- 16 concernent Marlène Schiappa (7,2%), etc.

C'est Emmanuel Macron qui est, et de loin, la personnalité la plus ciblée par les mèmes politiques que nous avons recueillis. Cela semble normal ; en tant que président de la République, il est le chef de l'Etat ainsi que le responsable politique le plus connu des Français. Aucun responsable politique n'égale sa notoriété, exception faite des anciens présidents de la République. Il incarne l'autorité de l'Etat et avec elle, la verticalité des institutions. Il concentre donc la contestation à la fois contre le système politique mais aussi contre le gouvernement, dont il impulse la politique et les réformes. Personnalité inaccessible par excellence, il est la principale cible des mèmes de réappropriation politique.



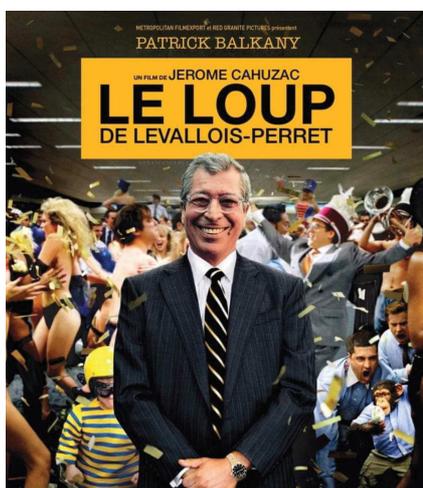
Mème n°16, *Éclaté au sol*, 01 17 B

Seconde personnalité la plus citée par les mèmes politiques du corpus, Patrick Balkany est une des cibles favorites des *memeurs* français. Ses nombreux démêlés

---

<sup>65</sup> Note importante : ces chiffres sont en cumulé, car certains mèmes font apparaître plusieurs personnalités. Marlène Schiappa et Eric Zemmour sont notamment apparus conjointement à maintes reprises.

avec la justice l'ont rendu tristement célèbre auprès des Français. Avec Isabelle Balkany, leur couverture médiatique intense leur permet d'avoir une couverture mémétique importante. Les époux Balkany ont notamment été condamnés pendant la période étudiée, où Patrick Balkany a été incarcéré puis remis en liberté pour raisons de santé, ce qui a alimenté une nouvelle vague de mèmes (même n°18). En tout cas, Patrick Balkany, figure dans 19 des 31 mèmes labellisés "Corruption et justice", se confirmant comme une icône incontournable de la fraude fiscale en France (mèmes n°13 et 17). Isabelle Balkany, quant-à elle, s'est illustrée elle aussi par ses ennuis judiciaires, mais également par l'épisode de "Bol de riz", surnom par lequel elle affublait l'un de ses collaborateurs, qui a provoqué un tollé lorsque l'information est devenue publique (voir même en couverture de la partie III).



Me leaving school because I played sick à l'infirmerie



Mème n°17, *Le loup de Levallois-Perret*, 02 16 A,  
et mème n°18, *Sortie de l'infirmerie*, 02 12 C

Sans revenir sur chaque personnalité, la plupart sont très couvertes par les mèmes internet lorsqu'elle font l'actualité, confirmant la dimension événementielle des mèmes (*Griveaux Gate* pour Benjamin Griveaux, débat *CNEWS* pour Eric Zemmour et Marlène Schiappa). D'autres, au poids politique plus important, continuent d'apparaître avec constance ; c'est le cas d'Emmanuel Macron, de Nicolas Sarkozy, de Marine et Jean-Marie Le Pen. Leur place pérenne dans le paysage politique les rend d'autant plus identifiables par les jeunes générations. Les personnalités de gauche se distinguent par leur absence du haut du classement. Nous verrons plus avant qu'elles n'y perdent pas pour autant.



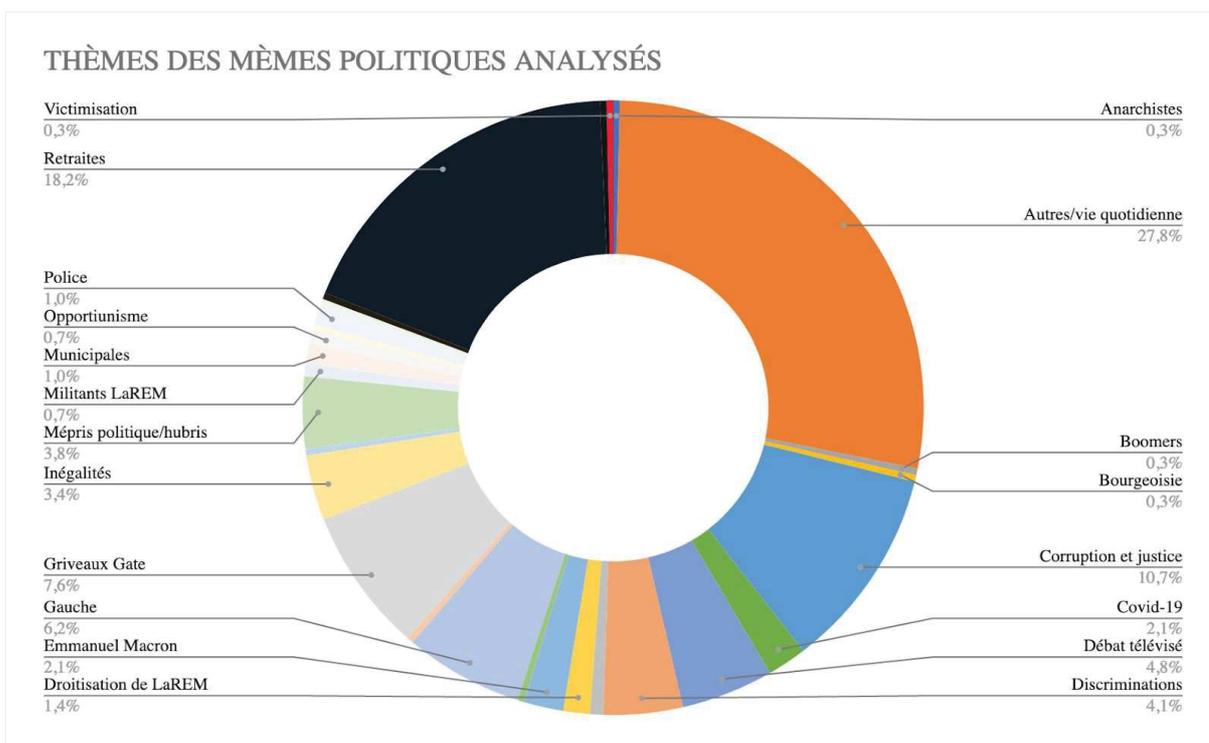
Mème n°19, *Fashion Wauquiez*, février 2018, *hors corpus*

Par ailleurs, les personnalités sont les seules à concentrer les reproches d'une vie politique *ringarde*, à l'exception du Parti Socialiste ; les Républicains parviennent à échapper à cet écueil. Ce n'est pas le cas de leurs élus, comme le montre par exemple le même n°19, où Marc Beaugé, entre-autres chroniqueur au *Monde*, épingle en bonne et dûe forme le *look* (la tenue et l'attitude) de Laurent Wauquiez, sur une photo datée, ressortie opportunément en février 2018. Ce même atteste vraisemblablement d'une attaque *ad hominem*, contre son style et contre la personne, doublée d'une attaque politique. La série de mèmes attaquait également Christophe Castaner et Gérard Collomb sur leurs fautes de goût. Nous le confirmerons dans notre troisième partie, le même internet est bel et bien élitiste.

Pour autant, les responsables politiques, s'ils sont les premiers concernés par les mèmes politiques, ne sont pas les seuls. D'autres objectifs se dessinent pour ces images turbulentes, envers les partis, envers des groupes autonomes. Envers des idéologies. Une autre question intrigue certainement depuis l'ouverture de ce document : les forces politiques institutionnelles elles-mêmes sont-elles à l'oeuvre derrière les mèmes internet ? Des combats se jouent derrière les images, en tous temps et en tous lieux. Le même internet n'échappe pas à cette règle immuable.

## 2. Des images au service de luttes politiques et idéologiques

Rire du politique semble être une passion française, à travers tous les médias à disposition. Elle n'a jamais été innocente, en prenant toujours soin de sembler l'être. La recherche notamment française s'est penchée sur le rire en politique, ce qu'il montre et ce qu'il cache (notamment Michel Foucault, Marlène Coulomb Gully, Arnaud Mercier). Le même internet en est l'un des instruments. En se politisant, il sert des intérêts stratégiques, parfois de manière peu consciente. Ses créateurs vont s'en servir comme d'une arme culturelle contre des groupes rivaux ou des idéologies concurrentes. Nous verrons que cet instrument semble revêtir une coloration politique principale, même s'il est loin d'être l'apanage d'un groupe ou d'un parti.



**GRAPHIQUE 7.** Parmi les 299 mèmes analysés,

- 81 (27,8%) évoquaient le thème “vie quotidienne”
- 53 (18,2%) évoquaient le thème “retraites”
- 31 (10,7%) évoquaient le thème “corruption et justice”, etc.

La production des mèmes politiques est soumise à l'actualité. Car c'est cette actualité qui conditionne leur viralité et leur puissance, les producteurs de mèmes le savent.

C'est ainsi qu'on peut déceler des cycles, des périodes intenses qui voient se créer une profusion de mèmes sur un sujet en particulier. Ainsi se crée une pression mémétique, dont l'intensité s'abat sur la cible au coeur du typhon. La réforme des retraites a été le thème le plus prolifique, qui a concentré 18,2% des mèmes, suivi par le thème "corruption et justice" réactivé par la condamnation des époux Balkany mais aussi par celle de Carlos Ghosn, suivie de son évasion. Les inégalités, les discriminations, ainsi que le mépris politique semblent faire l'objet d'un intérêt puissant de la part des créateurs de mèmes. La vie quotidienne occupe une place à part, à la fois en tant que thème et catégorie. Faut-il voir dans les thèmes les plus abordés, de nouvelles préoccupations pour les jeunes Français ? Loin du duo de tête traditionnel "emploi" et "sécurité", ces thèmes interrogent le rapport à la politique. Nous croyons qu'ils ne sont pas représentatifs des préoccupations pérennes de cette génération, une conviction renforcée notamment par l'absence de l'écologie ou la très faible part de la police, qui sont deux domaines sur lesquels elle s'exprime particulièrement. En tout cas, certains phénomènes ont concentré une part importante de mèmes dans un laps de temps très court, déséquilibrant une vision globale de la période ; il s'agit surtout du Griveaux Gate, ainsi que du débat télévisé sur CNEWS entre Eric Zemmour et Marlène Schiappa, et dont les mèmes proviennent quasi exclusivement d'un seul groupe Facebook (le *neurchi de Zemmour - NDZ*).

	<b>Quantité de mèmes</b>	
Proximité partisane	Parti/groupe politique	Personnalités politiques
Total gauche radicale	11	11
Total gauche	8	17
Total centre	27	166
Total droite	3	55
Total droite radicale	1	33

### Tableau n°1 : Proximité partisane des cibles des mêmes analysés

Sur le total des mêmes analysés,

- 166 ont pour objet des personnalités politiques issues du centre,
- 11 ont pour objet des partis ou groupes politiques de gauche radicale, etc.

Le tableau met en évidence trois phénomènes intéressants

1. On attaque plutôt les mouvements de gauche que les personnalités de gauche.
2. On attaque plutôt les personnalités de droite plutôt que les mouvements de droite.
3. On attaque dans tous les cas et en majorité le centre.

Les mêmes ayant pour objet les partis et groupes politiques de gauche tentent pour la plupart de défendre une idéologie ou d'en condamner une autre. Il s'agit pour les *memeurs* de faire peser leur courant au sein de leur mouvance politique, un phénomène observable surtout chez les communistes (voir mêmes n°20 et 21). Il tient à la vigueur du débat interne propre à la gauche en France, qui est devenu une tradition. On ne retrouve pas ce débat de l'autre côté de l'échiquier politique, dans la majorité d'abord, mais aussi chez les Républicains : la présence de sensibilités est acceptée, mais elles ne dialoguent pas entre elles. Ce qui a d'ailleurs provoqué une fuite importante des membres chez LR, qui a connu des pics notamment avec les départs de Jean-Pierre Raffarin et de Valérie Pécresse<sup>66</sup>. Chez LaREM, s'il n'y a pas eu de départ retentissants, la majorité continue de s'effriter. On pourrait penser que le même allait profiter de cette faille pour porter le débat d'idées interne, mais c'est ici surtout la culture politique de leurs créateurs qui provoque une forme d'autocensure, par habitude. Et dans les mêmes politiques, on ne parle pas ou peu des personnalités de gauche car elles parviennent moins à s'imposer sur l'échiquier politique que leurs homologues de droite. Les responsables politiques de gauche qui aujourd'hui sont les plus connus sont ceux qui se sont mis en retrait de la vie politique (Christiane Taubira, François Hollande, Ségolène Royal, Arnaud Montebourg) à l'exception de Jean-Luc Mélenchon, tandis que les personnalités de droite impriment mieux (Nicolas Sarkozy, Patrick Balkany, Nadine Morano), sans que ce soit tout à fait pour leur politique - parfois pour leurs apparitions télévisées ou même leurs démêlés judiciaires. Enfin, le

---

<sup>66</sup> "Le parti est cadenassé de l'intérieur, dans son organisation et dans ses idées". SULZER Alexandre, Valérie Pécresse quitte le radeau LR, Le Parisien, 5 juin 2019

centre est bien plus attaqué, que ce soit ses responsables politiques ou le groupe qu'il représente, car il renferme la majorité gouvernementale. Il demeure l'évident épicerie de la contestation, notamment en cet épisode de réforme du système de retraites.



Même n°20, *Morsure du PCF*, 02 17 B et même n°21, *Lutte internationale*, 02 14 O

Au final, que fait le mème à la politique ? Comment influe-t-il sur les opinions à court, moyen et long terme ? Bien sage est celui qui saura donner une réponse étayée à cette question, qui pénètre amplement les frontières de la psychosociologie politique et qui nécessite elle-même une étude poussée. Nous croyons toutefois pouvoir apporter certains éléments de réponse.

1. Le mème internet entend abaisser la politique, l'entraîner au niveau d'internet pour la rendre plus accessible symboliquement, et créer du même coup un espace de débat. Perçue comme noble, on pourrait penser que le mème internet vide de la politique de son sens en la simplifiant à l'extrême. C'est le cas si on prend le mème internet comme unité individuelle, selon la définition qu'en fait Dawkins. Nous croyons davantage en la définition de Limor Shifman, qui dispose que le mème internet est déjà un groupe constitué d'unités qui se nourrissent les unes des autres. Ainsi, ce système enrichi offre un nouveau niveau de lecture, qui donne à voir la représentation du politique prise dans un système culturel entièrement mis en ligne. La politique telle que traditionnellement conçue perd de son sens pour en récupérer par la suite,

avec la création, le remix, et l'apport de références opéré dans le processus mémétique.

2. Le même internet peut également orienter la perception d'un événement, et être utilisé pour opérer un *rebranding* politique. Lors du *Griveaux Gate*, la déferlante de mêmes internet a permis de recentrer le débat (sur la protection de la vie privée) tout en dépolitisant ce qui s'était produit, en le déviant vers des thèmes relevant du divertissement. L'affaire aurait pu être politisée à l'extrême, la vague de mêmes et la dérision qui en a découlé ont rendu la situation politiquement plus sécurisée pour LaRem puisque Benjamin Griveaux, après avoir brièvement été le mari adultère hypocrite car pariant sur les thèmes familiaux durant sa campagne, a gagné avec le concours du *rebranding* mémétique un statut de victime (les mêmes ont joué un rôle d'accélérateur, par leur viralité). Une autre figure politique qui use du *rebranding mémétique* de manière bien plus volontaire est Patrick Balkany, et par extension, les époux Balkany, puisque Isabelle Balkany semble avoir bien compris l'intérêt d'une telle opération. Il y a dix ans, les Balkany traînent une réputation ternie par des signalements et instructions autour de détournements de fonds, ce qui leur offre une notoriété négative auprès du public national. A force d'être tournés en dérision au fil de leurs démêlés avec la justice, on finit par rire d'eux comme les époux corrompus, mais pas condamnés. La quantité de mêmes à leur sujet au fil des années étant l'une des plus importantes parmi l'ensemble des personnalités politiques, la dérision continue finit par leur faire gagner une quasi-sympathie. Ils mettent en scène leur vie familiale, et les larges sourires de Patrick Balkany offrent des templates aux *memeurs* sur un plateau d'argent. Ce processus ne leur offre pas une amnistie de la part d'une partie du public, mais une *tolérance* créée par l'habitude, qui est parfois empreinte d'une sympathie. Cela tient également à la vaste opération de victimisation lancée depuis plusieurs années et qui atteint son paroxysme à travers les propos répétés d'Isabelle Balkany sur les réseaux sociaux. D'ailleurs, le processus leur a offert une dépolitisation importante, alors même que Patrick Balkany a été l'un des cofondateurs et piliers du RPR. Lorsqu'on fait les comptes, il a bien acquis le statut de personnalité hypermémétique, se plaçant en deuxième position derrière Emmanuel Macron.

3. A travers le même internet, la répétition permet de familiariser une personnalité, de l'intégrer dans une proximité imaginée. Les expressions incongrues de Jean-Luc Mélenchon comme ses discours véhéments le rendent spectaculaire et donc mémétique. Il s'adresse beaucoup aux jeunes générations à la fois pendant la dernière campagne présidentielle, qui lui a durablement imprimé une réputation de responsable politique *cool* et compréhensif de la jeunesse<sup>67</sup> (thèmes de campagne, positions sur le cannabis, ton des supports de communication et bien sûr, hologrammes) mais aussi pendant les premiers temps du quinquennat Macron, où il a fait preuve d'une grande maîtrise de son image auprès du jeune public. Parce qu'il a choisi de ne pas infantiliser la jeunesse ni de l'accuser d'oisiveté ou encore de délinquance, il parvient à obtenir la bienveillance d'une partie d'entre-eux. Comme nous l'avons vu, gagner de la bienveillance est loin d'être acquis ni même facile dans une culture contestataire comme celle de la France. Dès lors, entouré d'équipes rompues à la culture internet qui vont jusqu'à organiser des débats sur le réseau social de streaming/gaming *Twitch* (avec le format "*Twitchons*"), Jean-Luc Mélenchon est devenu l'homme politique peut-être le plus proche actuellement de cette jeune génération, et ce alors qu'il approche les 70 ans. S'intégrer à la culture du même de manière positive en se montrant excessivement bienveillant vis à vis de la jeunesse lui a apporté familiarité et popularité. En cela, sa marque politique s'approche de celle de Bernie Sanders, outre-Atlantique.
4. Enfin et c'est peut-être le plus important, le même internet s'appuie sur une logique qui reste l'une des plus difficiles à combattre. La raillerie, la moquerie, la dérision : "l'arme la plus puissante de l'homme" selon Alinsky. Lorsqu'il écrit qu'on ne peut y faire face car c'est irrationnel, nous y voyons une justesse absolue. On ne peut combattre le même que par le même : démonter le ridicule par des arguments ne peut qu'accentuer le ridicule, et va de toute manière décrédibiliser l'orateur, qui se met immédiatement hors-jeu en entrant sur le terrain institutionnel de la rhétorique. Ce qui ne veut pas dire que toute rhétorique est inutile, pour peu qu'elle soit subtilement maniée et rendue dans

---

<sup>67</sup> Voir les vidéos notamment du youtubeur Khaled Freak, vues plusieurs millions de fois. Jean-Luc Mélenchon y montre une nouvelle fois sa maîtrise des codes, puisqu'il va jusqu'à commenter ces vidéos, un geste très apprécié par sa communauté. Il prouve sa pleine conscience de sa capacité mémétique.

un autre même. On ne peut pas détruire l'humour, car il permet à l'individu de se rapprocher de la politique, mais surtout, il est un exutoire. Le rire a ceci de commun avec le deuil qu'il condamne l'argumentation. L'intelligence s'incline devant ces émotions trop puissantes pour lui permettre de s'y opposer, à moins que celle-ci se travestisse dans leur langage, sans pour autant se compromettre. Le même ne fait ni le lit de la politique ni celui du débat. Seule la réponse importe ; elle doit être maniée avec un subtil mélange de finesse et de grossièreté, celui dont sont faits les grands mêmes qui deviennent viraux et qui quelquefois, pétrifieront la réplique.

Les responsables politiques, bien avisés par leurs *capteurs*, commencent à comprendre le fonctionnement de cet univers particulier. Si le même est souvent fantasmé comme provenant des équipes politiques et de campagne, cela semble rarement le cas. Même les mêmes issus des bases militantes institutionnelles, notamment des partis "jeunes", semblent aussi peu nombreux que visibles, et leur pouvoir de propagation limité. De toute manière, la culture du même est caractérisée par le refus de l'institutionnel : si un seul détail trahit ce dernier, seul l'attend le ridicule. D'autres leviers existent, moins contrôlables, plus risqués<sup>68</sup>. C'est cette pente que semble avoir discrètement pris Gérald Darmanin durant un moment. Certaines de ses photos, que son équipe publie volontairement (exclusivement sur Instagram), détiennent un fort potentiel mémétique. Durant sa campagne pour la mairie de Tourcoing, plusieurs photos nous conduisent à légitimement nous interroger. La volonté d'imprimer une marque proche des habitants, sans se soucier du ridicule, celle d'un homme simple, accessible, semble au coeur de la création d'un "monsieur tout-le-monde", validant les items de la campagne. Elles ont été publiées à un jour d'intervalle. Nous sommes convaincus que l'équipe de communication a vu dans ces clichés une opportunité d'ériger le ministre et candidat comme un *template* potentiel afin de le viraliser, et de créer une véritable séquence *mémétique*. Depuis, Gérald Darmanin a confirmé une image "d'*homme des territoires*" parlant du terrain au président de la République, et le faisant savoir dans la presse. Si la manoeuvre n'a pas eu le succès *mémétique* espéré, elle témoigne d'une véritable conscience du pouvoir

---

<sup>68</sup> Comme les équipes de Jean-Christophe Cambadélis en ont fait l'expérience. VINOGRADOFF Luc, *De l'intérêt de devenir un même aujourd'hui en politique*, Big Browser, Le Monde, 16 mai 2017

politique des mêmes internet par les équipes du ministre et par lui-même, qui a dû avaliser la publication de ces photos.



Images n°1 et 2, Gérald Darmanin, alors ministre de l'Action et des comptes publics.

Un nouvel exemple nous a frappé, qui sort de notre période d'analyse mais trop précieux pour en être exclus : celui de Jean Castex, le mercredi 26 août 2020 sur France Inter. L'une de ses réactions, d'une étonnante spontanéité, a été reprise en masse le jour même, sur les réseaux sociaux, jusqu'à en devenir un mème. Sur le tweet originel, qui a lancé la viralité de l'image, on peut compter le "j'aime" de Mayada Boulos, la conseillère communication et presse du Premier ministre. La question se pose : cette séquence était-elle prévue ? Quelle que soit la réponse, cette interaction de la part de Mayada Boulos illustre la pleine conscience qu'elle a des enjeux du même internet en politique, et ce alors qu'elle tente de *proximiser* la fonction de Premier ministre à travers sa communication. Et dans cette appropriation progressive<sup>69</sup>, le mème sort de la contre-culture qui l'a vu naître. Avec le risque qu'il s'amarre bientôt à la culture dite légitime, qui le condamnerait à l'abandon de ceux qui l'ont créé.

---

<sup>69</sup> "En tout cas, il y a une disparition des complexes qui faisaient qu'avant, par exemple, quand on était en politique, on prenait des références sérieuses, et inversement, ou que quand on faisait de l'entertainment on n'était pas sérieux." Romain Pigenel, ancien conseiller communication numérique du président François Hollande.  
[https://theconversation.com/video-comment-la-contre-culture-bouscule-les-codes-de-la-communication-128874?utm\\_term=Autofeed&utm\\_medium=Social&utm\\_source=Facebook#Echobox=1576258507](https://theconversation.com/video-comment-la-contre-culture-bouscule-les-codes-de-la-communication-128874?utm_term=Autofeed&utm_medium=Social&utm_source=Facebook#Echobox=1576258507)



Image n°3, Mayada Boulos réagit au même *InterCastex*, août 2020

Les atours innocents du mème internet ne peuvent complètement occulter ses vertus politiques. Elles sont intégrées dans des objectifs stratégiques, parfois pour peser au sein de son mouvement, parfois pour altérer sa marque politique sur le temps long. Les différents effets des mèmes internet ont une incidence non-négligeable sur la construction politique, de manière souvent inconsciente. Après notre période, ils ont rythmé la campagne resserrée des municipales notamment à Paris, où la *Team Abrutis* a joué sur Twitter l'officine du candidat Villani face ou avec *Claire Underwood*, pourfendeuse mémétique de Rachida Dati mais aussi de Benjamin Griveaux puis d'Agnès Buzyn. Des hérauts pseudonymisés sont-ils l'avenir du mème politique ? Ils constituent en tout cas un débouché viable puisque non institutionnels, et avec l'opportunité de se construire une véritable identité politique. In fine, le mème politique semble être plus favorable à la gauche, puisque issu de la contre-culture. La droite, et notamment l'extrême droite, pourraient surprendre alors qu'elles commencent à s'en saisir sérieusement. Les mèmes internet pourraient être des moyens de ramener les peu populaires thèmes de l'immigration et de la sécurité sur le devant de la scène, en contournant par un humour corrosif l'obstacle du "politiquement correct". Les fenêtres d'Overton pourraient grand s'ouvrir. Nous suivrons cette évolution avec le plus grand intérêt.

\*

Étudier la diffusion des mèmes internet est un pari difficile et risqué. Il n'y a pas d'obligation de résultat, pour ce genre d'analyses. Pourtant, l'observation de quelques

mois de mèmes politiques en révèle beaucoup sur les habitudes des internautes, sur ce qui nourrit la création des mèmes, et sur ce qui en découle. Les personnalités politiques sont les principaux objets de ces artefacts numériques, notamment par leur potentiel d'incarnation et car la V<sup>e</sup> République est la république des chefs. La plupart des temps, la politique est sous le feu des critiques, qui résultent d'une forte culture de la contestation dans l'Hexagone. Mais les jeunes Français se sentent également hors du jeu politique ; ils ont manifestement peu envie d'entrer dans celui que leur offrent nos responsables politiques. Ce sentiment nourrit la contre-culture et le désir de proximité, qui débouchent sur des mèmes incongrus associant députés et vie quotidienne. Il s'agit de se réapproprier la politique, qui malgré ses tentatives d'ouverture reste pratiquée par un public homogène et *autorisé*. Pourtant, le public habitué des mèmes politiques est loin d'être un grand public. Et puis, l'essence même de cet instrument numérique en fait un *medium* qui n'est pas accessible à tous. Le mythe d'un outil absolument démocratique et citoyen doit être brisé. Cette promesse a été rompue par ceux-là même qui l'ont créée, lorsqu'ils y ont inséré durablement des ressorts élitistes. Car il est une vérité cruelle qu'il ne faut jamais oublier ; on rit toujours mieux aux côtés de celui qui nous ressemble.

# PARTIE III

## UN ÉLITISTE INSTRUMENT D'EXPRESSION DÉMOCRATIQUE



Un mème internet sur Isabelle Balkany, son collaborateur et les *neurchis*

---

Derrière les mèmes internet, il y a une impulsion créatrice. La même question a animé chaque créateur de mèmes, “pourquoi créer un mème”, puis, “que créer” ? Les réponses à ces deux questions sont loin d’êtres évidentes. Elles supposent de bénéficier d’une intégration efficace à un environnement exigeant, qui requiert une culture numérique importante autant qu’une culture générale développée. Car le mème se nourrit de références multiples qui au fond, rendent son potentiel illimité. Ces différents points font obstacle à la construction du mème internet comme un idéal d’expression démocratique. Nous l’avons vu, n’importe qui peut créer un mème, pour peu qu’il dispose d’un appareil connecté à un réseau internet, que ce soit un téléphone, une tablette ou un ordinateur. Cependant, une fois l’objet créé, il faut l’insérer dans le système. Tous les tuyaux ne mènent pas au même endroit, ni avec la même rapidité. Certains, moins visibles, sont bien plus efficaces pour faire transiter la

matière mémétique. Ce système de plomberie numérique comporte bien des spécificités françaises, et trouve un refuge improbable dans le réseau social Facebook, pourtant à la peine ces dernières années dans l'Hexagone. Il contribue à le tonifier en le maillant plus densément encore, autour de groupes fermés dédiés à la production et à la diffusion de mèmes internet. Et a atteint un point sans précédent pendant notre période d'étude avec l'émergence d'une "Coupe de France du mème", révélatrice d'une volonté de compétition, qui au fond, dessine un besoin de rassemblement. L'objet singulier qu'est le mème internet matérialise au fond un paradoxe entre une démocratie revendiquée et un élitisme occulté. L'équilibre fragile qu'il constitue semble en réalité plus solide qu'il n'y paraît. Et les consommateurs de mèmes, à mesure qu'ils en prennent conscience, ne semblent pas pour autant le rejeter.

A.

## UN COMIQUE EXCLUANT POUR UN PUBLIC EXCLUSIF

Le comique mémétique s'appuie sur des ressorts bien particuliers. Ceux-ci se fondent sur la dialectique tout à la fois entre les mots et les images, qui s'interpellent les uns les autres par ce complexe système de mêmes. Par ailleurs, le public des mêmes internet est tout à fait singulier et parfois loin de l'image d'une jeunesse populaire que l'on s'en fait. Ces deux phénomènes s'inter-alimentent et se renforcent mutuellement, de telle sorte que le même internet ne devienne jamais le moyen d'expression tout à fait démocratique qu'il était promis à être.

### 1. L'exigence référentielle, vecteur d'exclusion en amont de l'intertextualité

Le même internet tout entier repose sur le concept *d'intertextualité*. Ce sont des images qui se parlent, se répètent, s'imitent, tout en multipliant les références à des éléments extérieurs, qu'ils soient d'autres images, des contingences politiques, des courants culturels. Gérard Genette précise les contours de l'intertextualité telle que définie par Julia Kristeva, en ce qu'elle serait "*une relation de coprésence entre deux ou plusieurs textes, c'est-à-dire, eidétiquement et le plus souvent, [...] la présence effective d'un texte dans un autre*"<sup>70</sup>. A l'origine, cette définition vise notamment des oeuvres littéraires, le style et la plume des auteurs. Par la suite, elle sera étendue à des objets plus vastes et trouvera une luxuriante extension dans le domaine de l'image. Le système mémétique, surtout tel que conçu par Limor Shifman en tant que groupe, issu d'une vision holistique, prend pleinement conscience du caractère central que représente l'intertextualité pour les mêmes internet. Ce sont ces références qui lient les images les unes aux autres et qui finissent par tisser une immense toile permettant de situer les mêmes les uns par rapport aux autres, d'évaluer ainsi leur niveau de technicité tout autant que leur proximité avec des idéologies ou des thématiques, par exemple.

---

<sup>70</sup> GENETTE Gérard, *Palimpsestes (La littérature au second degré)*, Paris, Seuil, 1982, collection « Poétique », p. 8.

Ce système de références favorise une cohésion entre les consommateurs de mêmes internet, puisqu'ils partagent les clés de compréhension qui leurs permettent de percevoir le sens derrière les images, qui est loin d'être évident. Mais surtout, la multiplication des références est un facteur d'exclusion d'une partie du public. Pour bien comprendre un mème, il faut d'abord comprendre le contexte dans lequel il s'inscrit, qui est parfois événementiel donc très conjoncturel. Il faut ensuite avoir en tête la nature du comique qui y apparaît. Enfin, la dernière étape consiste à percevoir les références à l'oeuvre dans l'image. Ces trois points font partie intégrante de l'intertextualité caractéristique des mêmes internet. Il suffit d'en avoir manqué une pour n'avoir qu'une compréhension partielle ou erronée du mécanisme mémétique devant soi. C'est d'autant plus vrai lorsqu'il s'agit de mêmes politiques, qui se fondent parfois sur une actualité de niche, peu perceptible par un public large. Cela rappelle les blagues techniques que l'on peut entendre sur des sujets plus pointus comme le style littéraire d'un auteur en particulier, les accords musicaux d'une symphonie ou encore la photographie d'un film. Elles sont d'autant plus amusantes qu'elles excluent un public non-averti, et parce qu'elles satisfont l'estime de soi en mettant en exergue les connaissances qui permettent de distinguer et d'apprécier l'humour qui y est à l'oeuvre. Ce mécanisme peut sembler cruel et altier mais jusqu'ici, est une caractéristique typiquement humaine.

*“Y’a tellement de sortes de memes : les meta, les anti, les littéraires, etc... certains sont compréhensibles que si t’as un certain bagage derrière et que tu comprend la référence à un autre meme ou trend internet.”*

Entretien de *yugnat999* au site *La Frasque Paris*, juillet 2018

Le comique déployé par les mêmes internet repose ainsi sur une double exigence référentielle.

1. La similitude avec les blagues tient d'abord à l'humour déployé dans les mêmes, qui se fonde sur la dérision, dans l'immense majorité des cas. Elle est à l'origine du premier facteur d'exclusion, qui impose au lecteur d'images de disposer des références permettant de décrypter l'image. Il s'agit de la condition *sine qua non* permettant la création d'une connivence entre l'auteur et le lecteur, telle que décrite par Patrick Charaudeau. Cette première exigence

référentielle se retrouve dans le comique déployé dans les blagues, dans les émissions télévisées, dans les journaux, etc. *In fine*, il s'agit d'un dénominateur commun à ces différents types d'humour.

2. En second lieu et pour bien comprendre un mème, il faut disposer de la compréhension à la fois du fonctionnement de cet objet médiatique particulier, de ses ressorts et de son fonctionnement, tout autant que le contexte structurel dans lequel il prend racine. En réalité, la culture du mème requiert une attention à la fois vive, pointue et très soutenue, pour l'appréhender correctement. Car c'est une culture qui est d'abord faite d'éléments culturels iconiques, inclus dans la culture internet. Plus encore que les références dont nous parlons auparavant, ils sont devenus des piliers de cette culture jeune ; ce sont des éléments aussi divers que la série *Friends*, jusqu'à la robe tantôt blanche, tantôt bleue, qui a provoqué de vifs débats à son endroit il y a quelques années. Et puis, cette culture mémétique est faite de rituels, de coutumes propres, qui a développé son propre vocabulaire : la *dankness*, les *OC*, les  $\frac{3}{4}$ , etc (voir image n°4, ci-dessous)<sup>71</sup>. Elle évolue de manière extrêmement rapide. Dès lors qu'on croit avoir acquis des certitudes à son endroit, elle mue pour échapper à l'institutionnalisation. Ce phénomène frappant tient d'abord à son caractère contre-culturel, qui rejette tout caractère institutionnel. Et puis, les créateurs de mèmes tentent toujours d'être "à la pointe" pour citer une conversation que nous avons eue avec l'un d'eux<sup>72</sup>. Par exemple, une *trend* (une tendance, à reprendre un élément mémétique en particulier pour le décliner sous différentes formes et avec différents objets) peut durer trois jours comme trois heures. Dès lors qu'elle aura lassé, qu'elle aura été saisie durablement par ceux que nous pourrions peut-être appeler les "seconds couteaux", elle sera délaissée par les créateurs de premiers plan, qui créent la tendance. Les règles mémétiques sont par ailleurs peu connues par une partie du public appelée les *normies*, considérés comme des consommateurs ou producteurs de mèmes de piètre qualité et dotés d'un humour banal. Tout cela n'est qu'un aperçu des nombreuses règles non-dites qui animent la communauté à l'avant garde de la création de mèmes internet. La plupart ont été écrites sur le *Wiki Neurchi*<sup>73</sup>,

---

<sup>71</sup> Se référer au lexique.

<sup>72</sup> Souhaitant rester anonyme.

<sup>73</sup> [https://neurchi.fandom.com/fr/wiki/Wiki\\_Neurchi](https://neurchi.fandom.com/fr/wiki/Wiki_Neurchi)

mais sont évidemment pour la plupart déjà obsolètes. En tout cas, il est nécessaire de connaître au moins une partie de cet ensemble de règles, inhérentes à la culture du mème, pour tenter de comprendre l'univers dans lequel baignent les mèmes internet et qui les voient s'imprégner de politique.



Image n°4, *Explications mémétiques*, novembre 2019 et mème n°22, *Palaref*, février 2020

Ce comique trouve parfaitement sa place au sein de l'écosystème mémétique. Il y a dans cet humour une caractéristique essentielle, la *connivence*.

*“Le destinataire mis en scène par l’acte humoristique peut être mis en lieu et place de complice ou de victime. Comme complice, il est appelé à entrer en connivence avec le locuteur, énonciateur de l’acte humoristique. Qu’il s’agisse du consommateur d’une publicité, du lecteur d’un journal, de l’auditeur d’une émission de radio ou de l’interlocuteur d’une conversation, il est appelé à partager la vision décalée du monde que propose l’énonciateur, ainsi que le jugement que celui-ci porte sur la cible”*

- CHARAUDEAU Patrick, *Des catégories pour l’humour ?*, in *Questions de communication*, n°10, *Humour et médias. Définition, genres et culture*, 2010

De cet humour de connivence résulte une cohésion non-dite entre les producteurs et les consommateurs de mèmes. De la même manière que la télévision ne se donne pas

à voir seul, elle se donne à voir avec<sup>74</sup>, la consommation des mêmes connecte tout un public. Se crée ainsi une communauté imaginée, qui toute entière sera de connivence avec le consommateur. Mais le mème étant par essence viral, il sera lu par un public extrêmement large, qu'il soit ou non averti aux logiques qui sous-tendent les mèmes. Ce public ne pourra saisir entièrement l'humour qui se déploie sous ses yeux, et cela peut contribuer, lorsqu'il s'agit de mèmes politiques, à rendre la politique encore plus étrangères à leurs yeux. Ce que le politique gagne à s'immiscer dans les mèmes en touchant un public a priori moins averti, il le perd en éloignant d'autres de son aura.

*“L'amusement, quand il n'est pas partagé, apparaît comme une agression, ce que marque nettement un vocabulaire abondant : comique renvoie à ironique puis à moqueur, narquois, sarcastique, railleur. L'ironie n'est plus alors seulement une manière de sous-entendre (détour délocutif) mais une manière d'attaquer (détour perlocutif) en excluant de la connivence ou en masquant la dépréciation. Ironique s'oppose en cela à respectueux, par lequel on revient sur le réseau antonymique du sérieux”*

- CHABANNE Jean-Charles, *Le réseau lexical de l'humour et du comique. La comédie sociale*, Presses universitaires de Vincennes, pp.11-30, 2003

A la lecture de ces mots, une nouvelle fonction du mème nous apparaît plus clairement. L'ironie est un comique particulièrement déployé dans les mèmes internet, mais ici, la citation revêt une portée plus générale, qui peut englober l'essentiel des mèmes internet. En plus de contester ou de créer le rire, le mème est également une manière de faire corps en excluant et plus encore, en attaquant une partie des internautes. Sans que ce soit systématique, une violence symbolique est parfois dissimulée dans les mèmes politiques, de cette manière. Elle est illustrée par la matérialisation de l'incompréhension qui se fait parfois dans les commentaires sous les mèmes (image n°4). Le comique permet de rendre cette violence symbolique acceptable en la travestissant et surtout, en la faisant passer dans un plan secondaire, derrière des visées politiques ou humoristiques. Cette ultime fonction n'est pas, nous le pensons, complètement consciente. Elle s'inscrit dans la logique contre-culturelle du mème internet, et est peut-être inhérente à celle-ci. Parmi les cibles potentielles

---

<sup>74</sup> Voir sur ce sujet la thèse de Clément Combes. COMBES Clément, *La pratique des séries télévisées : une sociologie de l'activité spectatorielle*, Economies et finances, École Nationale Supérieure des Mines de Paris, 2013. p.76

figurent les *normies*, mais surtout un public plus âgé qui inclut les *boomers*. Ainsi attaqué, l'ensemble de ces individus verra sa capacité de réponse pétrifiée, puisque seul le même semble efficace contre le même. Et les nombreux codes requis pour répondre leurs sont de toute manière peu connus, lorsqu'ils sont même perçus. Cela va donc nourrir un vaste phénomène d'autocensure, car ces groupes voient leur droit de réponse considérablement restreint par leurs possibilités d'expression, eux qui ne sont pas familiers de la culture du même.

## **2. Du producteur au consommateur : derrière l'écran, un public souvent privilégié**

Les précédentes lignes s'employaient à analyser ce que sont les mêmes internet politiques, comment ils fonctionnent, dans quels systèmes ils s'inscrivent. Deux éléments essentiels manquent pourtant à l'appel. Les producteurs d'images d'une part, et les consommateurs de l'autre ; ils sont des piliers centraux de l'écosystème mémétique sur internet. C'est par eux et pour eux que sont créés ces artefacts numériques, et sous leur impulsion qu'ils deviennent teintés de politique.

Ces quelques mois d'analyse intensive de la production de mêmes internet ont été riches d'enseignements. Nous pensons avoir cerné des caractéristiques partagées par la communauté des *memeurs* et de leur public. Celles-ci nous conduisent à confirmer l'une de nos hypothèses de départ : le même n'est pas un moyen d'expression tout à fait populaire. En fait, il ne le semble que peu.

La population que nous avons observée notamment sur les *neurthis*, mais pas exclusivement, ne semble représentative ni de la population française, ni véritablement de la jeune génération. Nous y avons vu un public de niche, détenteur d'un capital culturel élevé. Il suffit de jeter un oeil dans les listes pour voir se dérouler une flopée de noms d'écoles ou d'universités. Cette tendance semble être moins prononcée dans les *neurthis* que nous appelons "généralistes". Elle nous paraît s'accroître dans les groupes "thématiques", et atteint son point culminant dans les groupes politiques. A mesure que cela se confirme sur de nombreux groupes, un postulat semble se

dessiner : les membres sont dans leur grande majorité jeunes, plutôt un public étudiant, et à un niveau de diplôme relativement élevé. Dès lors, le public des mêmes internet dispose-t-il statistiquement d'un haut niveau d'instruction ? Nous ne saurions le dire exactement, puisque nous ne disposons pas des outils nécessaires à une telle analyse sociostatistique. Un temps, nous avons été pris d'un doute : le public de ces groupes n'est-il qu'un miroir de la propre réalité de l'observateur ? Ce doute ne sera jamais tout à fait écarté, tant que des outils méthodologiques plus rigoureux ne seront pas portés à notre disposition. Pourtant, la simple observation, toutefois attentive, nous permet d'affirmer que cette tendance semble conforme à la réalité du terrain.

L'observation n'est pas seule à indiquer ce diagnostic. D'abord, nous sommes frappés par la cohérence d'un tel public avec l'essence conceptuelle de la contre-culture telle que définie par Theodore Roszak.

*“Aussi, Roszak décrit la contre-culture comme l'émanation des « enfants de la technocratie », une jeunesse bourgeoise rebelle qui souhaitait rompre avec l'univers bourgeois de leurs parents”*

- BENNETT Andy, *Pour une réévaluation du concept de contre-culture*, revue Volume! n°1, 2012

Si ces quelques lignes sont évidemment empreintes de politique, elles n'en sont pas pour autant inexactes. Le caractère profondément contre-culturel du même internet, notamment politique, donne une impulsion nouvelle à ces mots écrits il y a plus de cinquante ans. Les consommateurs des mêmes internet sont-ils les “*enfants de la technocratie*” tels que les conceptualisait Roszak ? Sans aller jusque là, ce qui semble se dessiner de ce public singulier interpelle. Il ne s'agit en rien des hippies alors désignés par l'auteur. Pourtant, ce niveau d'instruction élevé, tout comme un *pattern* socioéconomique, semblent se confirmer à la lecture des listes de membres, tout autant que des reweets Twitter ou des *likes* Instagram. L'élitisme du comique mémétique peut constituer un indice sur cette voie. Nous n'irons pas plus loin dans nos tentatives de circonscrire un public élitaire pour le même politique. Nous laissons à d'autres, mieux équipés, le soin d'étudier la composition de cette audience singulière.

En tout cas, nous pouvons dessiner les contours d'une population plutôt dominante culturellement, instruite, mais dominée politiquement dans son action politique *stricto sensu*. *De facto*, elle se retrouve davantage dans une action politique *déviante* ou en tout cas non-conventionnelle, nouvelle dans les répertoires d'action politique.

Nous croyons également avoir décelé une autre population, bien moindre, peut-être aussi moins visible. Il s'agit d'individus dotés d'un capital économique moindre, et d'un capital culturel global a priori moindre également. Cependant, elle se retrouve dans la culture du même car les individus qui la composent sont très politisés et bénéficient de repères culturels suffisants pour s'intégrer aux communautés créatrices et consommatrices de mêmes internet. Ils ne sont pas des *normies*, et sont suffisamment conscients de la culture qui s'étend devant eux pour en intégrer les codes, au moins partiellement. Ceux-ci nous paraissent moins actifs dans l'ensemble sur les groupes *mainstream*, c'est-à-dire ceux qui vont regrouper les communautés les plus importantes. A l'inverse, ces individus sont bien plus actifs sur des groupes de surface plus réduite, qu'ils soient thématiques ou politiques. Par exemple, sur des groupes anarchistes ou communistes. La spécialisation des communautés va leur offrir un espace d'expression plus sécurisé afin de faire porter leur voix. Elle leur permet également de consommer des contenus sans doute plus en phase avec leurs goûts, qu'ils soient politiques ou non. Nous ne dirons pas à ce stade qu'ils sont marginalisés par la communauté *mainstream* ; nous pensons plutôt que cette distanciation est choisie. D'une certaine manière, cela illustre le caractère nécessairement protéiforme de la contre-culture. Créée pour échapper à un accaparement imaginé de la culture légitime, la contre-culture ne saurait rester l'apanage de quelques uns, ni se légitimer elle-même. Différents courants se créent et évoluent en son sein. Cette seconde population identifiée pourrait nuancer le constat d'un environnement mémétique élitiste. Pourtant, nous ne pensons pas que cela soit le cas : la conscience politique et mémétique de ces individus semble confirmer leur place dans les catégories parmi les plus instruites de la population française.

Il semble également que le public soit dans son immense majorité masculin. La plupart des memeurs les plus connus sont des hommes (yugnat999, Joe Kovic, marinozememeur, etc.)<sup>75</sup>. Environ 20% de femmes ont intégré le groupe de la Coupe

---

<sup>75</sup> voir plus loin, le "classement des *memelords*."

de France du même, selon StreetPress<sup>76</sup> avançant les chiffres de Facebook. Notre observation prolongée sur un nombre considérable de *neurchis* semble confirmer cette tendance. Par ailleurs, nous pensons que le public des mêmes internet reste majoritairement masculin - peut-être du fait de cet humour parfois excluant - mais ne l'est pas autant que le public de la Coupe de France du même. La spécificité des *neurchis*, groupes fermés, peut constituer une forme d'autocensure pour nombre de femmes qui souhaiteraient y entrer ; c'est aussi ce qui ressort de plusieurs articles de presse sur le sujet. Ainsi, les femmes seraient plus nombreuses à consommer les mêmes internet, notamment en dehors des *neurchis*. Mais *de facto*, la production de ces mêmes leur est moins accessible. Là encore, une étude approfondie de la sociologie des publics du même serait salutaire pour confirmer notre impression.

En somme, la sociologie des producteurs comme des consommateurs nous semble relativement homogène, révélatrice d'un niveau d'instruction élevé de cette population. Le même apparaît davantage comme l'instrument d'une élite intellectuelle pourtant dominée politiquement. Il se rit du politique comme des non-avertis à cette culture extrêmement ritualisée, parfois de manière condescendante. Mais une partie des *memeurs* tente, à l'instar des *premiers de cordée*, de tendre la corde à ceux qui les suivent, en leur faisant profiter de leur propre culture mémétique (cf. image n°4), parfois en faisant part d'un mépris qu'on pourrait presque qualifier de mépris de classe (cf. image n°5, ci-dessous).

---

<sup>76</sup> DEUNF Emma, Les neurchis de mêmes, une sous-culture web très politique, StreetPress, 27 février 2020



Image n°5, définition singulière du *normie* repérée dans les commentaires d'un *neurchi*.

Tout cet univers mémétique prend racine dans les *neurchis*. S'il est impossible de sourcer les mêmes les plus visibles, les plus viraux, nous pensons que ce sont ces groupes fermés qui produisent l'essentiel des mêmes français, ou qui l'ont fait, un temps durant. Depuis, des comptes Instagram toujours plus nombreux et visibles leur emboîtent le pas. Mais l'effervescence des *neurchis* comme leur capacité à rassembler, à unir et à voir s'affronter le public des mêmes internet rend le phénomène qu'ils représentent tout à fait essentiel pour comprendre la culture du même.

## B.

# UNE FABRIQUE DE CONTENUS CLOISONNÉE

La plupart des mèmes internet sont conçus et consommés dans des écosystèmes fermés, qui communiquent pourtant entre eux. Ils concentrent un public plutôt homogène, qui évolue dans cet univers cloisonné. Parfois, des mèmes s'en échappent ; ce sont ceux que nous pourrions découvrir via Twitter, sur des pages Facebook ou bien plus loin sur internet. Durant plusieurs mois et toujours depuis, en collectant notre matériau d'analyse, nous avons exploré environ 80 *neurchis* différents, afin de découvrir les rituels qui leurs sont propres et les spécificités qui les constituent. Aussi, afin de comprendre pourquoi le même politique semblait y prospérer davantage.

### 1. La neurchisphère, vaste écosystème de groupes fermés

Les *neurchis* sont des groupes Facebook fermés, en général consacrés à la production et à la diffusion de mèmes. Ce sont leurs membres qui en parlent le mieux. Dans leurs mèmes comme dans les commentaires, ils semblent prendre plaisir à distiller des clés de compréhension du fonctionnement de ces communautés numériques. Ces groupes ont apparemment commencé à émerger à la suite du premier *neurchi*, le *Neurchi de mèmes*. Il est difficile d'établir une histoire des *neurchis*. Par la suite, ils se sont popularisés et ont essaimé sur Facebook, en se multipliant. L'idée est que le *neurchi* est presque une forme d'institution dédiée au partage de contenus sur un thème particulier, signalé dans le titre. Chaque *neurchi* est ensuite libre d'organiser sa ligne (voir image n°6, ci-dessous), qui sera nécessairement bousculée à travers les publications des membres.



Image n°6, Rubrique “À propos” du *Neurchi de Rouge*, et même n°23, Règle n°34 al 5

L’imagination est la seule limite à la création de *neurchis*. Pour cette raison, il en existe une quantité importante. Un temps, le *Neurchi de neurchi* renfermait une longue liste de tous les *neurchis* explorés par quelques uns des créateurs du document, dont l’objectif était de fournir une liste exhaustive de tous les *neurchis* existants.

*“Il est cependant important de noter que régulièrement, de nouveaux neurchis apparaissent, et d’autres disparaissent. Il existe également de très petits neurchis. De ce fait là, il est difficile de constamment tenir une liste de neurchis à jour.”*

- Préambule de l’article “*Liste des groupes Neurchi*”<sup>77</sup> sur *Wiki Neurchi*

Le *Wiki Neurchi* dispose également d’un “*Répertoire des groupes neurchi*” de plus de 1500 membres avec leurs administrateurs”, créée début 2018, donc un peu datée à l’heure où nous écrivons ces lignes.

<sup>77</sup> [https://neurchi.fandom.com/fr/wiki/Liste\\_des\\_groupes\\_Neurchi](https://neurchi.fandom.com/fr/wiki/Liste_des_groupes_Neurchi)



dans les commentaires partout sur les *neurchis*. Dans cette médiatisation de soi, il y a parfois une volonté de devenir un acteur important des *neurchis*, voire un *memelord*. Au travers des habitudes devenues rituels, le même semble très individualisé ; on peut parfois l'associer à une marque de fabrique reconnaissable, comme les mêmes de *marinozememeur*. Cela peut également être l'expression d'une stratégie politique, dans certains cas, afin de multiplier son pouvoir d'influence.

L'espace d'expression des *neurchis* est délimité par des règles qui sont censées permettre le calme et la sérénité de la vie en communauté (image n°9, plus bas). Pour rejoindre un *neurchi*, qui nous le rappelons est un groupe fermé, ces règles doivent être acceptées. Il faut obligatoirement et sur chacun d'eux, promettre de ne pas user de *tag sauvage* (le fait de mentionner un autre utilisateur de Facebook en commentaire, dans le but de l'interpeller, et en n'ajoutant aucun autre commentaire). La tolérance est également de mise, et il faut souvent montrer patte blanche en assurant ne pas vouloir rejoindre le groupe pour troubler l'ordre établi, ni insulter ses membres, ni pour y montrer quelque haine ou discrimination que ce soit. Chaque *neurchi* est doté de ses propres codes et références. Ces codes sont une synthèse des règles inscrites dans la description du groupe, et de celles, non-dites, qui existent effectivement dans la pratique de la communauté qui le compose. Cela s'est révélé déterminant notamment à l'occasion de la Coupe de France du même.

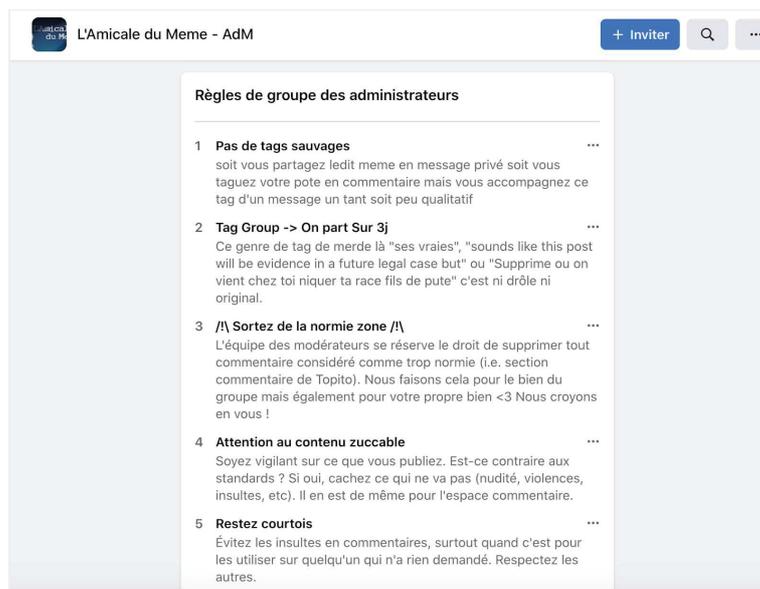


Image n°8, Premières règles de *L'Amicale du Meme - AdM* (17 500 membres)

*“Rejoindre un neurchi, contrairement aux apparences, est assez simple. Il suffit dans un premier temps de demander à y adhérer, et répondre à quelques questions. Les réponses sont soumises aux modérateurs des groupes, qui choisissent de vous accepter ou non. Cette sélection est plus là pour donner l’illusion de faire partie des privilégiés, ou d’être dans un espace restreint et donc sécurisé.”*

- SIGNORET Perrine, *Facebook est-il devenu drôle ? Bienvenue chez les neurchis, ces machines à créer des mèmes*, Numerama, 9 janvier 2019

Pour sortir d’une vision fantasmée des *neurchis* et surtout des mèmes qui y existent, il faut bien comprendre que parmi les *neurchis*, tous ne sont pas dédiés à la production de mèmes ; l’usage les a détournés de cette fonction qui est pourtant l’essence qui a présidé à leur création. Ainsi, le *Neurchi de Commentaires*, l’un des plus importants sur Facebook, est consacré à poster des captures d’écran de commentaires jugés d’intérêt. D’autres, comme le *Neurchi de forceurs* évoqué dans l’article de Numerama<sup>81</sup>, seront des lieux dédiés à la publication de récits, ici relatifs à des faits de harcèlement ou de violences sexuelles. Les *neurchis* dont nous parlons à travers cette partie et

<sup>81</sup> Par ailleurs, nous assurons ne pas avoir été l’un des étudiants interrogés, ayant été nous-mêmes surpris par la coïncidence.

dans notre mémoire tout entier, sont ceux qui accueillent prioritairement des mèmes internet.

Ils sont le refuge privilégié de cette culture du mème. Leur statut de groupe fermés les rend excluants, notamment à l'égard d'un public non-averti. A l'entrée, la succession de questions notamment destinée à détourner les *trolls*<sup>82</sup> peut en rebuter plus d'un et provoquer l'abandon d'une "candidature". Cela n'a pourtant pas que des inconvénients. Au delà de constituer une forme d'entre-soi pour un public manifestement homogène, le *neurchi* joue aussi le rôle d'incubateur. C'est un lieu d'expérimentation du mème. Les créateurs peuvent y poster leurs oeuvres comme dans une bulle, sans se soucier de l'avis du monde extérieur et en se fiant au jugement de leurs pairs, plus *qualifiés* puisque membres du *neurchi*, et ayant franchi une bonne partie des étapes qui les excluent du rang de *normie*. En cela, les mèmes bénéficient ou non d'une avalisation par les membres, avant de se confronter au monde extérieur. Ce processus a notamment été utilisé de manière systématique lors de la Coupe de France du mème, où les mèmes étaient souvent validés démocratiquement dans leur *neurchi* d'origine, sur proposition d'un "champion" lui aussi désigné démocratiquement. Nous sommes convaincus que ce processus n'est qu'un premier tri et que les mèmes qui échouent ou qui sont critiqués en commentaires ne franchissent que peu les frontières de ces groupes fermés. Si le mème réussit le test *in vitro*, dans l'incubateur que constitue le *neurchi*, il a peut-être les atouts pour devenir viral à l'extérieur. Les mèmes internet peuvent également gravir la pyramide des *neurchis*, de cette manière : publiés dans un *neurchi* de niche d'une dizaine de membres, ils peuvent être publiés dans des *neurchis* plus conséquents ensuite jusqu'à atteindre les plus grands *neurchis*. Et en sortir, presque inévitablement, récupérés par une partie de l'immense public qui les constitue. Ce processus d'avalisation des mèmes nous semble essentiel et va imposer les *neurchis* comme institutions de présélection des mèmes qui se diffuseront ensuite partout sur internet, ainsi validés par ces pairs qualifiés. Cela peut sembler paradoxal car le mème internet est par essence viral. Mais en fin de compte, ces groupes répondent surtout à trois besoins.

---

<sup>82</sup> Voir lexique.

1. Un besoin de reconnaissance par les pairs, par le processus que nous venons de citer, mais également par la mise en avant de soi-même que nous avons également évoquée auparavant (notamment s'agissant des *memelords*),
2. Un besoin de dialogue et de confrontation, qui matérialise des conflictualités politiques, sociales ou culturelles ; nous le verrons plus avant,
3. Un besoin de rassemblement, particulièrement visible à l'occasion de la *Coupe de France du même*.

Nous ne pouvons analyser maintenant les *neurchis* sans offrir un paragraphe, même bref, sur la *Coupe de France du même*.

#### **La Coupe de France du même.**

C'est un championnat organisé par une dizaine d'administrateurs issus de plusieurs *neurchis*, centralisé sur un *neurchi* appelé le *Neurchi de Coupe de France du meme* (NdCFM). Créé le 28 décembre 2019, le groupe a réuni très rapidement plus de 50 000 membres, au 12 janvier. Cela a été la première fois qu'une tentative a émergé, en France, pour rassembler un public a priori très dispersé - sur, nous l'avons vu, près d'un millier de *neurchis* différents.

#### **Fonctionnement.**

La *CDFdM* a consisté à faire s'affronter une quarantaine de *neurchis* inscrits par une succession de duels, sur un modèle poules/huitièmes/quarts/demi-finales/finale.

Les membres des *neurchis* inscrits désignent d'abord leurs champions, en interne (sur leur groupe), qui les représentera pendant la Coupe. Ils sont chargés de créer les mèmes qui seront utilisés pendant les duels. Les mèmes doivent obligatoirement utiliser un *template* imposé par les administrateurs du *NdCDFdM*. Ces duels sont programmés entre deux *neurchis*, et ont lieu sur le *neurchi de Coupe de France du meme*. Ils consistent à faire s'affronter deux mèmes issus de *neurchis* opposés pour l'occasion : les membres du *NdCDFdM* pourront réagir d'une certaine manière (avec des emojis), sachant qu'un emoji sera considéré comme un vote pour un groupe (précisé lors du duel). Le duel, d'une durée déterminée, voit la victoire du *neurchi* qui a obtenu le plus de réactions (emojis) pour son mème, aux termes d'une période d'un jour. Basé sur le vote populaire, ce mode de scrutin a pu favoriser les plus gros *neurchis*, en dépit de l'anonymisation des mèmes pendant le duel.

Voir en image n°9 un exemple de duel, qui a vu la victoire écrasante du *Neurchi de Kaamelott* grâce à l'association du *Seigneur des Anneaux* (le *template* imposé), de Patrick Balkany<sup>83</sup> et de la fraude fiscale, permise par l'homonymie des répliques ("*Frodon*" / "*Fraudons*").



Image n°9, Demi-finale NdCDFdM, 22 février 2020

La Coupe a agi comme un catalyseur, permettant au public inscrit de découvrir d'autres *neurchis*, d'autres sous-cultures mémétiques, et aussi, probablement, d'en parler autour de soi. L'audience globale des *neurchis* a bondi à partir de ce moment. Pour les *neurchis* et pour le même en France, il y a un avant et un après la *Coupe du France du même*. Car elle a permis de diffuser la culture du même avec une ampleur inédite et parfois, de faire sauter une partie des barrières à l'entrée en passant par le "bouche à oreille". D'autre part, elle a vu s'affronter des communautés entières unies derrière des mêmes, déterminées à faire gagner leur champion par leurs réactions.

*"La Coupe de France du meme n'a même pas encore officiellement débuté qu'elle incarne déjà à merveille l'année 2020, réussissant la prouesse d'être à*

<sup>83</sup> En plus d'exprimer une victoire du *neurchi* et donc un talent mémétique reconnu, ce duel confirme que Patrick Balkany est une figure mémétique majeure, durablement ancrée dans la culture du même comme icône de la fraude fiscale.

*la fois un lieu de rencontres et de dissensions, un espace où s'échangent à intervalle réguliers des discours bienveillants et du shitpost à ne plus savoir qu'en faire. Bref, internet"*

- TURCAN Marie, *La Coupe de France la plus importante a lieu en ce moment sur Facebook (et on ne parle pas de foot)*, Numerama, 12 janvier 2020

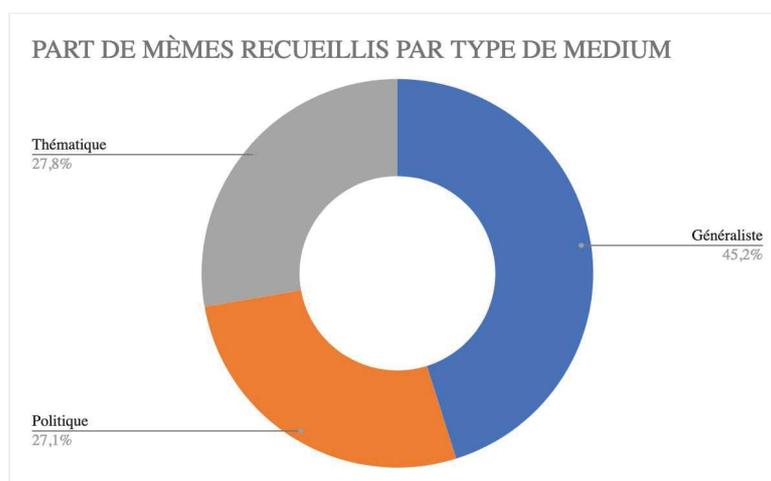
Le phénomène qu'a été la Coupe de France du même a amplifié les processus déjà à l'oeuvre dans les *neurchis*. Ils sont des lieux privilégiés pour le dialogue, voire le débat, voire le *combat*. Ils constituent une arène protégée des regards extérieurs et de l'afflux des *normies* comme des *boomers* ; une *safe place* où pourront s'affronter des courants politiques différents.

## **2. Le *neurchi*, une nouvelle arène politique ?**

Deux expressions sont indissociables des *neurchis*, où l'on ne peut les éviter : *left cant meme* et *right cant meme*. Leur omniprésence matérialise le théâtre politique que deviennent parfois ces groupes Facebook. D'ailleurs, ce sont plutôt parfois des oppositions de groupe plutôt que d'idéologies. De quoi le *neurchi* est-il le nom ? De communautés fermées, élitistes ; de groupes comiques tout entiers voués à la dérision ; ou d'assemblées citoyennes 2.0 ? D'une certaine manière, c'est un peu tout cela à la fois.

La politique est souvent censée s'arrêter là où commence le *neurchi*, en général, à l'exception des *neurchis* politiques, qui l'ont pour vocation. Certains *neurchis* inscrivent dans les règles acceptées pour entrer, le principe d'interdiction de débats politiques. Souvent, cette restriction qui conditionne l'accès au groupe est justifiée par la volonté de conserver un espace calme et bienveillant, volontiers ironique et impertinent, mais loin de toute agitation. Dès le départ, la politique est perçue comme un potentiel trouble à l'ordre public du groupe. Dans les faits, ces règles sont rapidement oubliées et très peu respectées. Les sujets politiques finissent toujours par s'insérer d'une manière ou d'une autre dans les mêmes publiés ou dans les commentaires.

Lors de notre observation, nous nous sommes demandé quels types de *medium* étaient les plus prolifiques en termes de création de mèmes politiques. La limite de ce travail est qu'il ne prend pas en compte la part de ces groupes rapportée à la population totale présente sur chaque groupe, pour avoir une idée plus précise de l'exposition des internautes aux mèmes politiques et par quels canaux. Par ailleurs, certains mèmes analysés proviennent de pages Facebook ou Instagram (respectivement 46 et 77 mèmes ; 175 proviennent de *neurthis*), une multiplicité des canaux qu'il faut prendre en compte dans notre lecture de la situation.

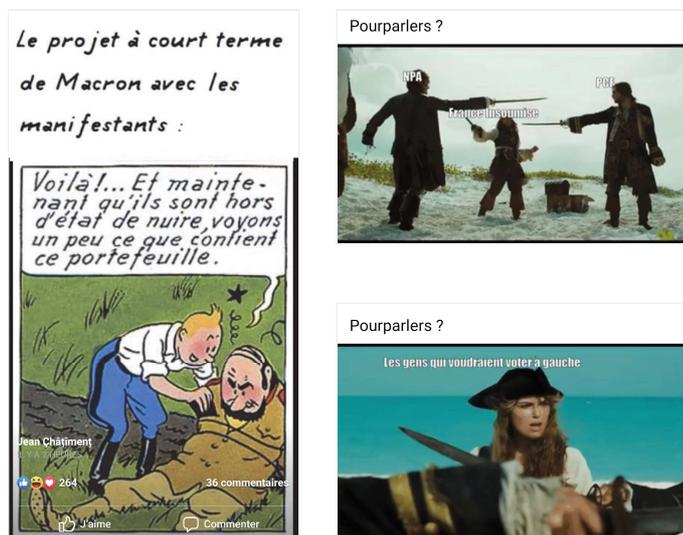


**GRAPHIQUE 8.** Sur 299 mèmes analysés,

- 135 proviennent de *mediums* généralistes (45,2%)
- 81 proviennent de *mediums* politiques (27,1%)
- 83 proviennent de *mediums* thématiques (27,8%)

Ce graphique met en évidence une situation plutôt équilibrée, même si les *mediums* généralistes semblent produire plus de mèmes internet politiques ; cela tient à ce qu'ils sont le réceptacle immédiat de l'actualité et ne nécessitent pas d'adaptation particulière à un thème. Les mèmes politiques de ces groupes sont donc "plus faciles" à produire, et demandent moins d'efforts. Cela confirme une hypothèse que nous avons émise pendant notre observation ; les *neurthis* politiques sont loin d'avoir le monopole des mèmes politiques et, nous le voyons, ils sont en minorité par rapport aux autres. Même les *neurthis* thématiques ont largement récupéré des sujets politiques dans les mèmes qu'ils accueillent. Les mèmeurs des *neurthis* de Tintin ou encore de Pirates des Caraïbes n'ont aucun mal à se saisir du politique pour l'insérer dans leurs créations

(voir mêmes n° 24, 25 et 26, ci-dessous). De manière assez triviale, même s'il est utile de le rappeler, cela rappelle le caractère universel du politique en ce qu'il imprègne toute culture.



Même n°24, *Tintin en Grève*, 12 19 I, décembre 2019, n°25, *Pourparlers A*, 12 09 B, décembre 2019, et n°26, *Pourparlers B*, 12 09 C, décembre 2019 (les n°25 et 26 fonctionnent ensemble)

Les *neurthis* ont rapidement été politisés. Nous l'avons vu précédemment, ils ont également servi de réceptacle à des luttes intestines et idéologiques, tout en agissant comme repaires<sup>84</sup> - et repères - politiques pour des groupes parfois marginalisés dans l'espace social *mainstream* (les anarchistes ou les communistes identitaires, par exemple, mais également des monarchistes<sup>85</sup>). La Coupe de France a agi comme un immense catalyseur, offrant des possibilités d'influence politique sans précédent. Nous l'avons vu, la communauté qui peuple les *neurthis* est une communauté instruite, de type leader d'opinion au sens de Paul Lazarsfeld. Pouvoir l'influencer, c'est gagner un atout majeur considérant la théorie du *two step flow of communication*<sup>86</sup>, qui met en évidence que les leaders d'opinion jouent un rôle déterminant dans la formation des opinions politiques, car très écoutés par des groupes moins informés. Ses membres en

<sup>84</sup> Matérialisant ainsi la libération des subjectivités telle que définie par D. CARDON.

<sup>85</sup> Leurs groupes sont moins aisés à rejoindre ; nous nous sommes vus refuser l'accès tout à la fois à plusieurs groupes royalistes ; d'extrême droite identitaire ; d'extrême gauche. Et ce bien que nous ayons pu accéder à des groupes anarchistes ou même de black blocks.

<sup>86</sup> KATZ Elihu, LAZARSELD Paul, *Personal Influence*, 1955. Trad. fr. Influence personnelle. Ce que les gens font des médias, Armand Colin/INA, 2008

ont très vite pris conscience, en attestent les mèmes n°27 et 28. Le premier illustre à la fois la codification extrême de la culture mémétique des *neurchis*, et la nécessité de déployer des stratégies de *ciblage* pour donner à son mème le maximum de visibilité et d'engagement sur le *neurchi*. Quant au second, il tourne en dérision la vision d'une Coupe de France qui serait en réalité un affrontement politique entre les *neurchis* de gauche et les *neurchis* de droite, sans pour autant l'infirmier. Il est vrai que notamment au début de cet événement, les membres du *neurchi* de Zemmour (NdZ) et du *neurchi* de Memes de Meuf (NdMm) s'affrontaient de manière ostentatoire, par les provocations et la dérision, tout en restant courtois et respectueux. Les affrontements eux-mêmes faisaient ensuite l'objet de mèmes, et l'une des *trends* qui a suivi a été de parodier à l'extrême l'un comme l'autre des deux groupes. N'est-ce pas là une technique typique de la politique française telle que nous la connaissons ? Réduire l'adversaire politique à une position manifestement ridicule est une stratégie classique ; pendant l'élection présidentielle de 2017, cela a été utilisé notamment aux frais de Marine Le Pen ("ils sont sur les réseaux sociaux" durant le débat de l'entre-deux tours) et Jean-Luc Mélenchon (sur sa volonté d'intégration de la France à l'Alliance Bolivarienne pour les Amériques). Cela a d'ailleurs largement contribué à leur décrédibilisation auprès d'une partie de l'électorat qui aurait pu basculer en leur faveur, interdisant par exemple à Marine Le Pen un report des voix de la droite classique.



Mème n°27, *La théorie de l'évolution appliquée à la CdFdM*, janvier 2020,  
et mème n°28, *Battlefield VIII*, janvier 2020

Dans la galaxie des nombreux *neurchis*, certains ont des étiquettes politiques. Le *neurchi* de Zemmour est évidemment classé à droite, tout comme le *neurchi* d'OSS 117, la *Neurchi Business School* ou le *neurchi* de flexibilisation du marché du travail. A l'inverse, le *neurchi* de Memes de Meuf, le *neurchi* de Red, ou le *neurchi* de LREM (dédié à la dérision du mouvement) sont souvent classés à gauche. Le clivage droite-gauche est essentiel pour la situation politique des internautes dans leurs rapports à leurs *neurchis* et aux autres au sein des *neurchis* (même n°29, ci-dessous), notamment dans l'immense groupe qu'est celui de la Coupe de France (*NdCDFdM*). Se situer politiquement permet de se positionner face<sup>87</sup> ou avec, d'appartenir à un groupe et de bénéficier d'un support politique inconscient mais bien présent. C'est dans ce contexte que fleurissent le *left cant meme* et le *right cant meme*. Ils sont symbolique du comique mémétique, absurde et sans arguments. L'un comme l'autre des deux groupes sont caricaturés à l'extrême, des communautés toutes entières accusées d'être des *normies*. Tout comme on va moquer la droite dans des groupes de gauche avec la caption "*right cant meme*", l'inverse est également vrai. Par ailleurs, la dérision peut parfois tourner au mépris. Le *Neurchi de LREM* s'est construit pour tourner en dérision le mouvement de la République en Marche et notamment ses militants. On peut y trouver de nombreux mêmes acerbes quant à l'action du gouvernement. Mais surtout, le groupe a pris pour cible un autre groupe Facebook, à son insu, le groupe "*Espoir en Emmanuel et Brigitte Macron*". Cette communauté, qui rassemble des sympathisants LaREM, a largement été tournée en dérision après avoir été "infiltrée" par des membres du *Neurchi de LREM*. Un pattern récurrent de publications était de penser les membres du premier comme des *boomers*. Cette observation discrète a parfois été teintée de mépris (image n°10), confirmant cet élitisme parfois condescendant propre au public des mêmes internet.

---

<sup>87</sup> Et non réellement *contre*, ce qui ne nous paraît pas conforme à "*l'esprit neurchi*", et qui nous semble assez rare dans les faits.



Mème n° 29, *Memetical Compass*, Neurchi de Politique, 3 novembre 2018, et image n°10, Capture d'écran d'un message sur *Neurchi de LREM*, décembre 2019.

Les *neurchis* sont donc d'importants espaces d'échange politique. Ils permettent aux communautés de se souder entre elles, autant que de faire peser des intérêts partisans dans la balance. Cette galaxie, ou *neurchisphère*, est composée d'un nombre impressionnant de groupes et donne aux minorités politiques un nouvel espace d'expression, moins contraignant, plus libre.

\*

Écosystème de plus en plus populaire, la *neurchisphère* permet à Facebook de se renouveler et de limiter la perte d'utilisateurs à laquelle il fait face, auprès d'un public jeune qui fuit massivement l'un des réseaux sociaux les plus anciens. La mue du même internet semble s'être faite un temps sur les *neurchis*, mais c'est désormais Instagram qui s'apprête à accueillir la prochaine vague de mêmes. L'enjeu pour ces groupes est de ne pas être à leur tour institutionnalisés et expulsés progressivement de la contre-culture. Une nouvelle génération arrive, avec ses propres codes ; les mêmes internet certes, mais aussi *Tiktok*<sup>88</sup>, un outil moins bien appréhendé par une partie de la jeune génération. L'un après l'autre, chaque nouvel outil enterre l'ancien, chaque culture se superpose à l'autre en se nourrissant des restes encore fumants de la précédente. Cette logique toute schumpétérienne pourrait bien s'appliquer aux

<sup>88</sup> Un réseau social chinois présent dans une grande partie du monde

*neurchis*, jusqu'au concept tout entier de même internet, plus tôt qu'on ne pourrait le penser ; peut-être cela a-t-il déjà commencé. Nous ne pouvons que nous interroger : à quoi va ressembler la culture mémétique de demain ? Cette question est incroyablement stimulante. Nous suivrons avec attention et autant que nous le pourrons, l'évolution constante de cet écosystème si particulier, qui nous a tant appris et dont nous avons tant ri.

# CONCLUSION

Le même internet politique est un sujet qui nous a passionné. Nous avons rapidement choisi ce sujet de mémoire, qui s'est imposé à nos yeux. Il nous semblait important de pouvoir mieux appréhender cet outil numérique qui se développe tant et dont, au final, nous savons si peu.

Aux termes de ce travail de recherche, nous sommes satisfaits de ce que nous avons vu, de ce que nous avons pu déterminer, des conclusions que nous rendons. Nous l'avons dit, ce travail est mené avec une grande humilité, sans prétention à ériger des axiomes absolus. Ce n'est pas ainsi que les sciences humaines se construisent, et ce travail n'échappe pas à la règle. Patience, rigueur et prudence ont été nos guides tout au long de la recherche et de la rédaction.

\*

De prime abord, nous pensions le même internet comme un authentique moyen d'expression démocratique. Il nous semblait que n'importe qui pouvait réellement s'exprimer à travers cet outil numérique. Et d'une certaine manière, c'est le cas. Pourtant, nous avons vu que le comique mémétique s'appuie sur des ressorts qui le rendent par essence élitiste. L'intertextualité est un ressort fascinant qui va augmenter n'importe quel contenu, améliorer sa qualité et lui offrir une portée décuplée en convoquant mille et milles autres contenus. Cependant, invoquer autant de références fait vigoureusement obstacle à une compréhension aisée par le plus grand nombre. Lorsqu'il s'est agi de démanteler pièce par pièce les ressorts comiques du même internet, en cernant cette intertextualité mais aussi le principe de connivence, nous avons été déçus, peut-être désabusés, par la réalité élitiste derrière le même. Désabusés également, par la sociologie apparente du public, manifestant un niveau d'instruction élevé. La promesse d'une expression tout à fait démocratique, d'un grand outil de contestation et d'appropriation politique populaire, s'est brisée sous nos yeux à mesure que nos recherches avançaient. Nous continuons d'apprécier, évidemment, la diversité de nos mêmes internet français, dont nous défendons avec vigueur la qualité. Mais nous considérons désormais cette réalité avec un oeil nouveau.

L'une de nos hypothèses de départ résidait dans ce que les citoyens, à travers le même internet, manifestaient la recherche d'un rapprochement avec le politique. Qu'ils tentaient, à travers le même, de s'emparer de la politique. Ce sont deux choses bien différentes, ce que nous n'oublions pas. Ces deux hypothèses, nous croyons les avoir confirmées. L'époque appelle à l'urgente revalorisation du citoyen en démocratie, partout dans le monde, comme une manière de conjurer les populismes accaparés par quelques dirigeants. En France particulièrement, cette demande se fait pressante, alors que même des cadres des *Républicains* semblent parfois las de la V<sup>e</sup> République. Ce régime vertical, parfois qualifié de *monarchie républicaine*, nourrit un sentiment de mise à l'écart des citoyens par rapport à leurs représentants élus. Alors que les plus jeunes votent moins, le même internet semble bien caractériser la quête d'une reproximisation de la vie politique ; d'un rééquilibrage. Et puis, le même est un moyen de se saisir du politique pour, souvent, l'attaquer. Attaquer les élus d'abord, mais aussi les partis, le système tout entier. Cela matérialise notre culture toute française de la contestation, bien ancrée depuis plusieurs siècles dans notre identité politique. Nous nous délectons des attaques souvent très drôles à l'encontre de nos responsables politiques. Il y a ici quelque chose de rassurant. L'humour politique français ne se perd pas avec la transition numérique : il fait simplement sa mue. A chacun de s'y adapter, pour ne pas être relégué chez les *normies* ou les *boomers*.

Car nous avons vu dans le même, dès le départ, un rejet *générationnel*. Notre hypothèse semble également s'être vérifiée, même s'il convient de la nuancer. Force est de constater qu'une partie des mêmes s'attaque non pas seulement à la politique mais à travers ces critiques, à toute une génération, y compris la génération des parents de leurs auteurs. Cela fait écho à la *culture parente* de Theodore Roszak, non sans raison. Lorsque les créateurs de mêmes s'en prennent aux *boomers*, la génération de leurs parents ou de leurs grands-parents, leurs créations deviennent le réceptacle ultime de la contre-culture, dans leur essence de trublions, comme dans leur volonté de transformer la société. A la genèse de notre travail, nous avons évidemment pensé à la contre-culture, un concept qui semblait très bien s'appliquer aux mêmes internet politiques. Nous avons beaucoup appris sur cette théorie que nous connaissions finalement peu, et constaté de manière surprenante à quel point elle s'insérait parfaitement dans la culture du même, jusque dans la sociologie manifeste

du public qui consomme les mêmes internet. Comme si après le *choc des civilisations* était venu le temps du *choc des générations*, à travers un *soft power* numérique aussi inédit que corrosif.

Le même internet étant par essence contre-culturel, nous pensions qu'il était en fait très peu utilisé par les responsables politiques. Force est de constater que cela semble plutôt être le cas, en tout cas en France. Toutefois, nous constatons avec satisfaction que nos personnalités politiques ne sont pas complètement hors-jeu, et que certains se placent à l'avant-garde en tentant de parler un langage qui leur est d'emblée interdit. C'est un réel *challenge*, nous le savons. Nous saluons d'autant plus la considération accordée à la fois à ce moyen de communication mais aussi à son public, qui manifeste une attention toute particulière à la jeunesse. Sa pérennisation constitue visiblement une réelle attente et sera, c'est certain, attentivement scrutée lors des élections à venir, à moyen et long terme.

Nous avons abordé ce travail avec une conviction, peut-être la plus puissante ; celle que le même internet politique était un instrument tout à fait nouveau. Après de nombreuses heures de travail, nous pouvons assurer avec certitude que ce n'est pas le cas. Le même internet est un instrument nouveau. Il a émergé avec internet, et n'existe que depuis quelques années. Il n'est pas popularisé depuis très longtemps. La mise en page caractéristique des mêmes internet est absolument inédite, ce qui explique pourquoi elle est si mal comprise par les anciennes générations. Pourtant, le même internet s'appuie sur un comique déjà très utilisé au quotidien, fondé sur l'exigence référentielle. Et puis, le même internet politique s'inspire directement, peut-être inconsciemment, des ressorts qui caractérisent la caricature de presse depuis plusieurs siècles. Des similitudes troublantes existent entre des dessins du XIXe siècle et des mêmes de 2019, qui prouvent une nouvelle fois que le même internet, sous des atours nouveaux, donne un nouveau souffle à un comique qui lui préexiste. C'est une forme de transition numérique pour la caricature de presse, que chacun peut s'approprier et se réapproprier à l'envi, pour peu qu'il en connaisse les codes.

Il nous a été particulièrement compliqué d'écrire sur un univers extrêmement codifié, en ne se concentrant non pas sur les codes eux-mêmes mais sur l'aspect politique de

cette culture du même. Nous aurions voulu insister davantage sur ces règles, cet univers de rituels et de codes, même s'il n'a pas été possible de s'y soustraire tout à fait afin de pouvoir expliquer le fonctionnement de cette culture singulière. Cela nous a pris un temps et un espace considérable, que nous aurions pu consacrer à une analyse politique plus poussée. La volonté de détailler le même en tant que tel et la culture qui en découle est à l'origine de notre plan, qui sinon aurait été concentré sur une partie deux qui, on le devine peut-être, a des velléités d'extension importantes.

Il n'échappe à personne que nous avons fait le choix de nous concentrer sur les groupes Facebook que représentent les *neurthis*, en évoquant rapidement Instagram. Nous souhaitons n'avoir pas un point de vue absolument général mais explorer l'univers particulier des *neurthis*, qui est l'exemple paroxystique de la culture du même. Leur étude a été la meilleure manière de l'illustrer pour mieux l'appréhender. Par ailleurs, nous l'avons dit, les *neurthis* nous paraissent être l'épicentre des mêmes qui rejoignent ensuite les autres réseaux, et revêtent ainsi un caractère majeur. Pour ces raisons, nous avons choisi de les privilégier. Il en découle une limite, dont nous ignorons à ce jour comment nous affranchir : nous n'avons pas pu explorer entièrement tous les canaux des mêmes internet politiques. Nous pensons notamment à Instagram, bien sûr, mais aussi à Twitter, à Reddit voire à 4chan. Il peut être pertinent de réaliser une étude approfondie, dans l'objectif de bénéficier de plus d'acuité sur la culture mémétique au sein des différents réseaux.

Notre principal regret est de n'avoir pu dresser un panorama sociologique plus précis du public des mêmes internet, de la production à la réception. Cela a été l'une des limites de notre travail, qui ne peut que dessiner des contours pour la sociologie de ce public. Nous espérons que si l'on nous lit, peut-être qu'un tel travail aura déjà été réalisé, ou que ces quelques lignes en inspireront un. Nous le lirions avec la plus grande attention.

\*

Nous tirons un enseignement majeur de ce travail : le même internet politique est bien un renouvellement de l'expression politique sur internet. En revanche, il n'est pas tout à fait un renouvellement du rapport à la politique ; il est un outil de ce renouvellement,

qui est progressif. Cet instrument se démocratise chaque jour davantage que le précédent, nous observerons avec attention cette évolution fort intéressante. Nous nous tiendrons également informés au plus près de la vie politique française. Le politique va-t-il se rapprocher du citoyen durant les prochaines années ? Qui vivra verra. Nous aurons l'occasion de constater si le mème y a pris toute sa part, et si ce n'est pas le cas, là où a été son échec. Peut-être une lacune démocratique dans son fonctionnement ? Et puis, qui des forces politiques va se saisir de cet outil prometteur dans le jeu politique ? Peut-être verrons nous une alt-right à l'américaine se développer sur cette base ; cela a déjà commencé, de manière discrète, fermée. Des mondes entiers évoluent côte à côte, sans même que nous en ayons pleine conscience. Nous découvrons chaque jour des réalités politiques et sociales insoupçonnées, au plus proche de nous. Peut-être notre lecteur a-t-il découvert ici les neurchis, qui échappent à de nombreux français, et peut-être même le mème internet. En tout cas, ce *médium* jeune sera, nous en sommes convaincus, déterminant dans notre avenir politique. D'une certaine manière, rire, c'est reprendre le pouvoir. Et, alors que la culture du mème infuse toujours plus profondément, une vérité nous apparaît avec toujours plus de clarté ; ces jeunes français formeront un jour la prochaine classe politique ; ils représenteront les citoyens ; ils seront élus. De quelle manière cette culture aura-t-elle influé sur leur culture politique, et surtout, sur leur future action politique ? Elle contribuera à façonner l'avenir de la France, d'une façon ou d'une autre, alors qu'elle continue de se construire elle-même. Tels sont, *in fine*, les enjeux du mème internet politique, cruciaux aujourd'hui comme demain.

# ANNEXES

# CORPUS

## LIENS

Le corpus étudié est disponible en ligne à cette adresse, accompagné du tableur analytique :

<https://drive.google.com/drive/folders/1ihfSLvmwp9zUVzbkEA2nzpKdYWY0JE3?usp=sharing>

Note : Ne pas hésiter entrer en contact par LinkedIn si l'un des liens ne fonctionne plus.

## QR CODE

Parce que l'heure est au numérique. Scannez ce code pour accéder au corpus.



# MÉTHODOLOGIE

## ANALYSE QUANTITATIVE

### 1. OBJECTIFS DE L'ANALYSE QUANTITATIVE

Rapidement au cours de la réflexion sur le mémoire, l'opportunité de la réalisation d'une enquête quantitative est apparue importante voire essentielle. Traduire en chiffres, dans la mesure où cela se peut, quelques variables relatives au même internet politique français, permet de donner un socle à l'analyse à l'oeuvre dans ce travail, ainsi qu'un ordre d'idées des références que projettent ces images. De quoi parlent les mêmes politiques en France ? Sont-ils exclusivement contestataires envers le système politique en place, l'*establishment* politique ? Telles sont les questions qui figurent parmi celles ayant nourri notre réflexion, et auxquelles nous aurons tenté d'apporter une réponse. Pour ce faire, nous avons constitué un corpus de 299 mêmes internet politiques, datés et sourcés, recueillis sur une période donnée.

### 2. SÉLECTION DU CORPUS.

**Amplitude chronologique.** Nous avons effectué une sélection chronologique effectuée sur la période courant du 7 décembre 2019 jusqu'au 3 mars 2020. Il s'agit d'aller du début des grèves contre la réforme du système de retraites voulue par le gouvernement français, le 5 décembre, jusqu'à l'annonce de l'activation de l'article 49 alinéa 3 de la Constitution par le Premier ministre, s'agissant du projet de loi réformant ce système de retraites, le 1er mars. La date du 3 mars permet de recueillir le principal des mêmes produits "à chaud" sur cet ultime séquence politique.

**Provenance de la collecte.** Les mêmes ont été extraits de pages Facebook, de groupes fermés sur Facebook (les "neurchis"), ainsi que de pages Instagram. D'autres réseaux sociaux tels que Twitter et Reddit recèlent de nombreux mêmes, en bien moindre quantité apparente. Nous nous intéressons ici à des *médiums* qui se sont spécialisés dans la production et diffusion de ces mêmes.

**Modes de collecte.** Les mèmes ont d’abord été recueillis de manière passive, en collectant les mèmes à tendance politique qui apparaissaient dans les différents fils d’actualités. Il s’est agi de repérer si le mème avait une connotation politique ou non, et le cas échéant, de l’agréger au corpus. Afin de compléter ce premier mode de recueil, nous avons également collecté les contenus de manière active, en consultant régulièrement les sources de mèmes (indiquées dans la rubrique “*médium* d’origine”). Les deux modes de collectes permettent, ainsi alliés, de mieux approcher la réalité des sources et de la production de contenus.

### 3. CRITÈRES D’ANALYSE RETENUS

<b>MÉTADONNÉES</b>	RÉFÉRENCE, PROVENANCE (Page Facebook - Neurchi - Page Instagram), <i>MÉDIUM</i> D’ORIGINE, TYPE DE <i>MÉDIUM</i> (Généraliste - Thématique - Politique), DATE DE PUBLICATION
<b>ALLUSIONS</b>	THÈME, OBJET, TYPE D’OBJET (Personnalité politique - Parti ou groupe politique - Idéologie politique - Politique en général)
<b>SITUATION POLITIQUE</b>	PRÉSENCE DE MESSAGE POLITIQUE, MÈME FAVORABLE OU NON AU GOUVERNEMENT

### 4. PRÉCAUTIONS MÉTHODOLOGIQUES

Menée en suivant une méthodologie rigoureuse, cette analyse n’a toutefois pas vocation à être absolument exacte dans les chiffres avancés. Elle dresse un état des lieux d’un moment politique, du 5 décembre au 3 mars, dans des conditions spécifiques, sur des plateformes web sélectionnées, et avec la vision numérique parcellaire de son auteur. L’ensemble de ces éléments interdisent à ce travail la prétention d’une absolue vérité scientifique. Nous avons ici tenté d’approcher au mieux l’état de la production et de la diffusion des mèmes politiques en France. Pour autant, il faut garder à l’esprit qu’il n’existe actuellement aucun moyen de sonder complètement cet univers numérique particulier, qui reste insaisissable et le demeurera sans doute encore longtemps.

# LEXIQUE

## **ANTIMÈME.**

Mème internet dans lequel la blague est qu'il n'y a pas de blague, qui nourrit un comique spécifique (Urban Dictionary).

## **BOOMER.**

Individu issu de la "génération dorée" née entre 1945 et 1965. Le terme est péjoratif depuis l'avènement de l'expression "ok boomer", et son usage manifeste la volonté de souligner une fracture intergénérationnelle entre cette génération et la jeune génération. Le terme s'est étendu sémantiquement, avec l'usage, à tous les individus de plus de 50 ans.

## **CAPTION.**

Phrase ou texte qui accompagne une image. En générale courte, la *caption* est censé ajouter un sens inédit au contenu qu'elle accompagne. Les "image macro" fonctionnent beaucoup sur le principe de la caption.

## **CONTRE CULTURE.**

Ensemble des manifestations culturelles hostiles ou étrangères aux formes de la culture dominante (Larousse). Voir notamment T. ROSZAK.

## **CULTURE DU MÈME OU MEME CULTURE OU CULTURE MÉMÉTIQUE.**

Culture issue de l'usage des mèmes internet qui se caractérise par des références propres et récurrentes, nourries d'éléments culturels reconnaissables ; et par des actions, des rituels et des codes spécifiques au travers de la création, de la diffusion et du *remix* de mèmes internet, jusqu'à la pensée en amont.

## **DANKNESS.**

Qualifie l'originalité et la qualité d'un mème internet.

## **DÉVIANCE.**

Caractère de ce qui s'écarte de la norme. Position d'un individu ou d'un groupe qui conteste, transgresse et qui se met à l'écart de règles et de normes en vigueur dans un système social donné (Larousse). Travaux notables : E. DURKHEIM, I. GOFFMAN.

### **IMAGE MACRO.**

Élément digital incluant une image ou vidéo, renfermant une incrustation de texte hors ou avec elle. Cela prend souvent la forme d'un texte au dessus de l'image, ou en dessous. La plupart des mèmes internet, notamment les plus anciens, sont des images macro.

### **INTERTEXTUALITÉ.**

“Relation de coprésence entre deux ou plusieurs textes, c'est-à-dire, eidétiquement et le plus souvent, [...] la présence effective d'un texte dans un autre” (GENETTE Gérard). Cette relation englobe les images ainsi que les vidéos, dont les mèmes internet.

### **MÈME INTERNET.**

*Deux visions existent, l'une, fidèle à Dawkins, envisage le mème en tant qu'unité, l'autre en tant que groupe.*

Concept (texte, image, vidéo) massivement repris, décliné et détourné sur Internet de manière souvent parodique, qui se répand très vite, créant ainsi le buzz (Larousse).

-

Groupe d'items digitaux qui partagent des caractéristiques communes de contenu, de forme et/ou de position, créés en conscience de l'autre et qui circulent, sont imités et/ou transformés via internet par de nombreux utilisateurs (SHIFMAN Limor, 2013).

### **MÉMÉTIQUE.**

1. (adj.) Relatif aux mèmes internet.
2. (n. f.) Étude des mèmes internet.

### **MEMELORD.**

Créateur de mèmes reconnu par ses pairs pour la qualité de son travail, accompagnée d'une popularité importante.

## **NEURCHI.**

Dérivé de *chineur* ; en *verlan*, il s'agit d'un groupe Facebook fermé, consacré à la création et à la diffusion de mèmes internet au sein d'une communauté. Le *neurchi* peut être thématique (*Neurchi* de Tintin, *Neurchi* de Trébuchets), généraliste (l'Amicale du meme, *Neurchi* de memes d'actualités) ou politique (*Neurchi* de politiques identitaires, *Neurchi* de Red).

## **NEURCHISPHERE.**

Terme qui désigne l'écosystème formé par l'ensemble des *neurchis* sur le réseau social Facebook.

## **OC (pour *original content*).**

Contenu se référant en général à un contenu en ligne, qui est nouveau, unique et/ou original. Il est créé par la personne qui le publie en ligne.

## **REMIX (mémétique).**

Réappropriation d'un contenu internet en remaniant l'image ou la vidéo, qui résulte d'une modification du sens initial en produisant un nouveau contenu.

## **RÉPERTOIRE D'ACTION POLITIQUE.**

Stock limité de moyens d'action à la disposition des groupes contestataires, à chaque époque et dans chaque lieu (PECHU Cécile, 2020).

## **TECHNIQUE (caractère d'un mème).**

Niveau de complexité des références à l'oeuvre dans un mème internet. Un mème qualifié de *technique* est un mème difficile à comprendre sans référence spécifique concernant l'image. Le terme est également utilisé pour saluer la qualité du travail d'un créateur de mème.

## **TEMPLATE.**

Image ou vidéo *remixable* telle quelle par les individus, à des fins de création mémétique. Une simple photo, sans texte et non-retouchée, constitue à ce titre un template, puisque l'on va pouvoir y adjoindre du texte ou d'autres images pour en modifier le sens.

### **TREND.**

Phénomène mémétique matérialisant une “tendance”, la reprise systématique d’un élément culturel sur une période très courte. Le *Griveaux Gate* a été une *trend*.

### **TROLL.**

Individu qui laisse un message intentionnellement ennuyeux ou offensant sur internet, dans l’objectif de troubler ou de provoquer quelqu’un, d’attirer l’attention ou de créer la polémique (Cambridge Dictionary).

### **3/4.**

Le **3/4** ou **3 quarts** est une expression désignant les publications atteignant les 1000 likes sur le groupe *Neurchi de Memes*. Ce terme est souvent utilisé pour souligner un buzz autour d’un mème posté, l’appellation 3/4 étant associée à une forme de réussite. Par métonymie, le terme 3/4 peut également désigner toute personne ayant déjà réussi à dépasser ce seuil fatidique des 1000 likes avec un mème posté sur Neurchi de Memes, bien que l’exigence que le mème soit un OC n’est pas universellement acceptée. L’ensemble des “3/4” est donc un club très fermé (Wiki Neurchi). Cette définition englobe maintenant l’ensemble des *neurchis*.

# BIBLIOGRAPHIE

## OUVRAGES

---

SHIFMAN Limor, *Memes in digital culture*, The MIT Press, 2013

D'ALMEIDA Fabrice, DELPORTE Christian, *Histoire des médias en France de la Grande Guerre à nos jours*, Champs, 2010.

SIMON Herbert, *Designing Organizations for an Information-Rich World*, in M. Grennberger, *Computer, communications and the public interest*. Baltimore MD : The John Hopkins Press, 1971

TARDE Gabriel, *Psychologie économique. Tome premier*. Paris : Félix Alcan, Éditeur, 1902

DAWKINS Richard, *Le Gène égoïste*, Oxford University Press, 1976

KAPLAN Frédéric, NOVA Nicolas, *La culture internet des mèmes*, Presses polytechniques et universitaires romandes, 2016.

BADOUARD Romain, *Le désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur, propagande*, FYP Éditions, 2017.

KRISTEVA Julia, *Séméiotikè*, Paris, Seuil, 1969

CARDON Dominique, *La Démocratie Internet. Promesses et limites*, Seuil, 2010

ROSZAK Theodore, *Vers une contre culture : Réflexions sur la société technocratique et l'opposition de la jeunesse*, Doubleday & Co, 1969

ALINSKY Saul, *Être radical : Manuel pragmatique pour radicaux réalistes*, Random House, 1971

PECHU Cécile. « Répertoire d'action », Olivier Fillieule éd., *Dictionnaire des mouvements sociaux*. 2e édition mise à jour et augmentée. Presses de Sciences Po, 2020, pp. 495-502.

KATZ Elihu, LAZARFELD Paul, *Personal Influence*, 1955. Trad. fr. *Influence personnelle. Ce que les gens font des médias*, Armand Colin/INA, 2008

## ARTICLES ET TRAVAUX UNIVERSITAIRES

---

LESSIG Lawrence, *Code is Law – On Liberty in Cyberspace*, Harvard Magazine, janvier 2000

LEWIN Kurt. *Forces behind food habits and methods of change*, Bulletin of the National Research Council, Washington, D.C. National Academy of Sciences, 1943

WHITE David M., *The "gate keeper": A case study in the selection of news*, Journalism Quarterly, 1950

DINUCCI Darcy, *Fragmented Future*, Print Magazine, n° 53, 1999

MIGNOT Jean-François, *Le dessin de presse, histoire et actualité (1789-2015)*, Non Fiction (site internet), 24 septembre 2015

DESERT Gabriel, *Réflexions sur les progrès de l'alphabétisation dans la France du XIXe siècle*, Historical Social Research, 1985

BONHOMME Marc, *La caricature politique*, in Revue Mots, n°94, *Trente ans d'étude des langages du politique (1980-2010)*, 2010

BENNETT Andy, *Pour une réévaluation du concept de contre-culture*, revue Volume! n°1, 2012

[https://journals.openedition.org/volume/2941#xd\\_co\\_f=YTEzZGM4OWYtZTNiNS00NW M4LTk4YmUtYzRkMTY4MTZhM2Yx~](https://journals.openedition.org/volume/2941#xd_co_f=YTEzZGM4OWYtZTNiNS00NW M4LTk4YmUtYzRkMTY4MTZhM2Yx~)

MOCTAR DIALLO Amadou, *Penser la démocratie au-delà des élections*, Éthique publique, vol.13 n°2, 2011

<https://journals.openedition.org/ethiquepublique/782>

MUXEL Anne, *La participation politique des jeunes : soubresauts, fractures et ajustements*, Revue française de science politique, vol. vol. 52, no. 5, 2002, pp. 521-544.

MISSIKA Jean-Louis, *Les faux-semblants de la dépolitisation*, revue Le Débat, n°68, Gallimard, 1992

CHARAUDEAU Patrick, *Des catégories pour l'humour ?*, in *Questions de communication*, n°10, *Humour et médias. Définition, genres et culture*, 2010

COMBES Clément, *La pratique des séries télévisées : une sociologie de l'activité spectatorielle*, Thèse, Economies et finances, École Nationale Supérieure des Mines de Paris, 2013.

<https://core.ac.uk/download/pdf/51225827.pdf>

CHABANNE Jean-Charles, *Le réseau lexical de l'humour et du comique. La comédie sociale*, Presses universitaires de Vincennes, pp.11-30, 2003

[https://hal.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/921930/filename/reseau\\_lex\\_hmr.pdf](https://hal.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/921930/filename/reseau_lex_hmr.pdf)

PRONOVOST Maxime, *Les mêmes Internet politiques : dénonciation, citoyenneté digitale et transformation de l'engagement politique*, Mémoire, Trois-Rivières, Université du Québec à Trois-Rivières, 2016

<http://depot-e.uqtr.ca/7933/>

## RAPPORTS – NOTES – ÉTUDES D’OPINION

---

L’année internet 2019, Médiamétrie, avril 2020

<https://www.mediametrie.fr/fr/lannee-internet-2019>

Le Digital dans le monde en avril 2020, We Are Sociaux et Hootsuite, avril 2020

<https://wearesocial.com/fr/blog/2020/04/le-digital-dans-le-monde-en-avril-2020>

What worries the world, Ipsos, janvier 2020

<https://www.ipsos.com/en/what-worries-world-january-2020>

Capacité d’attention, approche client, Microsoft Canada, printemps 2015

[https://www.infopresse.com/Uploads/files/Microsoft\\_%C3%89tude%20d%C3%A9ficit%20de%20l%27attention.PDF](https://www.infopresse.com/Uploads/files/Microsoft_%C3%89tude%20d%C3%A9ficit%20de%20l%27attention.PDF)

ARTHUIS Jean, MARINI Philippe, Rapport d’information sur la mise en œuvre de la loi organique du 1er août 2001 relative aux lois de finances, II. Accroître la lisibilité de l’action de l’État, Sénat, 5 mai 2004

<https://www.senat.fr/rap/r03-292/r03-2923.html>

## ICONOGRAPHIE

---

DAUMIER Honoré, *Les Poires*, La Caricature, 1831

RIGAUD Hyacinthe, *Louis XIV en costume de sacre*, huile sur toile, 1701, Musée du Louvre.

MOISAN Roland, *Au Musée...le monarque*, Le Canard enchaîné, 1965.

## ARTICLES DE PRESSE

---

*Macron assume «totalement» la «verticalité» du pouvoir présidentiel*, Le Figaro, avril 2018.

<https://www.lefigaro.fr/politique/le-scan/2018/04/27/25001-20180427ARTFIG00298-macron-assume-totalement-la-verticalite-du-pouvoir-presidentiel.php>

LECLERCQ Noémie, *"OK, boomer", une expression devenue le symbole d'un malaise entre les générations*, Franceinfo, décembre 2019.

[https://www.francetvinfo.fr/culture/noel-fetes-de-fin-annees/ok-boomer-une-expression-devenue-le-symbole-d-un-malaise-entre-les-generations\\_3752701.html#xtor=CS2-765-\[autres\]-](https://www.francetvinfo.fr/culture/noel-fetes-de-fin-annees/ok-boomer-une-expression-devenue-le-symbole-d-un-malaise-entre-les-generations_3752701.html#xtor=CS2-765-[autres]-)

DANTHE Michel, *Les «mèmes internet»: instruments de guérilla politique*, Le Temps, 15 juin 2013.

<https://www.letemps.ch/monde/memes-internet-instruments-guerilla-politique>

*Vu d'ailleurs. "Sacrés Français", le site qui explique ce qui nous rend uniques*, Courrier International, 9 mars 2016

<https://www.courrierinternational.com/article/vu-dailleurs-sacres-francais-le-site-qui-explique-ce-qui-nous-rend-unique>

GOAR Matthieu, « *Le gouvernement français a peut-être déjà perdu la bataille de la confiance* », Le Monde, 18 avril 2020

[https://www.lemonde.fr/politique/article/2020/04/18/le-gouvernement-francais-a-peut-etre-deja-perdu-la-bataille-de-la-confiance\\_6036991\\_823448.html](https://www.lemonde.fr/politique/article/2020/04/18/le-gouvernement-francais-a-peut-etre-deja-perdu-la-bataille-de-la-confiance_6036991_823448.html)

GAUTHERET Jérôme, *Coronavirus : en Italie, Giuseppe Conte se révèle dans la crise*, Le Monde, 23 avril 2020

[https://www.lemonde.fr/international/article/2020/04/23/coronavirus-en-italie-giuseppe-conte-se-revele-dans-la-crise\\_6037525\\_3210.html](https://www.lemonde.fr/international/article/2020/04/23/coronavirus-en-italie-giuseppe-conte-se-revele-dans-la-crise_6037525_3210.html)

GLAD Vincent, *Les mêmes français sont-ils si nuls ?*, L'An 2000, Libération, 2 novembre 2017

<http://an-2000.blogs.liberation.fr/2017/11/02/les-memes-francais-sont-ils-si-nuls/>

WESOLOWSKI Sébastien, *Pourquoi les mêmes français sont-ils si mauvais ?*, Vice, 31 octobre 2017

<https://www.vice.com/fr/article/pa3a9g/pourquoi-les-memes-francais-sont-ils-si-mauvais>

MÉRIEUX Alice, *Les Français, champions du monde du pessimisme*, Challenges, 2 février 2019

[https://www.challenges.fr/france/les-francais-champions-du-monde-du-pessimisme\\_640138](https://www.challenges.fr/france/les-francais-champions-du-monde-du-pessimisme_640138)

CÉDELLE Luc, « *Le surcroît d'abstention des jeunes accentue le problème posé à la démocratie* », Le Monde, 2 juillet 2020 (entretien avec Anne Muxel)

[https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/07/02/anne-muxel-le-surcroit-d-abstention-de-s-jeunes-accentue-le-probleme-pose-a-la-democratie\\_6044899\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/07/02/anne-muxel-le-surcroit-d-abstention-de-s-jeunes-accentue-le-probleme-pose-a-la-democratie_6044899_3232.html)

DEUNF Emma, *Les neurchis de mêmes, une sous-culture web très politique*, StreetPress, 27 février 2020

<https://www.streetpress.com/sujet/1582801725-memes-neurchis-sous-culture-web-politique-feminisme-coupe-france-numerique-melenchon>

SULZER Alexandre, *Valérie Pécresse quitte le radeau LR*, Le Parisien, 5 juin 2019

<https://www.leparisien.fr/politique/valerie-pecresse-va-annoncer-son-depart-des-republicains-05-06-2019-8087343.php>

SIGNORET Perrine, Facebook est-il devenu drôle ? Bienvenue chez les neurchis, ces machines à créer des mêmes, Numerama, 9 janvier 2019

<https://www.numerama.com/politique/443500-facebook-est-il-devenu-drole-bienvenue-chez-les-neurchis-ces-machines-a-creer-des-memes.html?fbclid=IwAR147XhOOs5Lxl3JdAeNIgk7HjaFW8j5w4m-jK7IWBogTrVJB6iiVBF3NjQ>

TURCAN Marie, *La Coupe de France la plus importante a lieu en ce moment sur Facebook (et on ne parle pas de foot)*, Numerama, 12 janvier 2020

<https://www.numerama.com/politique/598550-la-coupe-de-france-la-plus-importante-du-moment-est-sur-facebook.html>

## ARTICLES DE BLOGS

---

GLAD Vincent, *Les mêmes français sont-ils si nuls ?*, L'An 2000, Libération, 2 novembre 2017 :

<http://an-2000.blogs.liberation.fr/2017/11/02/les-memes-francais-sont-ils-si-nuls/>

VINOGRADOFF Luc, *De l'intérêt de devenir un mème aujourd'hui en politique*, Big Browser, Le Monde, 16 mai 2017

[https://www.lemonde.fr/big-browser/article/2017/05/16/de-l-importance-de-devenir-un-meme-aujourd-hui-en-politique\\_5128702\\_4832693.html](https://www.lemonde.fr/big-browser/article/2017/05/16/de-l-importance-de-devenir-un-meme-aujourd-hui-en-politique_5128702_4832693.html)

SERINO Valentine, *Le mème politique : comment se moquer des dirigeants devient viral*, Medium, 28 août 2017 :

<https://medium.com/france/le-m%C3%A8me-politique-comment-se-moquer-des-dirigeants-devient-viral-c9b2f325d1c4>

DERN (pseudonyme), *The left can't meme ou la tragi-comédie de la gauche sur internet*, Contrepoints, 27 mars 2019 :

<https://www.contrepoints.org/2019/03/27/340128-the-left-cant-meme-ou-la-tragi-comedie-de-la-gauche-sur-internet>

# ÉPILOGUE

\*\*\*



*Brooklyn Nine Nine, Saison 6, Episode 15, Retour au roi*