

RIRE EN CONTEXTE PANDÉMIQUE : LES MEMES, ANALYSE D'UNE PRATIQUE DIGITALE

Marion CURCHOD, Victorine SIEBER et Guillaume STERN

Université de Lausanne

marion.curchod@unil.ch, victorine.sieber@unil.ch, guillaume.stern@unil.ch

Résumé

Cet article vise à rendre compte d'un phénomène digital désormais très connu, les memes, dans le contexte particulier de la crise du Covid-19. Partant du constat que même en cas de pandémie, l'humour fuse sur les réseaux sociaux, cette étude met au jour différents procédés mobilisés par les memes pour susciter le rire à partir d'une situation critique. Par l'étude des caractéristiques multimodales d'un corpus de 54 memes, l'article détaille trois procédés particuliers servant à déjouer et exploiter systématiquement des thématiques publiques récurrentes liées à la propagation du virus (le port du masque et d'autres normes d'hygiène).

Mots-clés : memes, Covid-19, humour, multimodalité, entextualisation

1. Introduction

Le Covid-19 a bouleversé nos pratiques ordinaires, celles en ligne y comprises. Si le contexte lié à la pandémie est critique et angoissant, cela n'empêche pas d'en rire, notamment dans le monde du digital. En effet, cette situation a généré de nombreux *memes*, contenus humoristiques typifiés présents en masse sur Internet, facilement transmissibles et réutilisables. Il s'agit ainsi d'images, de vidéos, de GIFs ou d'éléments textuels qui mobilisent des procédés multimodaux récurrents (Jewitt 2016) et impliquent des effets d'entextualisation (Androutsopoulos 2014), ce qui les rend à même de circuler productivement dans l'espace public digital (Baym & boyd 2012). La circulation globale des *memes* que nous considérons rend également compte d'un ancrage culturel du genre dont le point commun est de susciter le rire en jouant sur des inquiétudes socialement partagées.

Notre travail s'appliquera alors à rendre compte des procédés humoristiques des *memes* dont le thème commun est le Covid-19. Nous nous demanderons à la fois comment des sujets motivés par une situation critique, qui ne font donc *a priori* pas rire, sont traités de manière humoristique dans les *memes*, mais

également ce qu'ils nous apprennent de la situation et des préoccupations liées au Covid-19.

2. Corpus

Pour répondre à ces questions, nous avons constitué un corpus de 54 *memes* issus de différentes plateformes digitales (Facebook, Instagram, Twitter, Reddit, Le Matin [en ligne], etc.). Chaque *meme* du corpus possède un identifiant unique et systématique (ID_1; ID_2; etc.). Le corpus a été divisé en cinq sous-thématiques récurrentes dans le traitement humoristique du Covid-19 : 1. le confinement ; 2. l'hygiène ; 3. les masques ; 4. la provenance du virus ; 5. les relations entre individus. Cette sous-classification regroupe les *memes* par air de famille, tout en permettant d'observer des différences au sein des sous-corpus.

Enfin, les *memes* ont été classés dans deux tableaux (non présentés ici), renseignant d'une part la nature multimodale du *meme*, d'autre part les mécanismes humoristiques à l'œuvre, permettant aussi une comparaison des similitudes et différences des *memes* sur la base des critères retenus.

3. Analyse des procédés humoristiques

Pour répondre à notre première question, à savoir comment faire rire, par le biais de *memes*, d'un sujet qui n'est *a priori* pas comique, il paraît nécessaire de convoquer plusieurs notions : la multimodalité, l'intertextualité et l'entextualisation. La multimodalité est à entendre ici comme la combinaison de ressources sémiotiques produisant un message qui fait sens (voir Adami & Kress 2014 : 234) ; l'intertextualité comme la mise en commun signifiante de deux sources textuelles, où l'une des deux, emblématique, est reprise et copiée par l'autre (que ce soit de manière littérale, décalée ou métaphorique) ; l'entextualisation comme la mise en visibilité d'un élément (texte, image, objet, symbole, etc.), extrait de son contexte, pour en faire le support ou le constituant majeur d'un nouveau message (voir Androutsopoulos 2014 : 5).

3.1 Le procédé d'adéquation texte-image

Dans notre corpus, plusieurs procédés sont combinés pour provoquer le rire. L'un de ces procédés est l'association entre un texte et une image, dont l'adéquation est comique, car inattendue ou inventive, mais toujours illustrative. Dans l'esprit du lecteur, l'effet recherché vise à susciter une reconnaissance et une adhésion totale au message ainsi composé.

L'adéquation texte-image est par conséquent l'un des procédés humoristiques les plus sollicités dans notre corpus, étant donné que 36 *memes* en exploitent le potentiel. Un peu plus de la moitié de ceux-ci use du procédé sans mobiliser d'autres ressources : ainsi des *memes* ID_34, ID_35 et ID_36, ci-dessous, dans lesquels le texte et l'image se combinent pour faire rire : ni le texte ni l'image, examinés séparément, ne sont comiques, mais le texte pose une situation que l'image vient illustrer et exemplifier de manière souvent hyperbolique, d'où l'effet humoristique.



Image 1 : ID_34

Image 2 : ID_35

Image 3 : ID_36

Ainsi, ces trois *memes* jouent sur la peur d'être contaminé par le Covid-19 parce qu'ils représentent de manière exagérée, grâce aux images, les réactions de personnes (censées figurer celles de chaque lecteur¹ du *meme*, comme le suggèrent les phénomènes d'adresse « you » [34-35] et « imagine » [36]) se trouvant à proximité immédiate d'un Chinois qui tousse et qui peut donc transmettre le virus. L'effet humoristique issu de la combinaison texte-image qui constitue certains *memes* fait de l'illustration exagérée de réactions ou de situations un ressort comique récurrent, et ce, semble-t-il, quel que soit le degré de sérieux du thème auquel se rapporte le *meme*.

¹ Ou du moins celle qu'il accepte d'adopter sur le Web, à savoir une « identité fictive » selon Tisseron (2011).

Les 17 autres *memes* de notre corpus associent certes texte et image pour faire rire, mais sont légèrement différents des autres, car ils mobilisent également d'autres ressources pour provoquer le rire : l'intertextualité et l'entextualisation. Celles-ci peuvent parfois se combiner, à l'exemple des *memes* ID_11 et ID_12, deux variations de couvertures d'albums du héros de BD Tintin.

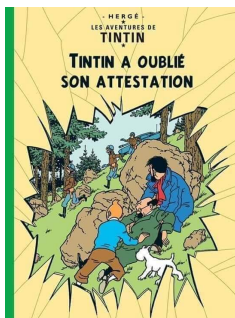


Image 4 : ID_11.



Image 5 : ID_12

Dans ces deux *memes*, spécifiques à un contexte national (français ici, puisque seule la France exigeait, durant la période de confinement, une attestation pour sortir de chez soi), il y a à la fois intertextualité, puisqu'il faut reconnaître en Tintin un personnage emblématique et saisir le jeu sur la forme, et entextualisation, parce que deux nouveaux objets, qui visent à susciter le rire, sont créés à partir d'un constituant d'un autre objet. Aussi, à la simple adéquation texte-image s'ajoutent deux ressources qui peuvent se combiner et susciter le rire : ici, le lecteur rit à la fois de l'adéquation du *meme* au contexte, mais également de l'idée même du détournement.

Certains des *memes* récoltés ne mobilisent toutefois qu'une seule de ces ressources. Considérons le *meme* ID_24 :



Image 6 : ID_24

On observe que l'intertexte biblique du titre avec « Les Quatre Cavaliers de l'Apocalypse » est immédiatement perceptible malgré la variation linguistique,

cependant les images ne réfèrent pas à un message préexistant qui serait emblématisé.

3.2 Utilisation et détournement d'œuvres connues et d'éléments culturels

Parce que les *memes* circulent librement dans le monde digital et qu'ils s'adressent à une grande diversité de personnes, il n'est pas étonnant qu'ils fassent souvent référence à des personnages et œuvres célèbres, ou qu'ils détournent certains éléments culturels. En effet, les *memes* convoquent fréquemment une ou plusieurs figures artistiques célèbres. Que ce soit pour faire rire le plus grand nombre ou un public plus ciblé, il est intéressant d'analyser à quelles figures publiques ou œuvres reconnues les *memes* font référence et quels éléments culturels ils détournent.

Si les *memes* n'hésitent pas à utiliser des personnalités publiques pour faire rire, et ce principalement en jouant sur leur réaction en lien avec un élément textuel, ce sont principalement les personnages de fiction qui se trouvent exploités. Dans notre corpus, 11 *memes* les mettent en scène, jouant ainsi sur la popularité de ces figures ainsi que sur les valeurs qu'elles représentent. Il est ainsi possible de trouver des personnages issus de films ou de séries, tels que *Star Wars*, *Zorro* ou *Friends*, mais aussi des personnages issus de la littérature ou de dessins animés.



Image 7 : ID_23.

Image 8 : ID_33

Image 9 : ID_38

Considérons le meme ID_37 qui reprend une image emblématique de l'univers Disney tout en l'actualisant en lien avec le Covid-19.

Sorry "MULAN" but we never know.



Image 9 : ID 37

Si cette image (ID_37) évoque à un large public les souvenirs d'enfance d'un univers féérique et magique, l'ajout de masques, reconnaissables dans la situation du Covid-19, et le texte accompagnant l'image, entraînent un changement de valeur. Ce *meme* joue sur l'origine chinoise de Mulan qu'il met en lien avec l'origine présumée du virus. Il modifie ainsi les valeurs représentées habituellement par cette image (amitié, joie, innocence, etc.) pour les remplacer par celles de la peur et de l'exclusion, provoquant de ce fait le rire du public.

Les personnages de fiction ne sont toutefois pas les seuls à être détournés pour faire rire. Les *memes* représentent également des œuvres d'art et les actualisent dans le contexte du Covid-19. Peinture et sculpture sont ainsi mobilisées, à l'image du *meme* ID_21 :



Image 11 : ID_21

On utilise la Vénus de Milo et principalement l'absence physique des bras de la statue pour faire rire, donnant à la Vénus une voix et une conscience comme si elle était une personne réelle. Si les *memes* n'hésitent pas à jouer avec des œuvres ou des personnages 'universellement' connus, ils utilisent également des références culturelles localisées pour engendrer le rire. C'est par exemple le cas du *meme* ID_22, ci-dessous, qui met en scène des désinfectants utilisés dans plusieurs pays. Ce *meme* joue sur la différenciation de quatre cultures.



Image 12 : ID_22

Ainsi, l'on trouve le nom de trois pays et le désinfectant que chacun de ces pays utilise, en opposition avec le pronom « nous » qui suppose l'appartenance à une communauté précise marquant sa particularité par l'absence de son propre désinfectant au profit d'un alcool (Suze). Le texte en bas de l'image « canton du Chablais » laisse penser que le « nous » désigne la population d'une région alpine précise, qui sera donc plus à même de rire de ce *meme*, lequel s'adresse donc à un public plus restreint.

Ainsi, si les *memes* n'hésitent pas à utiliser des références culturelles précises, il reste entendu que la majorité d'entre eux font appel à des références culturelles ainsi qu'à des œuvres, personnes ou personnages publics largement connus. À cet égard, l'espace public digital est toujours émergent et reconfiguré contextuellement par certains éléments appropriés à la « publicness » du message (Baym & boyd 2012 : 326). L'utilisation d'éléments publics dans les *memes* permet donc des mises en scène particulières qui suscitent le rire en faisant référence à des valeurs d'ores et déjà associées à des éléments ou à des œuvres culturelles.

3.3 Procédés humoristiques textuels

Le dernier type de *memes* considéré ici regroupe l'ensemble des cas où un procédé humoristique est créé uniquement à partir d'une base textuelle. Autrement dit, il s'agit des cas qui n'impliquent pas un jeu pictural ou une dimension extralinguistique explicitement affichée.

Un premier ensemble de *memes* de ce type relève du procédé qualifié de « jeu de mots », bien illustrés par ID_9, ci-dessous. On y mobilise un même fonctionnement multimodal qui se fonde sur une tension entre le signifiant de l'énoncé et le signifié, *i.e.* entre sa matérialité linguistique et son contenu

sémantique². À cet égard, la dimension humoristique émerge de l'écart produit entre l'emploi de termes du champ sémantique du Covid-19, *a priori* angoissants, mais qui une fois intégrés à une chaîne de signifiants permettent une seconde lecture en décalage.

**On aurait dû se
méfier.
Une année qui
s'écrit 2x20,
forcément, ça
sentait la
quarantaine. ..**

Image 13 : ID_6

Dans l'exemple ci-dessus, le mot « quarantaine » possède une valeur polysémique ; il prend à la fois sa signification numérale et sa signification proprement liée au Covid-19, connotée négativement. Cependant, le jeu créé sur le signifiant de l'année 2020, qu'il est possible de lire « 2x20 », induit une lecture humoristique en créant un lien entre l'année et le confinement. L'effet humoristique est également produit par la dimension publique du message. La présence du pronom « on » et de la modalité ontique (« on aurait dû », « forcément ») donne à lire dans ce message le comportement de méfiance qu'il aurait fallu adopter pour anticiper le Covid-19. L'écart entre un comportement de citoyen et les raisons invoquées par le jeu de mots créent conjointement cet effet humoristique.

Le second ensemble des *memes* exclusivement textuels repose sur le procédé qualifié de « blague textuelle ». Ces *memes*, représentés par ID_51, ci-dessous, ont en commun de mettre en scène une situation de communication, qui transparaît notamment dans des phénomènes de représentation du discours autre.

² À cela s'ajoute les codes typographiques propres aux *memes* tels que l'emploi d'une police neutre et lisible ainsi que l'utilisation de couleurs vives qui mettent en exergue le texte. Cette dimension n'étant pas propre au Covid-19, elle ne fait pas l'objet d'une analyse ici.



**Moi je vous le dis.
Si les écoles restent
fermées trop
longtemps,
les parents trouveront
un vaccin avant les
scientifiques.**

Image 14 : ID_51

Par exemple, ce *meme* installe une situation de communication par le biais des pronoms « je » et « vous » et le verbe de parole « dire ». En somme, ces *memes* sont tous des messages qui annoncent, commentent ou rapportent un discours.

Plus précisément, les *memes* de cet ensemble peuvent être qualifiés de « blagues textuelles » dans la mesure où leur fonctionnement humoristique dépend de leur construction textuelle. Avec ID_51, la construction argumentative est introduite par le connecteur « si ». Cette première proposition problématise un objet public, l'école (fermée), tandis que la seconde proposition déjoue les conclusions attendues en indiquant une possibilité invraisemblable qui place les parents dans une position d'expertise supérieure aux médecins, ces derniers étant plus à même de trouver un vaccin.

Or les motivations implicites des scientifiques et des parents divergent : si les scientifiques travaillent au bien commun pour trouver un vaccin qui immunisera l'ensemble de la population, les parents œuvrent dans leur intérêt personnel dans le but de renvoyer les enfants à l'école. Ainsi, l'orientation textuelle du *meme* problématise un élément de l'ordre du bien public et le résout par des éléments qui relèvent d'intérêts privés et personnels.

Considérées ensemble, les dimensions métacommunicatives et textuelles de ces *memes* produisent des effets humoristiques. Ils impliquent d'une part des situations de communication qui problématisent l'intérêt public et introduisent d'autre part une certaine distance. En effet, la dimension méta- ne met pas directement en scène les intérêts des lecteurs, mais ceux d'autrui. Cette double position de participation et de distanciation permet de rire de la proximité et du ridicule à la fois.

4. Conclusion

Ce travail nous a permis de constater que, dans la situation du Covid-19, la diffusion de *memes* pour faire rire est courante, et ce quoiqu'ils traitent de sujets délicats tels que le confinement ou la provenance présumée du virus. Dans notre corpus, les *memes* mobilisent des thèmes récurrents qui renseignent les préoccupations et les craintes liées au Covid-19, à savoir la protection, la peur de la contamination, le bouleversement des relations sociales ainsi que le besoin de désigner un responsable.

Par ailleurs, les *memes* semblent s'appuyer sur des procédés humoristiques identiques, et cela en dépit des variations linguistiques. Ceci montre bien que les *memes* sont des messages doublement publics : ils sont, d'une part, typifiés et destinés au plus grand nombre, et d'autre part, ils s'appuient sur des enjeux publics en problématisant l'intérêt général commun. Toutefois, l'effet comique repose sur le décalage produit entre cet intérêt général et la mise en exergue de préoccupations personnelles de l'ordre du privé. Il s'agit en somme de messages publics-privés qui dévoilent un individualisme marqué, et ce même dans un contexte pandémique global. Le rire qu'induisent les *memes* apparaît ainsi comme une manière d'appivoiser l'incertitude et l'angoisse provoquées par la situation du Covid-19.

Références

- ANDROUTSOPOULOS, Jannis (2014). Moments of Sharing: Entextualization and Linguistic Repertoires in Social Networking. *Journal of Pragmatics*, 73, 4-18.
- ADAMI, Elisabetta & Gunther KRESS (2014). Introduction: Multimodality, Meaning Making, and the Issue of "Text". *Text & Talk*, 34(3), 231-237.
- BAYM, Nancy K. & Danah BOYD (2012). Socially Mediated Publicness: An Introduction. *Journal of broadcasting & electronic media*, 56(3), 320-329.
- JEWITT, Carey (2016). Multimodal Analysis. *The Routledge handbook of language and digital communication*, 69-84.
- TISSERON, Serge (2011). Intimité et extimité. *Communications*, (1), 83-91.