

## **Les mêmes littéraires : approche de la circulation des références littéraires à l'ère des réseaux sociaux numériques**

**Auteur :** Haas, Christina

**Promoteur(s) :** Provenzano, François

**Faculté :** Faculté de Philosophie et Lettres

**Diplôme :** Master en langues et lettres françaises et romanes, orientation générale, à finalité approfondie

**Année académique :** 2023-2024

**URI/URL :** <http://hdl.handle.net/2268.2/21757>

---

### *Avertissement à l'attention des usagers :*

*Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.*

*Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.*

---



Université de Liège

Faculté de Philosophie et Lettres

Département de Langues et Lettres françaises et romanes

Année académique 2023-2024

**Les mêmes littéraires : approche de la circulation des  
références littéraires à l'ère des réseaux sociaux numériques**

Mémoire présenté par Christina HAAS

En vue de l'obtention du grade de Master en Langues et Lettres françaises  
et romanes, orientation générale, à finalité approfondie

Sous la direction de M. François PROVENZANO

Comité de lecture : M. Álvaro CEBALLOS VIRO et Mme Justine HUPPE



« Déjà l'humour était pour moi ce qu'il  
devait demeurer toute ma vie : une aide  
nécessaire, la plus sûre de toutes. »

ROMAIN GARY, *La promesse de l'aube*



## **Remerciements**

Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont soutenue au cours de ces derniers mois et qui ont manifesté leur enthousiasme à l'égard de ce travail.

Mes premiers remerciements vont à M. Provenzano, pour ses précieux conseils, sa patience, son écoute attentive ainsi que pour ses enseignements tout au long de mon parcours universitaire. Je remercie également M. Ceballos et Mme Huppe pour l'intérêt et le temps consacré à la lecture de ce travail.

Je remercie tout particulièrement Elisabeth, ma meilleure amie, pour l'irremplaçable présence, le soutien, les conseils, l'écoute bienveillante. Merci de m'aider à avancer et de m'accompagner dans chaque épreuve.

Merci à toi Elisa, pour ta générosité, ta bienveillance, ton soutien et tous ces moments durant lesquels j'ai pu me changer les idées lorsque j'en avais besoin.

Merci ensuite à Léna et Aurélie pour le temps et l'énergie consacrés à la relecture et aux corrections apportées à ce travail.

J'ai également une pensée particulière pour mon grand-père qui n'est malheureusement plus parmi nous. Merci d'avoir toujours cru en moi, d'avoir soutenu ma créativité ainsi que ma sensibilité, et de m'avoir transmis le goût de la lecture.



## Table des matières

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 0. Introduction.....                                      | 11 |
| 1. Introduction théorique aux mèmes Internet .....        | 13 |
| 1.1. Définition de mème .....                             | 13 |
| 1.1.1. L'origine du terme .....                           | 13 |
| 1.1.2. Les mèmes Internet.....                            | 14 |
| 1.2. Composition interne des mèmes.....                   | 15 |
| 1.2.1. Formats et plurisémiotité .....                    | 15 |
| 1.2.1.1. À la base du mème : le <i>template</i> .....     | 16 |
| 1.2.2. Matériaux culturels.....                           | 17 |
| 1.2.2.1. Les mèmes et la pop culture .....                | 17 |
| 1.2.2.2. Cristallisation et création de sens .....        | 19 |
| 1.2.3. L'humour.....                                      | 20 |
| 1.3. Production, circulation et réception des mèmes ..... | 24 |
| 1.3.1. La production des mèmes.....                       | 24 |
| 1.3.2. Une large circulation .....                        | 24 |
| 1.3.3. La réception .....                                 | 25 |
| 1.4. Fonctions pragmatiques.....                          | 26 |
| 1.4.1. Communautés et viralité.....                       | 26 |
| 1.4.2. Usages en politique.....                           | 27 |
| 1.4.3. Usages en publicité.....                           | 28 |
| 1.5. Perspectives d'étude et cadres conceptuels .....     | 31 |
| 1.5.1. La notion d'intertextualité .....                  | 31 |
| 1.6. Questions de méthode.....                            | 34 |
| 1.6.1. Référencement des mèmes .....                      | 34 |
| 1.6.2. Algorithmes et corpus.....                         | 35 |



|                                                                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2. Faire usage de la littérature .....                                                                            | 37 |
| 2.1. État de la question : mise en circulation sociale des références littéraires au 21 <sup>e</sup> siècle ..... | 37 |
| 2.1.1. Quand la littérature s'inclut dans la publicité.....                                                       | 37 |
| 2.1.2. Littérature et rap : une possible conciliation ?.....                                                      | 40 |
| 2.1.3. La littérature dans les séries télévisées .....                                                            | 43 |
| 2.1.4. Conclusion.....                                                                                            | 45 |
| 2.2. Définition du mème littéraire .....                                                                          | 46 |
| 2.3. Typologie des mèmes littéraires.....                                                                         | 47 |
| 2.3.1. Sur les habitudes et pratiques du lectorat .....                                                           | 48 |
| 2.3.2. Sur les genres et courants littéraires .....                                                               | 49 |
| 2.3.3. Sur les auteurs et autrices .....                                                                          | 51 |
| 2.3.4. Sur des ouvrages spécifiques.....                                                                          | 53 |
| 3. Environnements de diffusion et effets de communauté.....                                                       | 59 |
| 3.1. Un compte Instagram public : <i>memes_litteraires</i> .....                                                  | 59 |
| 3.1.1. Présentation du compte.....                                                                                | 59 |
| 3.1.2. Analyse du contenu selon la typologie établie .....                                                        | 60 |
| 3.2. Un groupe Facebook fermé : <i>Neurchi de Camus</i> .....                                                     | 67 |
| 3.2.1. Présentation du groupe .....                                                                               | 67 |
| 3.2.2. Représentation de biographèmes marquants .....                                                             | 68 |
| 3.2.3. Les œuvres de Camus à travers les mèmes.....                                                               | 72 |
| 3.3. Éléments de comparaison entre les deux environnements de diffusion .....                                     | 77 |
| 4. Modélisation des références littéraires dans les mèmes .....                                                   | 81 |
| 4.1. Classification des formes d'intertextualité .....                                                            | 81 |
| 4.1.1. La microstructure.....                                                                                     | 83 |
| 4.1.1.1. La citation.....                                                                                         | 83 |

|          |                                                                                  |     |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1.1.2. | La référence et l'allusion .....                                                 | 86  |
| 4.1.2.   | La macrostructure .....                                                          | 90  |
| 4.1.2.1. | La parodie .....                                                                 | 90  |
| 4.1.2.2. | Le pastiche .....                                                                | 91  |
| 4.1.2.3. | Le plagiat .....                                                                 | 93  |
| 4.1.2.4. | Un cas particulier : la mise en abyme .....                                      | 93  |
| 4.1.3.   | L'importance du <i>template</i> .....                                            | 94  |
| 4.2.     | Degré de lecture des mèmes littéraires .....                                     | 96  |
| 5.       | Les mèmes de maisons d'édition et collections .....                              | 101 |
| 5.1.     | « Pocket Jeunesse » et le public-cible .....                                     | 102 |
| 5.2.     | <i>Albin Michel</i> et les habitudes du lectorat .....                           | 106 |
| 5.3.     | Les <i>Éditions 10/18</i> et les éléments de pop culture .....                   | 109 |
| 5.4.     | Synthèse de nos observations .....                                               | 111 |
| 6.       | Conclusion .....                                                                 | 113 |
| 7.       | Bibliographie .....                                                              | 115 |
| 8.       | Index des références littéraires .....                                           | 121 |
| 9.       | Annexes .....                                                                    | 123 |
| 9.1.     | Annexe n° 1 : Usages en politique (1.4.2.) .....                                 | 123 |
| 9.2.     | Annexe n° 2 : Usages en publicité (1.4.3.) .....                                 | 123 |
| 9.3.     | Annexe n° 3 : Algorithmes et corpus (1.6.2.) .....                               | 124 |
| 9.4.     | Annexe n° 4 : Sur les habitudes et pratiques du lectorat (2.3.1.) .....          | 125 |
| 9.5.     | Annexe n° 5 : Sur les genres et courants littéraires (2.3.2.) .....              | 125 |
| 9.6.     | Annexe n° 6 : Sur les auteurs et autrices (2.3.3.) .....                         | 126 |
| 9.7.     | Annexe n° 7 : Sur des ouvrages spécifiques (2.3.4.) .....                        | 127 |
| 9.8.     | Annexe n° 8 : Un compte Instagram public : <i>memes_litteraires</i> (3.1.) ..... | 128 |

|       |                                                                              |     |
|-------|------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 9.9.  | Annexe n° 9 : Un groupe Facebook fermé : <i>Neurchi de Camus</i> (3.2.)..... | 130 |
| 9.10. | Annexe n° 10 : Les mèmes de maisons d’édition et collections (5.).....       | 131 |

## 0. Introduction

---

Au cours de ces dernières années, les mèmes Internet se sont largement imposés dans notre culture numérique, plus particulièrement au sein des réseaux sociaux tels que Facebook<sup>1</sup>, Instagram, ou encore X (anciennement Twitter).

Différents courants de mèmes ont vu le jour et concernent de nombreux domaines culturels : la musique, l'art... mais aussi la littérature, dans ce que nous nommons ici les *mèmes littéraires*. Comment ces mèmes modélisent-ils les références littéraires ? Quels effets permettent-ils d'observer sur notre conception et notre réception de la littérature ? Ce Mémoire a pour ambition d'avancer quelques éléments de réponse à ces interrogations en proposant divers angles d'approche.

Nous débuterons notre recherche par un premier chapitre dont l'objectif sera de mettre en lumière les caractéristiques principales des mèmes afin d'en comprendre le fonctionnement interne ainsi que leur réception auprès d'un public donné. Ensuite, dans le second chapitre théorique, nous envisagerons la mise en circulation sociale des références littéraires (en publicité, dans le rap et dans les séries télévisées) avant de proposer une définition du mème littéraire et de suggérer une typologie exemplifiée.

La seconde partie de ce travail, centrée sur l'analyse, abordera tout d'abord les questions d'effets de communauté en comparant un compte Instagram public (*memes\_litteraires*) et un groupe Facebook fermé (*Neurchi de Camus*). Nous commenterons le contenu des publications qui y circulent avant de relever les éléments qui diffèrent ou, au contraire, sont similaires entre ces deux environnements de diffusion.

Par la suite, nous envisagerons spécifiquement les procédés intertextuels auxquels répondent les mèmes littéraires. Nous tâcherons de déterminer si les théories et classifications existantes permettent d'inclure ces productions numériques en tenant compte de cas complexes. Ces éléments permettront d'introduire une approche quant au degré de lecture des mèmes littéraires selon leur part d'explicite et d'implicite.

---

<sup>1</sup> Dans le cadre de ce travail, nous prenons le parti d'indiquer les noms de réseaux sociaux (Facebook et Instagram dans la majeure partie) en caractères normaux du fait qu'il s'agit à présent de noms largement reconnus et employés dans le langage courant.

Enfin, nous clôturerons en considérant une série de mèmes publiés par trois maisons d'édition et collections en France (« Pocket Jeunesse », *Albin Michel* et les *Éditions 10/18*) ainsi que les effets produits auprès du lectorat à qui ces productions parviennent. Nous relèverons de quelles façons ces instances officielles proposent des publications correspondant à la typologie mise en place mais également sur quels modèles culturels les productions s'inspirent.

## 1. Introduction théorique aux mèmes Internet

---

### 1.1. Définition de mème

Les mèmes Internet constituent des objets d'étude relativement récents. La définition qui leur est associée diverge selon le point de vue des chercheurs et chercheuses<sup>2</sup>, bien qu'elle demeure intuitive pour un public relativement initié. Afin de mieux cerner les enjeux de ce travail, nous reviendrons en premier lieu sur cette appellation.

Dans cette première section, nous aborderons brièvement les origines de la notion de *mème* au sens large (→ 1.1.1.) avant de la considérer en contexte numérique, à savoir les *mèmes Internet* proprement dits (→ 1.1.2.).

#### 1.1.1. L'origine du terme

La notion de *mème*, du grec ancien *mimesis* (« imitation »), a été conceptualisée par le biologiste Richard Dawkins en 1976 dans son ouvrage *The Selfish Gene*<sup>3</sup>. Il définit les mèmes par analogie avec les gènes humains. Selon lui, un mème est un « élément culturel se transmettant par réplication et transformation<sup>4</sup> », de la même façon que les gènes, soit de génération en génération.

Toujours selon le sens établi par Richard Dawkins, un mème peut revêtir la forme d'un slogan, d'un air populaire, d'un type de comportement ou d'autres « objets culturels aux signifiants textuels, visuels ou sonores<sup>5</sup> ».

Bien que l'analogie avec les gènes biologiques ait été critiquée<sup>6</sup>, le travail de Dawkins a exercé une influence certaine<sup>7</sup> et la plupart des chercheuses et chercheurs ayant porté leurs travaux sur les mèmes Internet reviennent en premier lieu sur cette théorie, parfois pour la critiquer, mais toujours pour retourner aux origines du terme avant de développer leurs propres hypothèses.

---

<sup>2</sup> JOST (François), « Mème pas simples. Sur la complexité des mèmes », *Socio-anthropologie*, n° 46, 2022, § 1.

<sup>3</sup> DAWKINS (Richard), *The Selfish Gene*, Oxford, Oxford University Press, 1976.

<sup>4</sup> Définition reprise dans : PAVEAU (Marie-Anne), *L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris, Hermann, 2017, p. 320.

<sup>5</sup> JEANNEROD (Marinette), « Les stéréotypes mis à mal sur la toile », *Hermès, la revue*, n° 83, 2019, p. 213.

<sup>6</sup> WAGENER (Albin), « The Postdigital Emergence of Memes and GIFs : Meaning, Discourse and Hypernarrative Creativity », *Postdigital Science and Education*, vol. 3, n° 1, 2021, p. 836.

<sup>7</sup> JEANNEROD, *art. cit.*, p. 213.

### 1.1.2. Les mèmes Internet

Au cours des années 1990, l'étude des mèmes évolue, passant ainsi du domaine de la biologie (dans la lignée de Richard Dawkins) à celui des sciences sociales<sup>8</sup>. Ensuite, avec le développement d'Internet et l'avènement des réseaux sociaux numériques, la notion revêt une nouvelle signification. Cependant, les différentes recherches menées ne parviennent pas à expliquer comment le concept de Dawkins a évolué vers les mèmes Internet tel que nous les connaissons actuellement<sup>9</sup>. Un chercheur comme Albin Wagener a émis l'hypothèse que l'utilisation du terme serait un « simple recyclage terminologique<sup>10</sup> » entre les domaines scientifique et académique vers celui du numérique.

Malgré ces zones d'ombre, nombreuses sont les tentatives de définition proposées depuis quelques années. Marie-Anne Paveau propose par exemple de définir les mèmes Internet comme des « éléments culturels natifs d'Internet qui se propagent dans la sphère publique par réplique et transformation dans des réseaux et des communautés numériques<sup>11</sup> ». La plupart des définitions rencontrées se rapproche de celle-ci, que nous retenons car elle inclut les éléments fondamentaux qui constituent un mème : l'aspect culturel et numérique, le mode de création, mais aussi la circulation au sein de communautés. Ces éléments seront davantage décrits et développés dans les sections qui suivent. Par ailleurs, les mèmes répondent à des formats spécifiques (→ 1.2.1.) ; dans la plupart des cas, le point de départ d'un mème est une image (ou une séquence d'images) complétée par un élément textuel<sup>12</sup>.

Albin Wagener préfère quant à lui préciser la notion de mème Internet en parlant plutôt de « mèmes postdigitaux », puisque leur circulation peut dépasser le cadre d'Internet<sup>13</sup>. Nous prenons néanmoins le parti de conserver le sens de « mème Internet » tel que proposé par Marie-Anne Paveau puisque le présent travail se focalise exclusivement sur

---

<sup>8</sup> CANNIZZARRO (Sara), « Internet memes as Internet signs : A semiotic view of digital culture », *Sign Systems Studies*, vol. 44, n° 4, 2016, p. 568

<sup>9</sup> REES (Arran John), « Collecting Online Memetic Cultures : how to », *Museum and Society*, vol. 19, n° 2, 2021, p. 202.

<sup>10</sup> WAGENER (Albin), *Mémologie. Théorie postdigitale des mèmes*, Grenoble, UGA Éditions, 2022, p. 6.

<sup>11</sup> PAVEAU, *op. cit.*, p. 320.

<sup>12</sup> SZEFLINSKA-BARAN (Magdalena), « Fonctionnement interlingual des mèmes humoristiques : entre création, interprétation et traduction », *Studia Romanica Posnaniensia*, vol. 48, n° 4, 2021, p. 23.

<sup>13</sup> WAGENER, *art. cit.*, p. 836 ; WAGENER, *op. cit.*, p. 48.

des productions qui circulent sur la toile, en particulier sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram pour la majeure partie).

À partir de ce stade du travail, par souci de simplicité et de fluidité de lecture, nous maintiendrons la simple notion de *mème* afin de désigner les différentes productions natives d'Internet et qui feront l'objet d'une analyse ou de divers commentaires<sup>14</sup>.

## **1.2. Composition interne des mèmes**

Afin de comprendre le type de message que véhiculent les mèmes, il convient d'analyser leur forme et leur contenu<sup>15</sup>. Bien que la définition proposée précédemment constitue un solide point de départ, elle ne suffit cependant pas à saisir concrètement tout ce qu'englobe un mème.

Dans cette section, nous nous focaliserons sur les différentes formes qu'il est possible de rencontrer (→ 1.2.1.) avant de relever des caractéristiques propres au contenu (→ 1.2.2.) et l'importance de l'humour (→ 1.2.3.).

### **1.2.1. Formats et plurisémiotité**

Les mèmes peuvent revêtir des formes très variées, associant différents éléments sémiotiques<sup>16</sup>. Ainsi, un mème peut prendre les formes suivantes : [image/image], [image/texte], [texte/texte], [texte/vidéo], [texte/GIF]. Dans la mesure où ils associent des éléments de nature différente (tels que [texte/image] ou encore [texte/vidéo]), il est à noter que ces éléments sont indissociables : le mème est à considérer comme une unité, au risque d'en réduire le sens et d'en « détruire l'ensemble<sup>17</sup> ». Il s'agit donc de concevoir les mèmes comme une forme de montage : il est possible d'identifier les différents éléments qui les composent, mais ce qui importe, c'est le résultat final obtenu et constitue l'objet de leur lecture.

Un GIF (*Graphic Interchange Format*) est quant à lui un format animé dont la caractéristique principale est d'être répété en boucle<sup>18</sup>. Beaucoup de GIF trouvent leur

---

<sup>14</sup> Nous ne reviendrons plus au sens tel qu'envisagé par Richard Dawkins.

<sup>15</sup> SOUCHIER (Emmanuel), CANDEL (Étienne), GOMEZ-MEJIA (Gustavo), *Le numérique comme écriture. Théories et méthodes d'analyse*, Paris, Armand Colin, 2019, p. 40.

<sup>16</sup> WAGENER, *art. cit.*, p. 832.

<sup>17</sup> PAVEAU, *op. cit.*, p. 306.

<sup>18</sup> WAGENER, *op. cit.*, p. 129.



origine dans des séquences de films, de séries télévisées ou de vidéos ayant connu un grand succès sur la toile. Ils sont ensuite transmis la plupart du temps via les applications de messagerie (WhatsApp, Messenger...) qui disposent d'un onglet qui leur est spécialement réservé. Certains y voient une sous-catégorie de mèmes en raison des critères communs qu'ils partagent (au niveau de leur circulation, du contenu etc.). Cependant, Albin Wagener considère que les GIF forment eux aussi un langage à part et propose de les envisager dans des études distinctes de la mèmologie<sup>19</sup>. Nous ne nous focaliserons pas davantage sur la question des GIF, bien qu'elle soit, elle aussi, digne d'intérêt.

#### 1.2.1.1. À la base du mème : le template

Le terme de *template* peut être défini comme un « support de base qui est ensuite réadapté et qui possède les caractéristiques du stéréotype<sup>20</sup> ». Il s'agit, dans le cadre des mèmes, d'une image, vierge de texte, prête à être réutilisée.

Les sites de production, tels que *knowyourmeme.com*, *makeameme.org*, *memedump.com*, *membase.com* et des applications comme *memegenerator* proposent d'emblée une large série de *templates* auxquels il suffit d'ajouter un élément textuel afin de produire un mème. L'exemple suivant (figure 1), nommé « Disaster girl » est l'un des *templates* les plus connus. Au premier plan de l'image se trouve le visage d'une petite fille affichant un léger sourire alors qu'en second plan, une maison est en train de brûler.



Figure 1 : *template* « Disaster girl » issu du site *knowyourmeme.com*

---

<sup>19</sup> WAGENER, *op. cit.*, p. 129.

<sup>20</sup> JEANNEROD, *art. cit.*, p. 213.

Ce *template* a été très largement réutilisé dans de nombreux mèmes. Nous soulevons ici le caractère répliquable de ces images. Marinette Jeannerod souligne également le fait que les mèmes « possèdent les caractéristiques du stéréotype<sup>21</sup> ». Dans ce cas, « stéréotype » n'est pas à entendre au sens actuel de « cliché » mais celui qui lui est associé ici trouve sa source au 19<sup>e</sup> siècle. En effet, à cette période, le stéréotype désignait une opération en imprimerie, qui consistait à utiliser des blocs typographiques réutilisables<sup>22</sup>. Avec ces blocs prêts à l'emploi, le travail des imprimeurs se voyait prédécoupé et ainsi rendu plus facile. Nous pouvons mettre ce mécanisme en lien avec la production de mèmes utilisant des *templates*, facilement accessibles et prêts à être réutilisés eux aussi.

### **1.2.2. Matériaux culturels**

Un autre aspect primordial dans la compréhension de ce qu'englobe un mème est son contenu d'un point de vue culturel. Dans un premier temps, nous décrypterons dans les grandes lignes le lien entre mèmes et pop culture (→ 1.2.2.1.) avant d'envisager leur inscription d'un point de vue plus théorique, en abordant la notion de *cristallisation* (→ 1.2.2.2.).

#### **1.2.2.1. Les mèmes et la pop culture**

Un aspect important dans la création d'un mème est l'utilisation des références culturelles et les éléments de pop culture y occupent une place prépondérante. Si la plupart des ressources portant sur les mèmes abordent la question du contenu avec le terme de « culture populaire », nous relevons ici l'aspect péjoratif de cette dénomination. En effet, d'un point de vue sociologique hérité des théories bourdieusiennes notamment, la notion de « culture populaire » est envisagée du point de vue de la domination<sup>23</sup>. Or, nous nous plaçons contre ce sens et contre toute forme de déconsidération liée aux différentes manifestations culturelles ; l'intérêt de ce travail est justement de mettre en avant l'intégration, dans la sphère académique, de nouveaux formats parfois perçus comme indignes d'intérêt.

---

<sup>21</sup> JEANNEROD, *art. cit.*, p. 213.

<sup>22</sup> *Ibid.*

<sup>23</sup> DJAVADZADEH (Keivan), RABOUD (Pierre), « Introduction – Le populaire est-il soluble dans les industries culturelles ? » *Raisons politiques*, n° 62, 2016, p. 11.

Bien que les termes de « culture populaire » et de « pop culture » soient fréquemment présentés comme liés<sup>24</sup>, nous préférons employer la notion de « pop culture » en nous référant au sens proche du *mainstream*, c'est-à-dire « qui considère les productions culturelles largement diffusées dans la société<sup>25</sup> ». Cette dénomination et cet angle se rapprochent nettement plus de l'objet de ce travail, car, comme nous l'avons relevé, les mèmes sont des productions qui circulent largement au sein de la société à travers les réseaux sociaux numériques.

Maintenant que ces précisions terminologiques ont été introduites, nous allons envisager les différentes manifestations culturelles présentes dans les mèmes. Il est, par exemple, très fréquent que des séquences de séries télévisées, de films, de chansons ou autres extraits sonores et audiovisuels reconnaissables (pour ne citer que ces exemples) soient repris dans les mèmes. L'exemple suivant<sup>26</sup> (figure 2) contient deux illustrations superposées et issues de la série américaine *The Office*. Certains passages de la série ont donné lieu à de nombreux *templates* qui ont servi à produire des mèmes dont le contenu est indépendant de la série en tant que telle, comme nous pouvons l'observer :



Figure 2 : mème inspiré de la série *The Office*, *The Office memes* (Facebook), publié le 03/04/2024.

---

<sup>24</sup> DJAVADZADEH et RABOUD, *art. cit.*, p. 5.

<sup>25</sup> *Ibid.*, p. 7.

<sup>26</sup> Nous traduisons : « Quand tu passes devant une salle de classe dans laquelle se trouve ton ami / toi / ton ami ».

Le contenu culturel des mèmes étant très large, il ne se limite pas uniquement aux séries, séquences de films ou autres. En effet, les mèmes peuvent également prendre appui sur des éléments propres à une période historique, des courants artistiques, à l'actualité ; les possibilités sont multiples.

Par exemple, il existe des courants de mèmes spécifiques qui détournent des œuvres d'art de l'époque classique : c'est notamment le cas de la page Facebook *Classical Art Memes*. D'autres comptes ou groupes (nous reviendrons sur cette distinction dans le chapitre 3) spécifiques aux domaines scientifique (le groupe *Science Memes* sur Facebook), musical (*Memés of Heavy Metal* sur Facebook), sportif (*fltroll* sur Instagram), ou encore académique, avec notamment des mèmes relatifs à la vie estudiantine (*Kotplanet* sur Facebook et Instagram), ont vu le jour et publient fréquemment des mèmes.

En somme, les exemples de domaines représentés par les mèmes sont nombreux, témoignant ainsi de l'importance qu'ils prennent dans nos modes de communication actuels ainsi que leur très large présence sur les réseaux sociaux.

#### 1.2.2.2. Cristallisation et création de sens

L'utilisation de références culturelles est à mettre en lien avec le concept de *cristallisation* qu'Albin Wagener définit comme étant le « rassemblement temporaire des références et éléments symboliques en une forme de sens concrète<sup>27</sup> ». Un mème ne peut circuler s'il ne produit pas de sens auprès des personnes qui le reçoivent et Wagener considère ce concept comme le cœur des mèmes<sup>28</sup>, puisqu'en effet, si le mème ne produit pas de sens, il ne pourra être reproduit ni largement diffusé.

À notre sens, certains éléments propres à la composition des mèmes permettent d'affirmer davantage le concept de *cristallisation*. Le premier aspect notable est l'utilisation de références propres à la pop culture (→ 1.2.2.1.) : puisque ces éléments touchent un large public, il serait attendu que leur utilisation dans les mèmes leur permette d'être plus facilement décodables<sup>29</sup>.

---

<sup>27</sup> WAGENER, *art. cit.*, p. 834.

<sup>28</sup> *Ibid.*

<sup>29</sup> WAGENER, *op. cit.*, p. 88.

Vient ensuite le rapport à l'actualité : les mèmes sont souvent inspirés d'événements liés à l'actualité ; dès lors, leur production spontanée fait écho au public qui les reçoit et le sens s'en retrouve renforcé.

Enfin, nous distinguons un troisième aspect, celui de communauté. Si un mème au contenu spécifique circule au sein d'un groupe qui lui est associé, alors il sera doté d'un sens solidifié pour les membres qui en font partie. Les effets de communautés feront quant à eux l'objet d'un chapitre ultérieur, dans lequel nous observons la circulation de mèmes sur l'auteur Albert Camus dans un groupe Facebook qui lui est spécifiquement consacré (→ 3.2.).

### **1.2.3. L'humour**

Une autre caractéristique fondamentale liée au contenu des mèmes est celle de l'humour<sup>30</sup> : certains vont jusqu'à affirmer que « les mèmes sont devenus une forme prototypique de la communication humoristique sur Internet<sup>31</sup> ». Ceci prend la forme de détournements dans la plupart de cas, avec une visée ironique voire moqueuse et sarcastique. Néanmoins, certains considèrent qu'il est possible de rencontrer des « mèmes sérieux<sup>32</sup> », mais nous les considérons comme minoritaires en comparaison aux contenus humoristiques.

Nous allons à présent envisager différentes perspectives humoristiques en considérant l'incongruité, la prise de distance avec le contexte d'origine du mème et les détournements de *templates*. Cette liste d'effets n'est cependant pas exhaustive et au fur et à mesure des mèmes que nous analyserons, d'autres marques d'humour seront mises en avant et développées.

Le plus souvent, l'effet humoristique des mèmes est permis par l'incongruité<sup>33</sup> ; cela provient, dans de nombreux cas, de la notion de « script opposition<sup>34</sup> ». Anna Piata explique que les scripts se réfèrent aux scénarios que nous associons à des sujets, des

---

<sup>30</sup> SHIFMAN (Limor), *Memes in digital culture*, Cambridge, The MIT Press, 2014, p. 67 ; PIATA (Anna), « Stylistic humor across modalities », dans : XIE (Chaoqun) éd., *The Pragmatics of Internet Memes*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 2022, p. 37.

<sup>31</sup> SZEFLINSKA-BARAN, *art. cit.*, p. 23.

<sup>32</sup> JOST (François), *Est-ce que tu mèmes ? De la parodie à la pandémie numérique*, Paris, CNRS Éditions, 2022, p. 23.

<sup>33</sup> SHIFMAN, *op. cit.*, p. 90-91 ; XIE éd., *op. cit.*, p. 41.

<sup>34</sup> Littéralement : « opposition au scénario ».

situations ou encore des évènements en particulier ; l'effet humoristique est produit dès lors que le mème s'éloigne de ce qui aurait été attendu<sup>35</sup>.

L'exemple suivant<sup>36</sup> (figure 3) illustre bien cette notion d'opposition au scénario puisqu'en effet, nous y observons une intervention inattendue (demander ce qui fait que l'on a été choisi) dans un contexte défini (être enlevé) :

\*2 mins after being kidnapped\*  
me: \*blushing\* so what made y'all choose me



Figure 3 : exemple de « script opposition », *introvert.journal\_* (Instagram), publié le 06/12/2021.

Un autre effet humoristique est permis par la prise de distance par rapport au contexte originel<sup>37</sup> dont découle le mème. Ceci s'observe notamment lorsque ce dernier détourne un fait d'actualité, ou encore un élément de la sphère politique, comme le montre l'exemple suivant (figure 4) :



Figure 4 : mème sur l'actualité en France en vue des J.O. de 2024 à Paris, *memespolitiques* (Instagram), publié le 12/05/2024.

<sup>35</sup> XIE éd., *op. cit.*, p. 41.

<sup>36</sup> Nous traduisons : « 2 minutes après avoir été enlevé / [rougissant] alors, pourquoi m'avoir choisi ? »

<sup>37</sup> KAPLAN (Frédéric), NOVA (Nicolas), *La culture internet des mèmes*, Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes, 2016, p. 10.

Ce même prend appui sur l'actualité en France de deux manières. D'une part, nous relevons un aspect politique indéniable puisqu'il dénonce les mesures qui ont été prises dans le cadre des Jeux Olympiques organisés en juillet 2024 à Paris. Cela concerne notamment les étudiants bénéficiaires des logements du CROUS (« Centre régional des œuvres universitaires et scolaires ») qui ont été contraints de céder leur habitation pour les touristes et spectateurs attendus. Ce même dénonce également la situation des sans-abris, trop souvent laissés pour compte dans les rues alors que de nombreux moyens matériels et financiers ont été déployés dans le cadre des J.O. Ensuite, le second aspect de ce même joue sur l'actualité sportive. En effet, le 10 mai 2024, le célèbre joueur de football Kylian Mbappé a annoncé sa décision de quitter le club parisien PSG, suscitant de vives réactions et ayant fait l'objet d'une grande attention dans la presse. Ainsi, comme ce même le démontre, il est possible de relever des éléments liés à l'actualité et d'en proposer une production humoristique (et politisée dans ce cas-ci).

D'autres effets humoristiques peuvent être relevés dans l'ensemble des mêmes, tels que la rupture du mécanisme logique (ceci comprend notamment les exagérations) ; les situations qui incluent divers éléments inattendus, les stratégies narratives (lorsque le même prend la forme d'un dialogue, par exemple) et enfin l'utilisation d'un langage spécifique<sup>38</sup>. Les stratégies sont nombreuses et variées, mettant en lumière la complexité de ces productions dont l'un des critères communs est la présence d'humour à des degrés divers.

Par ailleurs, le *template* participe lui aussi à appuyer l'effet humoristique<sup>39</sup>. En effet, plus il est récurrent, plus il sera pertinent et aura de chance de provoquer des effets chez les récepteurs et réceptrices du même. C'est également le cas lorsque le *template* est lui-même détourné. L'exemple suivant (figure 5) est un *template* courant, nommé « Types of Headaches » (littéralement « types de maux de tête ») :

---

<sup>38</sup> XIE éd., *op. cit.*, p. 42.

<sup>39</sup> JEANNEROD, *art. cit.*, p. 217.

# Types of Headaches

**Migraine**



**Hypertension**



**Stress**



Figure 5 : *template* « Types of Headaches », issu du site *memegenerator*

Ce *template* a ensuite été détourné de sorte à produire d'autres mèmes, comme nous le montre l'exemple suivant (figure 6) :



Figure 6 : détournement du *template* « Types of Headaches », *memespolitiques* (Instagram), publié le 29/03/2023.

Dans cet exemple, le quatrième visage du *template* d'origine a été détourné de sorte à reproduire un stéréotype associé aux Bretons, en utilisant la forme rouge (censée représenter la douleur) afin de former un bonnet marin, symbole de l'identité bretonne. Ce même utilise donc une caractéristique associée à une région et une culture spécifique.



En somme, les effets humoristiques mis en avant dans les mèmes sont nombreux et dépendent de divers mécanismes linguistiques (jeu sur le langage, l'opposition de scripts...) et socio-culturels (détournement d'éléments d'actualité, de caractéristiques propres à une population, etc.), le tout dans une visée souvent sarcastique.

### **1.3. Production, circulation et réception des mèmes**

Les éléments principaux de formes et contenus des mèmes ayant été développés, nous allons à présent nous focaliser sur la vie des mèmes en abordant leur production (→ 1.3.1.), leur circulation sur Internet (→ 1.3.2.) avant de conclure cette section en nous concentrant sur leur réception auprès de publics définis (→ 1.3.3.).

#### **1.3.1. La production des mèmes**

Il est relativement simple de produire un mème. En effet, de nombreux sites spécialement dédiés à leur production (*knowyourmeme.com*, *makeameme.org*...) sont facilement et gratuitement accessibles. Il suffit de sélectionner un *template*, d'y adjoindre un élément textuel (cette étape n'est pas obligatoire en soi, puisqu'il est en effet possible de composer un mème à partir d'une ou plusieurs images) et ensuite de télécharger la production. Celle-ci peut alors être largement diffusée à partir de l'ordinateur ou du téléphone qui a servi à sa création.

Il est donc à supposer que toute personne pourrait potentiellement être productrice de mèmes : cela donne lieu à des productions très libres et dont les contenus sont extrêmement variés, appuyant ici quelques éléments déjà relevés précédemment.

#### **1.3.2. Une large circulation**

Une fois le mème composé, il peut être diffusé. Ceci prend différentes formes au sein des réseaux sociaux numériques.

Une première façon de diffuser un mème, et sans doute une des plus anciennes, est en pièce jointe à un mail ou à travers des forums en ligne. Nous ne nous focaliserons pas sur ce mode de transmission (qui par ailleurs se voit réduit face à l'ampleur des réseaux sociaux à l'heure actuelle). Une autre façon de diffuser un mème, davantage employée que les deux précédentes, est via les applications de messagerie instantanée (WhatsApp, Messenger...).

Ensuite, et c'est ici que nous plaçons l'intérêt principal de notre travail, un mème peut facilement et largement être diffusé sur les réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram, X (anciennement Twitter), Discord... Ceci se manifeste par deux fonctions différentes : la première est celle d'un mème publié de façon « indépendante », c'est-à-dire spontanément. À l'inverse, la seconde forme de diffusion est en réponse à une publication ou un message (avec ou sans mention explicite de la source d'origine).

Il existe à présent de très nombreux comptes Instagram diffusant des mèmes. Ces comptes publient des mèmes « généraux » (éléments de la vie quotidienne, situations souvent vécues...) ou bien plus spécifiques (autour d'une personnalité en particulier, d'un genre musical etc.). Il en va de même avec Facebook, puisque de nombreuses pages (générales ou spécifiques) servent à la diffusion de mèmes en tous genres. Nous reviendrons également sur les groupes fermés lorsque nous aborderons la réception au sein de communautés données (→ 1.4.1.).

### **1.3.3. La réception**

Au moment de leur diffusion, certains mèmes rejoignent des communautés numériques définies<sup>40</sup>. En effet, certains supposent que les mèmes circulent dans des « communautés homogènes<sup>41</sup> » dont les membres partagent des intérêts communs plutôt que sur Internet dans son ensemble. Ces communautés peuvent prendre, par exemple, la forme de groupes Facebook publics ou privés et de comptes Instagram. Les personnes qui en sont membres ou qui suivent ces comptes publics partagent des intérêts communs, ce qui favorise l'efficacité du mème, dans la mesure où il pourrait être plus facilement compris puisque transmis au sein d'une communauté spécifique avec des valeurs et intérêts communs.

Dans la suite de ce travail, nous nous focaliserons sur un compte Instagram public, *memes\_litteraires*, ainsi qu'un groupe Facebook « fermé<sup>42</sup> », *Neurchi de Camus*, afin de mettre en avant, dans le cas des mèmes littéraires, cet effet de communauté et l'influence dans les productions qui y circulent (→ 3.).

---

<sup>40</sup> WAGENER, *op. cit.*, p. 58.

<sup>41</sup> BAUCKHAGE (Christian), « Insights into Internet memes », dans NICOLOV (Nicolas) et SHANAHAN (James G.) dir., *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, vol. 5, n° 1, 2011 p. 47.

<sup>42</sup> Fermé car requiert une demande d'adhésion.

## 1.4. Fonctions pragmatiques

Nous venons de mettre en avant les caractéristiques principales qui permettent de comprendre comment un mème peut être produit et diffusé, ainsi que les éléments qui définissent son contenu. Néanmoins, il est à noter que ces productions relèvent de fonctions diverses. Nous allons envisager quelques fonctions pragmatiques des mèmes, en nous focalisant sur l'aspect de communauté et de viralité (→ 1.4.1.) avant d'envisager des fonctions propres aux domaines politique (→ 1.4.2.) et commercial (→ 1.4.3.) en illustrant nos propos par des exemples concrets.

### 1.4.1. Communautés et viralité

Face à ces nombreux éléments, nous posons enfin la question de la viralité en tant que critère essentiel ou non d'un mème. La viralité désigne la circulation rapide de certains éléments signifiants<sup>43</sup>, et celle-ci peut se voir davantage appuyée si le mème prend appui sur un fait d'actualité<sup>44</sup>.

Des chercheurs et chercheuses affirment qu'il est en effet indispensable qu'un objet culturel soit avant tout viral afin de produire par la suite un mème<sup>45</sup>. Ce critère croise celui de la cristallisation (→ 1.2.2.2.) : en effet, si un objet culturel ne produit pas de sens au sein d'une communauté donnée, le mème ne produira que peu voire pas d'effet et ne sera donc pas repartagé. Néanmoins, tout objet viral ne constitue pas forcément un mème<sup>46</sup>.

Il est cependant possible de nuancer quelque peu la question. Si la viralité est en effet une caractéristique essentielle dans la vie et diffusion d'un mème, il est surtout question de ceux publiés publiquement. En revanche, dans le contexte privé (par exemple dans le cadre de conversations privées d'un groupe sur WhatsApp), le critère de la viralité perd de sa pertinence. Des mèmes peuvent être produits par une communauté réduite (comprenant des amies et amis qui échangent dans un groupe privé) et les références qui y circulent ne concernent que le groupe restreint. Ainsi, dans certains contextes, le plus

---

<sup>43</sup> WAGENER, *art. cit.*, p. 832.

<sup>44</sup> WAGENER, *op. cit.*, p. 23-24.

<sup>45</sup> CANNIZZARRO, *art. cit.*, p. 575.

<sup>46</sup> WIGGINS (Bradley), *The Discursive power of memes in digital culture : ideology, semiotics, and intertextuality*, New-York, Routledge, 2019, p. 4-5.

souvent privés, la viralité n'est donc pas un critère primordial, bien qu'elle soit d'une importance capitale dans le cadre d'une diffusion publique.

Les sections qui suivent envisageront deux variétés de mèmes (relatifs à la politique et au domaine publicitaire/commercial). Nous envisagerons de quelles façons les mèmes sont rendus viraux et circulent auprès de communautés données.

#### ***1.4.2. Usages en politique***

De nombreux mèmes voient le jour et sont largement diffusés dans une perspective politique. En effet, lors de périodes d'élection ou de campagnes électorales<sup>47</sup>, il est de plus en plus fréquent de rencontrer des productions qui mettent en avant des intervenants directement reliés auxdites élections. Il est par ailleurs de plus en plus fréquent que des personnalités politiques (mais surtout leurs équipes de communication) cherchent à établir un contact avec les votants potentiels à travers les réseaux sociaux<sup>48</sup>.

Du côté des internautes, des séquences de débat ou encore des propos tenus lors d'un passage télévisé peuvent alors être repris afin de produire des mèmes ensuite largement repartagés par d'autres, de sorte à devenir viraux.

Nous mettons ici en avant un exemple en lien avec le débat entre Emmanuel Macron et Marine Le Pen en France en avril 2022, dont certaines séquences ont été à l'origine de nombreux mèmes. L'origine de ces productions était parfois explicitement indiquée, par un # dans de nombreux cas (*#debatmacronlepen*). Le mème suivant (figure 7) est un exemple parmi tant d'autres :

---

<sup>47</sup> BAUCKHAGE, *art. cit.*, p. 42.

<sup>48</sup> KIRNER-LUDWIG (Monika), « Internet Memes as Multilayered Re-contextualization Vehicles in Lay-political Online Discourse » dans XIE éd., *op. cit.*, p. 147.



Figure 7: détournement d'un passage du débat Macron-Lepen, @AlisonDlm (X – anciennement *Twitter*), publié le 23/04/2022.

Ce mème, dont l'image ne provient pas du débat, se joue des difficultés rencontrées par Marine Le Pen face à Emmanuel Macron au travers d'une séquence textuelle fictive. Nous y voyons Marine Le Pen, en pleurs, dans les bras de son père, Jean-Marie Le Pen, regrettant son manque de préparation au débat en ayant notamment omis de revoir son programme. Nous relevons ici la visée sarcastique de ce mème à usage politique, l'objectif étant d'appuyer la baisse de crédibilité de Marine Le Pen à la suite de certains passages du débat télévisé.

Il existe également, de façon plus large, des pages spécialement dédiées à la diffusion de mèmes au contenu politique, tels que *memespolitiques* sur Instagram ou encore le compte *Memés Décentralisés* (Instagram et Facebook) qui allie vie politique et caractéristiques propres aux différentes régions de France.

### 1.4.3. Usages en publicité

Un autre usage de plus en plus fréquent est l'utilisation de mèmes à des fins commerciales<sup>49</sup>. L'objectif suivi est de promouvoir des produits et des marques, en profitant du caractère largement diffusé du mème, afin de toucher un vaste public. Dans cette perspective, différentes marques ou compagnies officielles produisent et diffusent

<sup>49</sup> WAGENER, *art. cit.*, p. 832 ; BAUCKHAGE, *art. cit.*, p. 42.

par elles-mêmes des mèmes à visée publicitaire via leurs réseaux sociaux, comme nous l'observons dans l'exemple suivant<sup>50</sup> (figure 8) :



Figure 8 : mème produit par *Ryanair* en période de vacances d'été, *Ryanair* (Instagram), publié le 16/08/2023.

L'exemple de la compagnie aérienne illustre une situation où un employé aurait demandé des jours congé, mais que ceux-ci auraient été refusés par le patron une fois seulement que le vacancier serait arrivé sur son lieu de voyage. La situation incongrue suscite le rire, d'autant plus que l'image est un chien qui porte un chapeau (l'illustration est donc éloignée du contexte, appuyant également l'aspect humoristique) qui s'exprime en prononçant l'expression espagnole « Dios mio » (littéralement ; « (Oh) mon Dieu »). Il est d'autant plus intéressant de relever que le mème a été publié directement par le compte Instagram officiel de la compagnie aérienne ; l'effet humoristique s'en retrouve renforcé du fait qu'elle se place en quelque sorte comme responsable de la situation fictive (pourtant plausible) dans laquelle s'est impliqué le vacancier.

Plus proche encore du sujet de ce travail, il est à noter que différentes librairies, maisons d'édition, plateformes d'achat et vente de livres de seconde main etc. utilisent elles aussi les mèmes sur leurs réseaux sociaux afin d'attirer l'attention d'un public plus large. L'exemple suivant (figure 9) est tiré du compte *Instagram* des éditions *J'ai lu* :

---

<sup>50</sup> Nous traduisons : « Patron : désolé, je ne peux pas approuver ces congés / Toi, déjà en Espagne / (oh) mon Dieu ».

**DÉSOLÉE JACK, MAIS LES LIVRES D'ABORD.**



Figure 9 : Détournement d'une séquence du film *Titanic*, rendant compte de l'importance des livres, *jailu\_editions* (Instagram), publié le 03/02/2023.

Ce même détourne la célèbre scène du film *Titanic* dans laquelle Rose ne peut accueillir Jack sur son radeau, par manque de place. Nous reconnaissons bel et bien la scène du film, si ce n'est que des piles des livres ont été ajoutées à l'image, de sorte, avec l'appui de la partie textuelle, de mettre en avant leur importance.

Ce même, comme l'exemple précédent de *Ryanair* (figure 8), peut être lu de deux façons. La première est celle du même en tant que tel, avec ses éléments visuels et textuels. La seconde est de relever qu'il a été publié par un organisme officiel<sup>51</sup>. Ceci peut susciter une réaction particulière du côté des récepteurs, soulignant par ailleurs l'aspect humoristique du fait que les mêmes n'ont pas été diffusés par des personnes anonymes mais par des instances reconnues.

En somme, qu'il s'agisse d'une utilisation à des fins politiques ou commerciales, le point commun entre ces différents usages est l'utilisation de l'aspect léger et humoristique des mêmes<sup>52</sup>. Nous relevons également, au travers de ces quelques exemples, que des organismes officiels produisent et diffusent des mêmes, ce qui conduit à lire ces productions en deux temps. Il est inévitable que ce genre d'emploi suscite un intérêt de la

<sup>51</sup> Sur Instagram mais aussi Facebook, beaucoup de comptes officiels sont indiqués par un sigle spécifique accolé au nom du compte.

<sup>52</sup> WAGENER, *art. cit.*, p. 839.

part des consommateurs qui pourraient plus facilement se tourner vers ces comptes, et sans doute, à terme, de consommer les produits proposés par les marques.

Dans l'ultime chapitre de ce travail, nous porterons une attention particulière aux mèmes publiés directement par les maisons d'édition, en commentant leurs contenus ainsi que les effets produits (→ 5.).

### 1.5. Perspectives d'étude et cadres conceptuels

L'intérêt d'envisager les mèmes comme objet d'étude est multiple. Outre les usages qui s'inscrivent dans nos modes de communication actuels ou encore dans notre perception du monde social, les mèmes répondent également à des perspectives sémiolinguistiques.

Ils constituent un langage à part entière<sup>53</sup> et nous pouvons y voir, à juste titre, un « dépassement du linguistique pur<sup>54</sup> » : il est possible, par exemple, d'inscrire les mèmes dans des disciplines comme celles de la sociolinguistique<sup>55</sup>, en étudiant les différents sociolectes qu'il serait possible de rencontrer, pour ne citer que cet exemple d'approche.

Ces questionnements suscitent également notre intérêt, bien que nous fassions le choix, dans les pages qui suivent, d'inscrire notre travail en considérant comme notion centrale celle de l'*intertextualité* (→ 1.5.1.).

#### 1.5.1. La notion d'intertextualité

La notion d'intertextualité, introduite par Julia Kristeva en 1967<sup>56</sup>, a été réutilisée à de nombreuses reprises dans les travaux portant sur les mèmes<sup>57</sup> ; elle reste néanmoins complexe à saisir et certains considèrent qu'elle implique un « flou terminologique<sup>58</sup> ».

---

<sup>53</sup> WAGENER, *op. cit.*, p. 23-24.

<sup>54</sup> *Ibid.*, p. 61.

<sup>55</sup> Voir : GOUDET (Laura Gabrielle), « Anthropomorphisme et sociolecte des mèmes Internet : *lolcats* et *celebrities* », *Babel : Civilisations et sociétés*, n° 11, 2016, p. 59-84 ; HVASS HOLM (Cille), « What Do You Meme ? The Sociolinguistic Potential of Internet Memes », *Leviathan : Interdisciplinary Journal in English*, n° 7, 2021 ; KROSTADINOVSKA-STOJECHJEVSKA (Bisera), SHALENSKA (Elena), « Internet Memes and their Socio-linguistic Features », *European Journal of Literature, Language and Linguistics Studies*, vol. 2, n° 4, 2018, p. 158-169.

<sup>56</sup> KRISTEVA (Julia), « Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman », *Critique*, n° 239, 1967, p. 438-465.

<sup>57</sup> DENISOVA (Anastasia), *Internet memes and society. Social, cultural and political contexts*, New-York, Routledge, 2019 ; FECHINE (Yvana), « Pour une sémiotique de la propagation : invention et imitation sur les réseaux sociaux », *Actes Sémiotiques*, n° 121, 2018 ; SHIFMAN, *op. cit.* ; WAGENER, *art. cit.* ; WAGENER, *op. cit.* ; WIGGINS, *op. cit.* ; XIE éd., *op. cit.*

<sup>58</sup> GIGNOUX (Anne-Claire), « De l'intertextualité à la réécriture », *Cahiers de Narratologie*, vol. 13, 2006, §1.



Ceci a pour conséquence des confusions entre des notions pourtant différentes<sup>59</sup>, par exemple entre l'intertexte et l'interdiscours<sup>60</sup>.

Des recherches ont quant à elles envisagé la notion plus largement : Anne-Claire Gignoux souligne ceci en se référant à l'ouvrage *Palimpsestes* de Gérard Genette<sup>61</sup> dans lequel l'approche est plus globale, introduisant par ailleurs la notion de *transtextualité* et appuyant de ce fait la pluralité des théories et des pratiques autour de l'intertextualité<sup>62</sup>. D'autres chercheurs (Anne-Claire Gignoux mentionne Marc Angenot) considèrent quant à eux l'intertextualité comme une notion qui dépendrait des compétences du lectorat qui serait capable, ou non, d'établir le rapprochement entre l'auteur d'un texte et ses prédécesseurs<sup>63</sup>. Ceci appuie davantage le caractère flou de la notion puisqu'en suivant ce point de vue, l'intertextualité pourrait varier d'un lecteur à l'autre<sup>64</sup>, la rendant ainsi variable et aléatoire. Il semble indéniable, dès lors, que la notion d'intertextualité soit liée à la réception<sup>65</sup>.

Cette notion reste néanmoins primordiale dans le cadre de l'étude des mèmes, et plus particulièrement des mèmes littéraires. Nous considérons cette notion comme désignant, en somme, le rapport qu'entretiennent entre eux différents textes<sup>66</sup>. Dans la question des mèmes littéraires tels que nous les envisagerons par la suite, c'est notamment le cas lorsque les mèmes prennent appui sur des références textuelles directes, en citant des noms d'auteurs et autrices ou bien des titres d'ouvrages, mais aussi en reformulant, imitant ou encore parodiant un discours, une phrase célèbre, un extrait de roman. Puisque la définition retenue est très large, elle implique des phénomènes variés<sup>67</sup>.

---

<sup>59</sup> GIGNOUX, *art. cit.*, § 1.

<sup>60</sup> PAVEAU (Marie-Anne), « Interdiscours et intertexte », *Linguistique et littérature : Cluny, 40 ans après*, Besançon, 2008, p. 93-105.

<sup>61</sup> GENETTE (Gérard), *Palimpsestes. La littérature au second degré*, Paris, Seuil, 1982.

<sup>62</sup> GIGNOUX, *art. cit.*, § 3.

<sup>63</sup> *Ibid.*, § 4.

<sup>64</sup> *Ibid.*

<sup>65</sup> *Ibid.*

<sup>66</sup> GIGNOUX (Anne-Claire), *Introduction à l'intertextualité*, Paris, Ellipses, 2005, p. 53.

<sup>67</sup> *Ibid.*

Le mème suivant (figure 10) reprend un dialogue extrait de la pièce *Tartuffe* de Molière :

|                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| - La déclaration est tout à fait<br>galante,<br>Mais elle est, à vrai dire, un<br>peu bien surprenante.<br>Vous deviez, ce me semble,<br>armer mieux votre sein,<br>Et raisonner un peu sur un<br>pareil dessein.<br>Un dévot comme vous, et que<br>partout on nomme.... | - Ah ! Pour être dévot, je<br>n'en suis pas moins<br>homme |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|



Figure 10: reprise d'un extrait de *Tartuffe* avec le *template* « Woman Yelling At Cat », *memes\_intellol* (Instagram), publié le 09/01/2024.

Ce mème est d'autant plus intéressant qu'il utilise un *template* connu et fréquemment utilisé (« Woman Yelling At Cat »), ensuite adapté à la pièce *Tartuffe* de Molière. Les personnages d'Elmire et de Tartuffe sont remplacés par la femme et le chat du *template*, mais le dialogue reste identique à la pièce. En utilisant un extrait d'une œuvre et en l'adaptant dans une perspective ironique (où les personnages sont remplacés par les éléments du *template* et exprimant des émotions telles que la colère et le sarcasme), ce mème a recours à un procédé intertextuel.

Tout au long de ce travail, nous envisagerons davantage de cas particuliers et dégagerons les effets produits par ces mèmes littéraires ; nous tenterons d'établir en quoi ils régissent notre perception des textes et sur quels matériaux ils prennent appui.

Dans un chapitre ultérieur, nous observerons comment sont concrètement modélisés ces processus intertextuels au travers des mèmes ainsi que les quelques difficultés qu'implique cette démarche (→ 4.).

## 1.6. Questions de méthode

Proposer un travail sur les mèmes s'accompagne de quelques difficultés du fait de leur création spontanée et libre. Les deux principales difficultés rencontrées concernent les questions d'auctorialité et de référencement des mèmes, ainsi que la composition du corpus, qui dépend en partie des algorithmes.

Dans les pages qui suivent, nous aborderons plus spécifiquement ces deux aspects en considérant, d'une part, les questions relatives à l'auctorialité ainsi qu'une proposition de référencement des mèmes (→ 1.6.1.). D'autre part, nous reviendrons sur la notion d'algorithme, en considérant l'influence dans la constitution de notre corpus (→ 1.6.2.).

### 1.6.1. *Référencement des mèmes*

Nous posons ici la question de l'auctorialité des mèmes. Dans la plupart des cas, il est très difficile voire impossible de déterminer qui est l'auteur originel d'un mème. Dès lors, comment référencer ces productions, par exemple dans le cadre d'un travail de recherche comme celui-ci ?

Un chercheur tel que Arran John Rees, spécialiste dans le domaine des mèmes, soulève la question du *copyright*<sup>68</sup>. Il explique qu'il est possible de rencontrer plusieurs copies d'un mème donné, ou qu'un mème peut donner lieu à des versions « remixées », c'est-à-dire détournées, modifiées. Il est donc difficile d'identifier celui ou celle qui le possède, et donc qui détient (ou brise) le *copyright*<sup>69</sup>. De plus, Arran John Rees explique qu'à ce jour, il existe encore trop peu de législation quant aux productions nées numériquement.

Dans le cadre de ce travail, nous proposons de résoudre cette difficulté d'établir l'appartenance des mèmes en les référençant non par leur source d'origine<sup>70</sup> (puisque'il est parfois difficile voire impossible de détenir le ou la propriétaire d'un mème) mais en indiquant le « lieu » (ici, le réseau social) par lequel nous les avons obtenus.

Nous suivons donc le référencement des mèmes tel qu'introduit dans les exemples précédents, à savoir : brève description du mème ; nom de la source indiqué en italique

---

<sup>68</sup> REES, *art. cit.*, p. 209.

<sup>69</sup> *Ibid.*

<sup>70</sup> C'est néanmoins ce que WAGENER (et bien d'autres) propose dans : *Mémologie, op.cit.*

(en précisant le réseau social entre parenthèses) ; date de publication sur le réseau social en question, dans la mesure où ces informations nous sont connues.

### 1.6.2. *Algorithmes et corpus*

La dernière section de ce chapitre porte sur les algorithmes, dont l'importance semble avoir quelque peu été mise de côté dans certains travaux relatifs aux mèmes. Dans un premier temps, nous mettrons en avant une définition avant de dégager quelques observations générales directement liées à la formation de notre corpus de mèmes.

Dans son ouvrage *L'analyse du discours numérique*, Marie-Anne Paveau propose une définition de l'algorithme. Elle les définit comme suit :

« Les algorithmes sont des suites d'interactions qui permettent de résoudre des problèmes. Sur Internet, ils permettent de résoudre celui du traitement de l'information [...]. Pour cela, ils effectuent des calculs qui vont produire des effets : certaines informations vont apparaître plus souvent ou en meilleure place que d'autres [...]»<sup>71</sup>.

Il est également possible de les classer en suivant une métaphore spatiale, situant les algorithmes dans leur rapport au web : à côté, au-dessus, dans et en dessous<sup>72</sup>. La troisième famille correspond à l'idée que les mèmes surgissent dans les fils d'actualité de façon calculée, selon nos modes d'interaction avec d'autres mèmes ou contenus associés (nous retrouvons ici le principe de réputation<sup>73</sup>) via les *likes* par exemple.

Un des effets algorithmiques observé au cours des recherches qui ont alimenté ce travail est la présence plus fréquente, dans les fils d'actualité (Facebook et Instagram dans notre cas), de publications en rapport, de près ou de loin, à la littérature et aux auteurs et autrices. De fait, plus nous interagissons avec un certain type de productions au contenu littéraire (qu'il s'agisse de mèmes ou non), via des *likes* ou des partages, plus nous avons la possibilité d'en « recevoir » davantage dans notre fil d'actualité.

---

<sup>71</sup> PAVEAU, *op. cit.*, p. 19.

<sup>72</sup> *Ibid.*, p. 21.

<sup>73</sup> *Ibid.*

À titre d'exemple, une partie de ce travail portera sur la figure d'Albert Camus et quelques-unes de ses œuvres ayant fait l'objet de nombreux mêmes (→ 3.2.). Dans le cadre de nos recherches, il a été nécessaire de consulter différents contenus et, au fil du temps, des publications reprenant des citations de l'auteur, des faits anecdotiques et surtout des mêmes nous sont parvenus avec la mention de *Suggestions pour vous* comme nous l'observons dans l'exemple suivant<sup>74</sup> (figure 11) :



Figure 11 : même sur Albert Camus obtenu par effet algorithmique explicite, *the\_philofficer* (Instagram), publié le 10/02/2024.

Dans ce même, nous y observons l'auteur Albert Camus face à Maria Casarès. Cette dernière, dans un dialogue fictif, lui demande s'il suit une thérapie, ce à quoi il répond qu'il est la raison pour laquelle certains en suivent une.

Il s'agit ici d'un exemple assez explicite d'effet algorithmique, du fait qu'il s'agisse d'une suggestion indiquée. Néanmoins, la plupart du temps, les algorithmes demeurent masqués, rendant ainsi leur documentation impossible<sup>75</sup>.

En somme, l'algorithme tient une place considérable dans le cadre de ce travail puisqu'il a occasionné l'apparition d'autres productions propres au domaine littéraire, permettant ainsi d'élargir le corpus dont nous disposons<sup>76</sup>.

<sup>74</sup> Nous traduisons : « Suis-tu une thérapie ? / Je suis la raison pour laquelle les gens en suivent une ! »

<sup>75</sup> REES, *art. cit.*, p. 207.

<sup>76</sup> Voir en Annexes les autres mêmes obtenus par effet algorithmique explicitement indiqué.

## 2. Faire usage de la littérature

---

### 2.1. État de la question : mise en circulation sociale des références littéraires au 21<sup>e</sup> siècle

Ce travail porte sur une mise en circulation spécifique des références littéraires à travers un format numérique. Les mêmes manient, de différentes manières, des éléments propres à des ouvrages, des genres littéraires, des auteurs et autrices ou encore à des pratiques autour de la littérature et de notre conception de l'objet-livre. Néanmoins, le processus de récupération des références littéraires et de leur mise en circulation au sein de la société à travers des mediums différents n'est pas nouveau.

Nous envisagerons à présent les domaines de la publicité (→ 2.1.1.), de la musique et plus particulièrement du rap (→ 2.1.2.), et enfin celui des séries télévisées (→ 2.1.3.). Dans chacune de ces sections, après avoir posé quelques bases théoriques, nous analyserons et commenterons des exemples concrets de mise en circulation de références littéraires.

#### 2.1.1. *Quand la littérature s'inclut dans la publicité*

Littérature et publicité sont le plus souvent étudiées comme des domaines distincts<sup>77</sup>. Dès lors, il serait légitime de se questionner quant au possible rapport que ce média entretient avec la littérature. Des études ont permis d'établir la pertinence du lien entre littérature et publicité, en appuyant notamment l'intérêt culturel de cette dernière<sup>78</sup>. Dans un premier temps, nous reviendrons aux prémices des questionnements entre littérature et publicité. Après avoir posé ce cadre historique, nous défendrons dans un second temps l'intérêt d'envisager l'utilisation des références littéraires par les publicitaires avant de clôturer cette section par l'analyse et le commentaire d'un cas précis.

---

<sup>77</sup> BOUCHARENC (Myriam), GUELLEC (Laurence), MARTENS (David), « La littérature au pays de la publicité. Circulations intertextuelles, médiatiques et sociologiques », *Interférences littéraires/Littéraire interférenties*, n° 18, 2016, p. 187 ; HARIR (Dalila), *Publicité et littérature : une approche sémiotique*, Thèse de doctorat non publiée, Université Paris VIII, 2013, p. 6.

<sup>78</sup> BACHAND (Denis), « L'art dans/de la publicité : de la poésie à la prophétie », *Études françaises*, vol. 22, n° 3, 1986, p. 22.

Le 19<sup>e</sup> siècle marque un véritable tournant dans le rapport entre publicité et littérature<sup>79</sup>. En effet, de plus en plus de marques empruntent des éléments aux textes classiques<sup>80</sup> mais également aux genres littéraires, aux figures d'auteurs ainsi qu'au prestige associé à la littérature<sup>81</sup>. Néanmoins, ce rapport entre littérature et publicité a suscité quelques polémiques, en particulier lorsque les auteurs s'impliquaient eux-mêmes dans des démarches publicitaires : comme le mentionne José-Louis Diaz, des critiques ont été adressées auprès d'auteurs ayant rédigé des réclames<sup>82</sup> ; certaines réprobations allaient jusqu'à regretter un véritable « charlatanisme littéraire<sup>83</sup> ». Néanmoins, l'approche adoptée ici ne consistera pas à explorer davantage les problématiques liées à l'association de ces deux domaines pourtant distincts.

Les questions auxquelles nous tenterons de répondre à présent sont les suivantes : pourquoi et comment les publicitaires usent-ils des références littéraires ? De façon plus large, quels sont les effets que nous pouvons en retirer en tant que public auquel sont destinées les publicités ?

Nous pouvons relever deux motivations principales qui justifient l'usage de références littéraires au sein des publicités : le sentiment de culture partagée ainsi que les valeurs associées aux différents genres littéraires.

Dans un premier temps, une des stratégies en publicité est le recours à des éléments appartenant à une culture partagée, de façon à permettre une plus large reconnaissance auprès du public visé<sup>84</sup>. Cette stratégie peut également se servir d'éléments propres au domaine littéraire, tels que des passages de romans ou de poèmes connus, des motifs directement associés à des genres littéraires et d'autres encore. Un argument qui appuie davantage le recours à des éléments du domaine littéraire est fourni par la notion d'« espace scolaire de la littérature » relevée par Roland Barthes<sup>85</sup>. Selon cette idée, les souvenirs d'école, ici les textes lus et les auteurs étudiés, permettent de créer une culture

---

<sup>79</sup> BOUCHARENC *et al.*, *art. cit.*, p. 187.

<sup>80</sup> *Ibid.*

<sup>81</sup> *Ibid.*, p. 192.

<sup>82</sup> DIAZ (José-Louis), « Et la littérature tomba dans la réclame... », dans : BOUCHARENC (Myriam) et GUELLEC (Laurence) dir., *Portraits de l'écrivain en publicitaire*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. « La Licorne », 2018. Chapitre disponible en ligne : <<https://books.openedition.org/pur/179162>>, consulté le 30/03/2024.

<sup>83</sup> *Ibid.*

<sup>84</sup> BOUCHARENC *et al.*, *art. cit.*, p. 188.

<sup>85</sup> HARIR, *op. cit.*, p. 46.

commune qui serait ensuite mobilisée par les publicités et qui parviendrait au public sous la forme d'un souvenir.

Dans un second temps, les différentes valeurs associées aux genres littéraires contribuent à doter les publicités d'effets spécifiques. Dans sa thèse, Dalila Harir soulève les caractéristiques de différents genres littéraires, leur degré de présence dans les publicités ainsi que les valeurs qui justifient leur usage. Il en ressort que les plus couramment employés sont la poésie, principalement sous forme de vers qui peuvent être modifiés et ainsi former des slogans<sup>86</sup>, ainsi que les fables qui sont quant à elles le plus couramment réinventées<sup>87</sup>. Les contes rencontrent également un certain succès dans le domaine de la publicité ; ils impliquent en effet des valeurs telles que l'universalité et la morale<sup>88</sup>. Ces valeurs aident donc à faire passer un message véhiculé par les publicités qui les emploient. Enfin, bien que le genre romanesque soit quant à lui plus rarement employé, les auteurs sont tout de même considérés comme source d'inspiration<sup>89</sup>.

Ainsi, nous pouvons constater qu'ici aussi s'impose l'intérêt du concept d'intertextualité tel que nous l'avons abordé précédemment (→ 1.5.1.). En effet, les publicités qui usent de références littéraires, qu'elles soient explicites ou non, prennent appui sur un texte donné, en tirent des éléments spécifiques et enfin, le réécrivent.

À titre d'exemple, dans l'une de ses publicités<sup>90</sup>, la marque de voiture *Mercedes* réutilise la fable *Le Lièvre et la Tortue* de Jean de La Fontaine. Alors que le lièvre se vante de sa rapidité, comme dans la fable d'origine, la tortue trouve un moyen de dépasser son rival en conduisant une voiture de la marque. Au bout du compte, la tortue ressort gagnante de la course et la morale est donc similaire à celle du texte d'origine, puisque dans les deux cas, l'arrogance du lièvre ne garantit pas sa victoire.

Comme le soulignait déjà Dalila Harir dans sa thèse, les fables offrent de nombreuses possibilités de réinvention en publicité<sup>91</sup>. De plus, ces textes étant fréquemment étudiés à l'école, nous pouvons supposer que le sens de cette publicité puisse être largement

---

<sup>86</sup> HARIR, *op. cit.*, p. 58.

<sup>87</sup> *Ibid.*, p. 70.

<sup>88</sup> *Ibid.*, p. 66.

<sup>89</sup> *Ibid.*, p. 64.

<sup>90</sup> URL : <<https://www.dailymotion.com/video/x2ftjmt>>, consulté le 07/04/2024.

<sup>91</sup> HARIR, *op. cit.*, p. 70.



compris. Ainsi, la création de ce parallélisme entre la morale de la fable de La Fontaine et la voiture de la marque *Mercedes* est une façon intéressante de placer une référence littéraire, le tout dans une perspective avant tout commerciale.

### **2.1.2. Littérature et rap : une possible conciliation ?**

L'intérêt est ici de considérer les références littéraires en musique, et plus précisément dans le rap français. Ceci va à l'encontre de certaines idées reçues selon lesquelles les rappeurs seraient dépourvus d'une riche culture littéraire<sup>92</sup>. Ce genre musical est encore trop souvent stigmatisé et dénigré, mais est pourtant « mouvant, multiforme, à la fois savant et populaire<sup>93</sup> ». Ceci rejoint la conception des mèmes telle que nous la défendons ; comme l'ont indiqué certains chercheurs et chercheuses, ils ont été longtemps mis de côté par les sphères académiques et scientifiques. Pourtant, rap et mèmes sont à l'origine de productions diverses et complexes, qui mobilisent des ressources extrêmement riches et variées.

Les pages qui suivent mettront en avant le parallélisme qu'il est possible de relever entre le poète et le rappeur ainsi que la modélisation des références littéraires relevées dans des extraits de textes du rappeur français Dooz Kawa.

L'aspect qui apparaît en premier lieu est la conception de la figure de rappeur associée à celle du poète. Dans son ouvrage, la chercheuse Bettina Ghio précise que : « De toute évidence, le rappeur est un poète, dans l'acception la plus classique du terme [...] »<sup>94</sup>. Les rappeurs et rappeuses vont également user de motifs divers pour se rapprocher ou au contraire s'éloigner de l'idéal-type du poète. Certains vont s'approprier des motifs stéréotypés tels ceux du « poète drogué » ou condamné<sup>95</sup>. C'est une façon pour les artistes de se placer à l'écart de la société. D'autres semblent, au contraire, employer le prestige associé à certaines figures de poètes, tels que Charles Baudelaire dans de nombreux cas,

---

<sup>92</sup> Idée défendue dans l'ensemble de l'ouvrage : GHIO (Bettina), *Sans fautes de frappe. Rap et littérature*, Marseille, Le mot et le reste, 2016.

<sup>93</sup> ROLLAND (Nina), « "Dans la rue et le bitume ne poussent que les fleurs du mal" : jouer et déjouer Charles Baudelaire et sa poésie dans le rap français », *Itinéraires*, vol. 3, 2020, §15.

<sup>94</sup> GHIO, *op. cit.*, p. 154.

<sup>95</sup> ROLLAND, *art. cit.*, §22.

de façon à se placer en « artiste intellectuel<sup>96</sup> », comme Nina Rolland l'évoque après analyse de la production du rappeur Lonepsi.

L'origine de cette conception du rappeur en tant que poète est à rechercher à l'époque médiévale chez les troubadours. En effet, Bettina Ghio relève deux aspects communs. Le premier est que rappeurs et troubadours destinent leurs textes à être chantés<sup>97</sup>. De plus, d'un point de vue plus linguistique, ils se placent chacun à l'écart de la norme en vigueur : les troubadours composent des textes qui diffèrent du latin<sup>98</sup>, étant ainsi les « premiers à employer la langue vulgaire en poésie<sup>99</sup> » et les rappeurs puisent dans la richesse de la langue, rendant compte ainsi des pratiques effectives<sup>100</sup>.

Ce parallélisme entre rappeurs et poètes se présente sous d'autres aspects encore. Le plus facilement perceptible est l'usage de rimes dans les chansons ; l'aspect métrique propre à la poésie se rencontre également très largement dans les textes de rap<sup>101</sup>.

Enfin, un autre critère notable est l'expression de revendications similaires : Bettina Ghio utilise, à titre d'exemple, la comparaison que Thomas Ravier emploie en comparant le déversement de haine que l'on rencontre aussi bien dans les textes de l'auteur français Louis-Ferdinand Céline que dans ceux du rappeur Booba<sup>102</sup>.

Cette première partie, ayant pour but d'introduire des critères de légitimation du rapport entre rap et littérature, nous permet de rentrer dans le vif du sujet en envisageant la modélisation de références littéraires dans un corpus défini.

Rassembler toutes les manifestations de références littéraires dans ce vaste corpus que représente le rap français est une tâche gigantesque et il va donc de soi que des choix ont dû être effectués. L'artiste qui a attiré notre attention est Dooz Kawa : ses textes sont riches et présentent bon nombre de références qu'il est possible d'inclure dans le cadre de ce travail. De plus, certains albums dont nous avons tiré des extraits sont postérieurs aux travaux de Bettina Ghio (2016) et de Nina Rolland (2020) ; il s'agit donc également,

---

<sup>96</sup> ROLLAND (Nina), *art. cit.*, §9.

<sup>97</sup> GHIO (Bettina), *op. cit.*, p. 156.

<sup>98</sup> *Ibid.*

<sup>99</sup> *Ibid.*

<sup>100</sup> *Ibid.*

<sup>101</sup> *Ibid.*, p. 134

<sup>102</sup> RAVIER (Thomas), « Céline, rappeur sans musique, sans personne, sans rien », *Nouvelle Revue Française*, n° 555, 2000.

dans une certaine mesure, de compléter ce qu'elles ont accompli auparavant. Nous aborderons trois exemples tirés d'albums différents et commenterons la forme que prennent ces références littéraires.

Le premier exemple est issu de cet extrait du titre « Cherche l'amour », de l'album *Étoiles du sol* (2010) :

Ici les jeunes dragons crachent des flammes sur les lopes-sa  
Dans ce monde vouloir chaque Esmeralda, c'est pleurer comme Aragon  
À la gloire des yeux d'Elsa

Ce passage est particulièrement intéressant car il mobilise deux références littéraires distinctes. La première fait allusion au personnage d'Esmeralda, du roman *Notre-Dame de Paris* de Victor Hugo, reconnue pour sa grande beauté. Cette allusion à ce personnage est assimilée à une seconde référence, qui prend cette fois-ci la forme d'une mention directe d'un auteur, Louis Aragon, et de son recueil de poèmes *Elsa*.

Le second exemple qui a attiré notre attention est tiré de « Le temps des assassins », de l'album *Contes Cruels* (2017) :

Les muses sont peut-être des déesses attirées par des vains mots  
Mais comme les poètes elles disparaissent et Verlaine tire sur Rimbaud

Dans cet extrait, c'est le célèbre épisode d'un coup de feu entre les poètes et amants Paul Verlaine et Arthur Rimbaud qui est mis en avant. Il est à supposer qu'en mentionnant cet épisode, l'artiste considère que le fait est encore connu par le public du 21<sup>e</sup> siècle, alors qu'il s'est déroulé plus de 150 ans auparavant.

Enfin, et plus récemment encore, « Si ce monde » de l'album *Nomad's Land* (2020) remonte plus loin dans l'histoire de la littérature française pour mettre en avant une référence tirée de l'époque médiévale :

Je crois que l'enfer c'est pas les autres car j'aurais aimé vous y voir [...]  
Mais dans un doute parfois j'hésite et si ce monde n'était pas prêt  
On perdrait prise quand on s'isole et t'es comme Tristan sans Yseult

Cette référence sous forme de mention du couple dans *Tristan et Yseult* permet d'affirmer la continuité du roman, notamment l'aspect tragique de la relation amoureuse entre les deux amants. La seconde référence qu'il est possible de relever dans cet extrait est plus implicite et prend la forme d'une reformulation à la négative du célèbre « L'enfer c'est les autres » tirée de la pièce *Huis clos* de Jean-Paul Sartre.

Nous retenons de ces trois exemples (parmi tant d'autres) que l'artiste fait usage de références au travers de ces textes le plus souvent sous forme de mentions explicites (en citant le nom d'auteurs ou de personnages) ou d'allusion implicites (par la reformulation). Ainsi, Dooz Kawa puise dans la littérature, du côté des auteurs, des romans, des personnages et aussi des faits marquants.

Un point commun relevé dans ces trois exemples est l'emploi de la conjonction « comme », ayant pour utilité de mettre en avant une relation de similitude entre deux éléments. Dans les exemples que nous avons abordés, la similitude est établie entre, d'une part, la référence littéraire (en mentionnant un personnage tels qu'Esmeralda, un ou des auteurs) et d'autre part, le public ciblé (sous la forme de la deuxième personne du singulier dans le troisième exemple, ou encore en désignant « les muses » dans le second extrait). C'est une façon d'établir un rapport de légitimité entre les différents éléments inclus dans la comparaison introduite par la conjonction « comme ».

Ainsi que nous l'avions relevé dans le point précédent sur les publicités, l'emploi de références littéraires dans le cas du rap, et plus particulièrement chez Dooz Kawa, a pour effet de réinventer les usages que nous faisons des éléments propres au domaine littéraire.

### **2.1.3. La littérature dans les séries télévisées**

Il est de nos jours plus facilement admis que les séries télévisées (ainsi que d'autres pratiques, telles que les jeux vidéo, par exemple) sont dignes d'intérêt dans les cadres académiques, car ne sont plus autant stigmatisées qu'elles ne l'étaient autrefois<sup>103</sup>.

Cet intérêt pour les séries télévisées, dans le cadre francophone, a été mis en avant en 1991 par la chercheuse Florence Dupont dans son ouvrage *Homère et Dallas*<sup>104</sup>.

---

<sup>103</sup> LETOURNEUX (Matthieu), « Introduction – la littérature au prisme des sérialités », *Sérialités*, n° 14, 2016, §1.

<sup>104</sup> DUPONT (Florence), *Homère et Dallas*, Kimé, Paris, 2005 [1991].

L'ouvrage ne met pas en avant les références littéraires dans la série américaine mais établit en revanche une forme de légitimation en constatant une connexion via la fonction commune que partagent la série américaine et le texte antique de *l'Odyssée*. En effet, tous deux s'inscrivent dans la société de leur temps et ont une portée symbolique ; ils supposent que les lecteurs d'une part et les téléspectateurs d'autre part partagent une culture commune<sup>105</sup>. Ceci rejoint directement une des observations soulevées précédemment : le sentiment de culture – littéraire dans notre cas – commune, bien qu'il ne soit pas explicitement exprimé, est au cœur des compositions et des motivations publicitaires, musicales et également audiovisuelles.

Ces éléments précédemment évoqués permettent donc d'introduire la possibilité, et même l'intérêt, de considérer le rapport direct entre séries télévisées et littérature.

Nous envisageons à présent une analyse plus ciblée en nous focalisant sur différentes références littéraires françaises et les effets qu'elles dégagent. La série choisie est *Gossip Girl*, notamment grâce à son succès mondial, du fait des rebondissements et intrigues complexes qui ont suscité l'intérêt des téléspectateurs. Diffusée entre 2007 et 2012 par la chaîne *The CW*, la série met en avant le quotidien rocambolesque d'un groupe d'adolescents parmi les familles les plus fortunées de l'Upper East Side. La série n'a, *a priori*, pas de lien direct avec la littérature<sup>106</sup>. Pourtant, il est possible de repérer quelques références à la littérature française et plus particulièrement aux auteurs du 19<sup>e</sup> siècle, tels que Gustave Flaubert dans de nombreux cas.

Blair Waldorf, une des protagonistes principales de la série, use de références littéraires en mentionnant des auteurs et autrices comme Jane Austen, Albert Camus mais aussi Gustave Flaubert et son roman *Madame Bovary*. L'emploi de cette dernière référence attire particulièrement notre attention : Blair Waldorf utilise le personnage d'Emma Bovary et les différents tourments qui l'anime tout au long du roman afin de créer un parallèle avec les désarrois de sa propre vie. De ce fait, elle introduit un aspect d'universalité, en supposant que ses interlocuteurs possèdent eux aussi la référence et qu'ils sont en mesure d'associer les deux personnages. C'est également une manière de

---

<sup>105</sup> DUPONT (Florence), *op. cit.*, p. 97-98.

<sup>106</sup> À la différence de la courte carrière littéraire d'un des protagonistes dans les dernières saisons.

légitimer ses propres peines par l'usage d'une référence littéraire connue mais aussi de mettre en avant ses connaissances et sa faculté de les employer dans des interactions.

Par ailleurs, des recherches ont permis de mettre en avant la postériorité d'un personnage comme celui d'Emma Bovary : c'est notamment le cas d'Yvan Leclerc dans son ouvrage *Madame Bovary au scalpel*<sup>107</sup>. Il y affirme notamment que « Emma Bovary appartient au cercle fermé des personnages de fiction dont le nom propre est devenu commun [...] »<sup>108</sup>, témoignant ainsi du succès du personnage et du roman bien au-delà du 19<sup>e</sup> siècle. C'est également ce qu'indiquent les références relevées dans la série *Gossip Girl* : Emma Bovary est un personnage encore connu du public, ou du moins supposé connu par une large partie de celui-ci, et dont la postériorité est assurée.

#### **2.1.4. Conclusion**

En conclusion de ce tour d'horizon, nous pouvons confirmer que la mise en circulation des références littéraires est loin d'être un processus tout à fait nouveau, et qu'il remonte bien avant le 21<sup>e</sup> siècle. Les différents mediums et formats se sont diversifiés, et l'objet principal de ce travail s'inscrit dans la lignée de changements eux aussi récents.

Le point commun des trois approches sélectionnées (la publicité, le rap et les séries télévisées) est qu'elles touchent à des domaines qui semblent *a priori* ne pas être associables avec la littérature<sup>109</sup> car renvoient l'image de domaines moins savants, moins académiques. Pourtant, tout comme les mêmes, ces diverses productions indiquent que :

Elle [la littérature] est un fait social, matériel, symbolique, toujours en mouvement, en circulation vivante et en perpétuelle métamorphose. Elle est sujette à des questionnements, à des problématiques qui restent toujours d'actualité. Elle se prête à des études diverses, à des domaines variés. Elle circule et s'installe dans des discours improbables et inattendus [...]<sup>110</sup>.

---

<sup>107</sup> LECLERC (Yvan), *Madame Bovary au scalpel. Genèse, réception, critique*, Paris, Classiques Garnier, 2017.

<sup>108</sup> *Ibid.*, p. 15.

<sup>109</sup> Nous avons ainsi exclu de cet état de la question le rapport entre littérature et politique (notamment dans les discours) par le lien étroit que ces deux domaines entretiennent dans la tradition française. À ce propos, voir par exemple : DUBOIS (Vincent), « De la politique littéraire à la littérature sans politique ? Des relations entre champs littéraire et politique en France », Université de Strasbourg, 2010.

<sup>110</sup> HARIR, *op. cit.*, p. 46.

Nous allons à présent rentrer dans le vif du sujet en considérant les mèmes littéraires, soit une nouvelle façon de faire circuler les références littéraires, cette fois-ci à travers un format numérique et dont la démarche de légitimation est analogue aux précédents formats que nous avons envisagés.

## **2.2. Définition du mème littéraire**

Une des difficultés soulevées en abordant directement la question des mèmes littéraires est de tenter de les définir. La question de définir ce qu'est la littérature n'a pas de réponse définitive et anime de tous temps les recherches littéraires : nous ne pouvons donc y apporter de réponse. En revanche, nous faisons ici le choix de désigner, ce qui, à notre sens, est englobé par le terme « littéraire », ensuite repris dans les productions qui seront soumises à des analyses et commentaires plus précis.

Dans un premier temps, nous retenons que « littéraire » est ici doté d'un effet connotatif plutôt que dénotatif : en effet, les exemples qui suivront indiquent un dépassement du sens littéral, en invoquant des associations parfois même implicites.

Ensuite, nous nous référons à notre imaginaire moderne de la conception du littéraire. Ceci prend différentes formes : l'auctorialité, la textualité, la lecture, la valeur sociale associée à la littérature et enfin l'objet-livre, inscrivant notre définition dans un cadre matériel.

Par « auctorialité », nous entendons les auteurs et autrices, qu'ils soient mentionnés directement ou non dans les mèmes. Dans les exemples qui suivent, nous observerons de quelles façons ces auteurs et autrices peuvent être idolâtrés, mis en avant positivement, tandis que dans d'autres cas, les mèmes se placent clairement du côté de la moquerie.

La textualité peut elle-même être subdivisée en trois catégories : les styles d'écriture (qui peuvent être imités ou parodiés dans certains cas), les thèmes abordés et enfin ce que nous nommons habituellement « les classiques ». Cette notion englobe les textes considérés comme dotés d'une valeur culturelle importante et dont l'influence au cours du temps implique qu'ils sont encore lus et étudiés.

Nous associons également le « littéraire » directement à l'action de la lecture. Dans les pages qui suivent, nous commenterons des exemples de mèmes spécifiques à la lecture,

aux diverses distractions, mais également aux points communs que les lecteurs et lectrices partagent.

Par « valeur sociale », nous entendons ici les valeurs associées au domaine littéraire et partagées par le lectorat. Ceci prendra, dans les exemples qui suivent, la forme de prise de position quant à des genres littéraires spécifiques.

Le dernier aspect, l'objet matériel, est à considérer dans la définition du même littéraire. En effet, de nombreux exemples permettent de mettre en lumière la façon dont des mêmes détournent des couvertures de livre afin de faire écho à l'actualité ou évoquer des stéréotypes, ou encore notre conception de l'objet-livre en lui-même.

Enfin, nous regroupons dans le terme « littéraire » toutes les allusions implicites et références explicites (telles que les citations et mentions). Dans les différents exemples qui composent notre corpus, certains mêmes mentionnent explicitement des noms d'auteurs ou d'autrices, constituant ainsi des références claires. D'autres cas peuvent être plus complexes à saisir, notamment lorsqu'ils prennent la forme d'allusions quant à elles implicites. Ainsi, nous nous proposons de définir un même littéraire comme étant un même dont le contenu connote un effet littéraire, qui fait écho à notre imaginaire moderne, reprenant donc l'auctorialité, la textualité, la lecture, les valeurs sociales ou encore l'objet-livre, mais aussi des allusions et références, qu'elles soient clairement indiquées ou non.

### **2.3. Typologie des mêmes littéraires**

Au cours des recherches qui ont nourri ce travail, un vaste corpus de mêmes littéraires a pu être formé et différentes catégories ont été distinguées. Les quatre principaux types de mêmes littéraires relevés sont : ceux relatifs aux habitudes courantes et nos pratiques autour de la littérature et de la lecture (→ 2.3.1.) ; sur les genres et courants littéraires (→ 2.3.2.) ; sur des auteurs et autrices, qu'il s'agisse de caractéristiques propres à leur carrière littéraire, des éléments relatifs à leur vie personnelle, d'autres encore liés à leur apparence physique ou leur personnalité (→ 2.3.3.) ; enfin, sur des ouvrages spécifiques, avec ou sans mention explicite du titre ayant inspiré le même (→ 2.3.4.).

Nous allons à présent détailler ce que regroupent ces catégories en y incluant des exemples et des pistes de prolongement d'analyse possibles dans certains cas.



### 2.3.1. Sur les habitudes et pratiques du lectorat

La première variété de même littéraire qui a pu être mise en avant concerne les habitudes courantes du lectorat. Nous retrouvons ici aussi le concept de communauté (→ 1.4.1.) autour duquel s'articule en partie ce travail : en effet, ces habitudes sont supposées partagées par un grand nombre de récepteurs et réceptrices de ces mêmes.

Les habitudes relevées au fil des observations concernent, entre autres, la concentration au moment de la lecture telle qu'illustrée dans l'exemple suivant (figure 12), où nous relevons une femme et des enfants armés de couteaux, représentant chacun des formes de distraction (Netflix, Instagram, WhatsApp), prêts à s'en prendre à l'homme qui représente l'action de lire.



Figure 12 : Illustration des différents types de distractions qui empêchent la lecture, memes\_intellol (Instagram), publié le 07/11/2022.

Le second exemple (figure 13), publié par le compte Instagram officiel des *Éditions 10/18* pose la question de ce que nous nommerons ici la « double lecture », de façon analogue à ce que nous avons précédemment relevé lorsque nous avons envisagé les mêmes dans une perspective publicitaire et commerciale. La première lecture consiste à lire et assimiler le même en tant que tel tandis que la seconde vise quant à elle à porter notre attention sur le nom du compte à l'origine de la publication. Dans ce cas, il est intéressant de noter que les utilisateurs et utilisatrices d'Instagram ont une indication nette que cette maison d'édition – parmi tant d'autres – utilise des procédés très actuels et répandus sur les réseaux sociaux. C'est une façon de toucher différemment le public et les potentiels

acheteurs, en proposant des contenus au plus proche des pratiques courantes sur le réseau social.



Figure 13 : Réaction face au souhait de recevoir des livres pour Noël, *editions 10/18* (Instagram), publié le 09/12/2023.

Dans le dernier chapitre de ce travail, nous aurons pour objectif d’approfondir les quelques réflexions apportées ci-dessus, en nous interrogeant davantage sur l’utilisation de ces productions par les maisons d’édition ainsi que les effets produits du côté de la réception (→ 5.).

### **2.3.2. Sur les genres et courants littéraires**

Le second type qu’il a été possible de dégager concerne la conception et la légitimité des différents genres littéraires mais aussi de courants tels que celui du naturalisme et d’autres<sup>111</sup>.

Les exemples ci-dessous (figures 14 et 15) ont attiré notre attention car non seulement ils s’interrogent sur des genres littéraires spécifiques (la *new romance*, les mangas et les B.D.), mais représentent une nette prise de position : le rejet de la *new romance* d’une part, l’acceptation des mangas et des B.D. de l’autre.

Nous avons vu précédemment que les mêmes étaient associés à des critères de liberté de création et de diffusion (→ 1.3.2.), mais il n’empêche que derrière une apparente légèreté se cachent des prises de position qui s’inscrivent dans des débats actuels, rappelant la logique des réseaux sociaux numériques. De plus, les mêmes pouvant être largement

---

<sup>111</sup> Des exemples ont été ajoutés dans les Annexes de ce travail.

diffusés, il est à supposer que ces prises de position parviennent à un grand nombre de personnes, favorisant ainsi des discussions sur les sujets qu'elles représentent.

Le premier exemple (figure 14) utilise comme élément visuel, et en partie textuel, un extrait du discours d'au revoir prononcé par l'ancien président français Valéry Giscard d'Estaing et qui a été à l'origine de nombreux mèmes. Le dialogue à la base du mème insinue une forme de drague entre deux personnes et qui prendrait fin aussitôt que l'intérêt porté au genre littéraire de la *new romance* serait mentionné.

Elle : J'adore lire moi aussi.  
Moi : Ah et tu lis quoi ?  
Elle : De la New Romance !  
Moi :



Figure 14 : Détournement d'un discours de Valéry Giscard d'Estaing et rejet du genre de la *new romance*, *Neurchi de littérature* (Facebook), publié le 13/11/2023.

Le deuxième exemple (figure 15) est quant à lui différent car il intègre les genres de la bande dessinée ainsi que les mangas comme appartenant à la littérature. Le mème indique, du point de vue de la personne qui l'a créé, qu'un avis contraire à cette opinion serait synonyme d'une douleur forte et diffuse à la tête. Ce mème considère ces genres comme légitimes, alors qu'ils peinent encore à s'inclure dans le domaine académique malgré la multiplication de travaux dans ce sens au cours des dernières années<sup>112</sup>.

---

<sup>112</sup> Voir par exemple : HUREAU (Maxime), « La bande dessinée comme forme académique », *Belphégor*, n° 17, 2019 ; SUVILAY (Bounthay) et TADDEI (Édith), « Les mangas : faire entrer les lectures privées à l'école et les constituer en objets littéraires », *Le français aujourd'hui*, vol. 4, n° 207, 2019, p. 79-91.

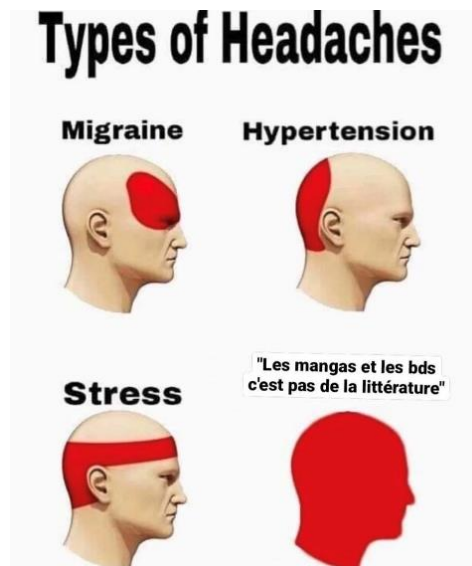


Figure 15 : Mise en situation des différents maux de tête et intégration des mangas et des B.D. en littérature, *memes\_livresques* (Instagram), publié le 01/10/2022.

Il est également intéressant de souligner de quelle façon ces deux exemples parmi tant d'autres jouent sur des questionnements actuels et notre perception des genres littéraires contemporains, en exprimant des opinions aussi bien positives que négatives.

### 2.3.3. *Sur les auteurs et autrices*

La troisième catégorie qui a été relevée concerne directement les auteurs et autrices. Les mêmes peuvent se servir d'une caractéristique physique ou psychologique, liée à la carrière littéraire, ou encore à la vie personnelle et publique de ces personnalités.

Le premier exemple (figure 16) est sarcastique car se joue d'une particularité physique, à savoir le strabisme de Jean-Paul Sartre. L'image qui compose ce même est un arrêt sur image sur la figure du milliardaire Elon Musk. Quant à l'élément textuel, il est intéressant de relever l'emploi du pronom *tu*, qui implique non seulement une forme de proximité avec la personne à qui parvient le même, mais insinue également que l'action d'imiter est perçue comme une habitude, un fait courant.

## Quand tu essayes d'imiter Jean-Paul Sartre



Figure 16 : figure d'Elon Musk et moquerie du strabisme de Jean-Paul Sartre, *memes\_intellol* (Instagram), publié le 02/12/2022.

Le second exemple (figure 17) met en avant une caractéristique d'écriture propre à l'autrice française Colette. L'élément visuel est composé d'un extrait du film *Django Unchained* (2012), dans lequel nous percevons l'acteur Leonardo DiCaprio exprimant une moue moqueuse tout en tenant un verre en main. Cette image est régulièrement utilisée dans les memes, formant ainsi un *template* incontournable. La partie textuelle expose quant à elle, sous la forme d'un jeu de mots, une caractéristique propre à l'autrice Colette qui avait pour habitude d'écrire sur du papier bleu<sup>113</sup>.

La plupart des auteurs :  
ressentent l'angoisse de la page blanche  
Colette qui écrit sur du  
papier bleu pour contourner le problème :

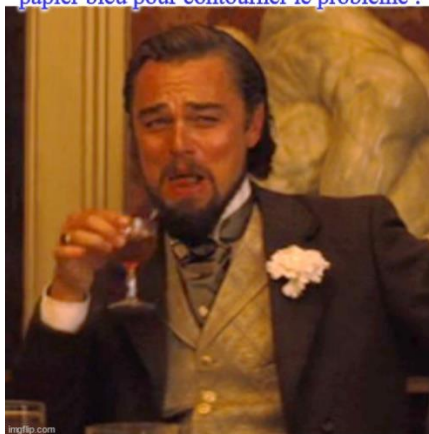


Figure 17 : reprise d'un extrait du film *Django Unchained* et caractéristique de l'autrice Colette, *Neuurchi de Littérature* (Facebook), publié le 13/08/2023.

<sup>113</sup> Nous relevons par ailleurs que l'écriture de la partie textuelle de ce même est, elle aussi, en bleu.

Il est également courant de rencontrer des mèmes dont le contenu textuel ne présente pas de rapport direct à la littérature mais dont l'image met quant à elle en avant un auteur ou une autrice, comme nous le montre l'exemple suivant (figure 18) :



Figure 18 : reprise d'un extrait d'une interview de Céline et stéréotype lié aux étudiants en lettres, *Neurchi de Littérature* (Facebook), publié le 25/05/2023.

Ce mème détourne un passage d'interview de l'auteur Louis-Ferdinand Céline<sup>114</sup> dans le but de jouer sur un des stéréotypes, ici l'odeur, associé aux étudiants et étudiantes en lettres. Cette interview de l'auteur a par ailleurs permis la création de divers mèmes dans la sphère littéraire.

#### 2.3.4. *Sur des ouvrages spécifiques*

Le dernier type de mème relevé concerne des ouvrages spécifiques, avec ou sans mention explicite du texte à l'origine du mème. Ces références touchent, dans la majeure partie, soit à un élément-clé du texte, soit à un protagoniste en particulier.

Le premier exemple (figure 19) fait référence au roman *Madame Bovary* de Gustave Flaubert, et plus particulièrement à Emma Bovary, personnage principal du roman. C'est un aspect de sa personnalité qui est mis en avant, celui de lire de nombreux livres pour tromper l'ennui. Ce critère est mis en parallèle avec une intervention du politicien français Éric Zemmour dans laquelle il exprime, de façon sarcastique, le fait que lui aussi lit de nombreux livres.

<sup>114</sup> URL : <<https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/video/cpf86632261/celine>>, consulté le 08/04/2024.

Charles : On en a un peu marre de  
t'entendre te plaindre à longueur de  
journée.

Emma Bovary :



Figure 19 : intervention d'Éric Zemmour et caractéristique d'Emma Bovary,  
*Neurchi littéraire* (Facebook), publié le 21/10/2022.

Le second exemple (figure 20) n'utilise pas une caractéristique spécifique à un ouvrage ou un personnage, mais parodie ici l'ensemble d'une œuvre, *Huis Clos* de Jean-Paul Sartre, en la mettant en parallèle à la série *Friends*, alors que ces deux éléments sont tout à fait différents. La visée du même est clairement humoristique, bien que la référence puisse paraître moins évidente à première vue ; elle nécessite en effet d'avoir pris connaissance de la série et/ou du texte afin de dégager le parallélisme ironique établi par le même.



Figure 20 : parodie du générique de la série *Friends* avec la pièce de théâtre *Huis Clos*,  
*Neurchi littéraire* (Facebook), publié le 13/12/2022.

Dans le cas des mêmes littéraires évoquant des ouvrages spécifiques, un format souvent rencontré est celui des détournements de couverture de livre, comme nous l'indique le



même suivant (figure 21) avec un exemple *L'Étranger* d'Albert Camus de la collection « Folio » :



Figure 21 : détournement d'une couverture « Folio » de *L'Étranger* et stéréotype lié aux touristes, *Neurchi littéraire* (Facebook), publié le 23/10/2022.

Cet exemple de détournement de couverture « Folio » fait donc écho à notre définition du même littéraire telle que suggérée précédemment (→ 2.2.) : nous y retrouvons ici l'objet-livre dans sa forme matérielle ainsi qu'une possibilité de détournement.

Une dimension intéressante que nous retrouvons dans les mêmes qui touchent à des œuvres spécifiques est la façon avec laquelle sont condensées des œuvres littéraires. Il est possible de résumer, souvent de façon sarcastique, un roman en un seul même, en prélevant une ou plusieurs caractéristiques fondamentales, ou en faisant écho à un trait de personnalité définitoire et indissociable d'un personnage central<sup>115</sup>.

Cependant, au sein de cette typologie, il est également possible de rencontrer des mêmes que nous qualifions de « mixtes » car ils répondent à plusieurs catégories. L'exemple suivant (figure 22) permet d'illustrer ceci, puisqu'en effet, nous pourrions l'inclure dans la catégorie relevant des auteurs et autrices (en mentionnant ici l'écrivain Céline) mais

---

<sup>115</sup> À propos du processus de condensation des œuvres littéraires, voir : LECLERC (Quentin), PIMPANT (Michel), *Les boloss des belles lettres. La littérature pour tous les waloufs*, Paris, *J'ai lu*, 2014. L'ouvrage propose de condenser, de façon humoristique, principalement des textes « classiques » (tels que *Madame Bovary* de Gustave Flaubert, *Germinal* d'Émile Zola ou encore *Lolita* de Vladimir Nabokov) mais également quelques ouvrages contemporains (*D'autres vies que la mienne* d'Emmanuel Carrère ainsi que *Et si c'était vrai...* de Marc Levy) dans une perspective de rendre ces textes plus accessibles à un large public en les reformulant des termes anachroniques et humoristiques.



aussi dans celle relative aux ouvrages spécifiques, car il est question d'un possible second tome des *Fleurs du Mal* de Baudelaire. Cet exemple relève d'un contraste entre les deux éléments évoqués, manifesté par un *template* repris du dessin-animé *Bob l'éponge*, dans lequel nous apercevons le protagoniste principal afficher une mine triste.

Tout le monde attend  
qu'on découvre de  
nouveaux inédits de Céline  
et t'as moi qui crois encore  
qu'on va retrouver Les  
Fleurs du Mal 2.



Figure 22 : exemple de mème littéraire mixte avec mention d'auteur et d'un ouvrage, *Neurchi de Littérature* (Facebook), publié le 30/05/2023.

Ceci relève de la complexité mais également de la richesse des mèmes littéraires qui parviennent à combiner différents éléments propres au domaine littéraire tout en demeurant lisibles pour le public auquel ces productions sont destinées.

En conclusion de l'établissement de notre typologie, nous retenons de ces exemples que les manières de mettre en avant des références littéraires au travers des mèmes sont variées et que ces productions touchent à différents aspects qui concernent les auteurs et autrices ainsi que les textes en eux-mêmes. Leur compréhension requiert des degrés divers de maîtrise des références selon les éléments qu'ils représentent.

Les mèmes relevés répondent par ailleurs à des débats actuels au sein du champ littéraire, relevant quelques oppositions dans la conception même de certains genres littéraires et de leur acceptation.

Enfin, les mèmes offrent de nouvelles possibilités de visibilité sur les réseaux sociaux, élément fortement utile pour les maisons d'édition qui en créent de toutes pièces avant de les partager.

Ces éléments théoriques développés dans les deux premiers chapitres de ce travail nous permettent d'envisager à présent la partie pratique dans laquelle nous envisagerons les effets de communauté (→ 3.), les procédés intertextuels auxquels répondent les mèmes littéraires (→ 4.) et enfin les productions diffusées par trois maisons d'édition françaises (→ 5.).



### 3. Environnements de diffusion et effets de communauté

---

Ce chapitre se concentrera sur deux environnements de diffusion des mèmes littéraires dans la sphère francophone. Dans un premier temps, nous envisagerons un compte Instagram public, *memes\_litteraires* (→ 3.1.) et porterons ensuite notre attention sur un groupe Facebook fermé, *Neurchi de Camus* (→ 3.2.). Au cours de nos observations, nous relèverons les caractéristiques qui distinguent le contenu de ces deux environnements que nous avons choisis pour les différences de modalités de publication et d'effets de communauté.

Nous commenterons le contenu des mèmes qui y circulent selon la typologie établie au chapitre précédent et le lien qu'établissent certains de ces mèmes avec l'actualité au moment de leur diffusion ainsi que la présence d'éléments de pop culture. Enfin, nous soulignerons la façon dont les mèmes peuvent circuler au sein et en dehors de ces environnements dont nous aurons souligné les caractéristiques principales.

#### 3.1. Un compte Instagram public : *memes\_litteraires*

##### 3.1.1. Présentation du compte

Le compte Instagram *memes\_litteraires* est sans doute l'un des plus connus et actifs dans la sphère francophone<sup>116</sup>, justifiant ainsi l'intérêt que nous lui portons dans ce travail. Nous relevons en effet d'autres comptes de mèmes littéraires mais dont le nombre d'abonnés et de publications est inférieur à celui que nous retenons, sans compter que de nombreux comptes sont à présent inactifs<sup>117</sup>.

En mai 2024, le compte *memes\_litteraires* comptait environ 10 000 abonnements et près de 1500 publications, la première étant datée au 20 août 2019. Néanmoins, toutes les publications ne sont pas des mèmes : le modérateur du compte publie également de courtes vidéos dans lesquelles il se met en scène et effectue, entre autres, la promotion de

---

<sup>116</sup> Nous relevons la présence d'un compte Instagram dont le nombre d'abonnés est supérieur : *literaturememes\_*. Néanmoins, les mèmes sont rédigés exclusivement en anglais et concernent principalement la littérature anglo-saxonne ; nous ne le retenons donc pas pour cette section bien que les contenus publiés relèvent de stratégies analogues à ce que nous avions précédemment relevé dans ce travail.

<sup>117</sup> Quelques exemples sur Instagram : *memes\_livresques*, compte inactif depuis août 2023 et moins de 100 abonnés ; *memes\_de Libraire*, qui possède plus de 7000 abonnés mais est inactif depuis fin 2022 ; *memes\_de\_bibliothecaires* est un compte également inactif depuis fin 2023...

son propre recueil de poèmes. Nous laissons cependant cet aspect de côté puisqu'il s'éloigne de notre sujet.

Nous allons dorénavant nous focaliser sur le contenu des mèmes en prenant appui sur la typologie que nous avons établie précédemment (→ 2.3.). Nous tenterons d'identifier les effets de communauté que nous pouvons en retirer ainsi que les références culturelles que ces productions mobilisent. Les différents mèmes diffusés sur le compte nous permettront également de mettre en lumière le spectre culturel du modérateur, puisque ce dernier allie des connaissances littéraires à des éléments relatifs à la pop culture.

### **3.1.2. Analyse du contenu selon la typologie établie**

Les mèmes publiés sur ce compte répondent à toutes les catégories de la typologie telle que nous l'avons établie. Après avoir exemplifié la représentation des différentes catégories de mèmes littéraires, nous commenterons la transmission de ces productions dans et en dehors du compte *memes\_litteraires*.

Ce premier exemple (figure 23) est classé dans la première catégorie (sur les habitudes et pratiques associées aux lecteurs et lectrices) puisqu'il met en scène une interaction propre à la sphère du lectorat, qui permet d'en valoriser la pratique assidue, plus précisément le fait d'avoir droit à un bon de fidélité en librairie. L'image comporte une dimension divine, associée au libraire, tandis que le client est agenouillé, représentant ainsi la fidélité.



Figure 23 : mème sur les bons de fidélité en librairie, *memes\_litteraires* (Instagram), publié le 03/08/2022.

Ensuite, les genres et courants littéraires sont aussi l'objet de quelques mèmes publiés sur le compte *memes\_litteraires*. L'exemple ci-dessous (figure 24) met en scène une attitude hostile vis-à-vis du courant du Nouveau Roman en réutilisant le motif de la distanciation sociale imposée par la crise du Covid-19 :

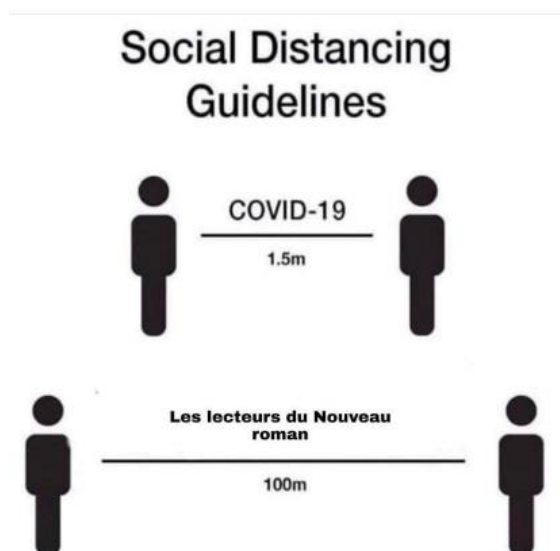


Figure 24 : distanciation sociale fondée sur la lecture du Nouveau Roman, *memes\_litteraires* (Instagram), publié le 01/05/2020.

Ceci rejoint les commentaires déjà posés dans le second chapitre de ce travail, lorsque nous avons établi la typologie des mèmes littéraires, dans la mesure où ces productions peuvent servir à appuyer une opinion qui serait favorable, au contraire hostile ou moqueuse (comme c'est le cas dans cet exemple), de sorte à affirmer une prise de position. De plus, nous retrouvons également un effet de communauté marqué, où les mèmes faisant référence de près ou de loin à la crise du Covid-19 participent à remodeler une expérience commune partagée par un grand nombre<sup>118</sup>.

<sup>118</sup> Lors de la pandémie de Covid-19, de nombreux mèmes ont été publiés et répondaient à des fonctions diverses telles qu'illustrer le sentiment de soutien (et de communauté), sensibiliser à la vaccination et aux *fakes news* en lien avec le virus, etc. À propos de ces mèmes produits en temps de Covid, voir notamment : GADI (Alexander) : « Smile ! It's only Covid : Analyzing covid-19 internet memes », *Journal of creativity*, vol. 33, n° 1, 2023 ; MYRICK (Jessic Gall), NABI (Robin L.), ENG (Nicolas J.), « Consuming Memes During the COVID Pandemic : Effects of Memes and Meme Type on COVID-Related Stress and Coping Efficacy », *Psychology of Popular Media*, vol. 11, n° 3, 2022, p. 316-323 ; WASIKE (Ben), « Memes, Memes, Everywhere, nor Any Meme to Trust : Examining the Credibility and Persuasiveness of COVID-19-Related Memes », *Journal of Computer Mediated Communication*, vol. 27, n° 2, 2022, p. 1-30.

D'autres exemples permettent d'affirmer qu'il ne s'agit pas d'un cas isolé et que, de plus, les mèmes prennent appui sur des références propres à la pop culture, comme nous l'indique le même suivant (figure 25) :

Moi quittant la librairie  
après avoir mis tout Marx dans  
le rayon science-fiction



Figure 25 : extrait des *Maîtres de l'univers* et moquerie des théories marxistes, *memes\_litteraires* (Instagram), publié le 18/08/2022.

Dans cet exemple, les textes et théories de Karl Marx sont associées à de la science-fiction, connotant ainsi le fait qu'ils seraient distincts de la réalité, dans la mesure où ils contiendraient une part d'imaginaire. D'une certaine façon, ce même rejoint l'idée précédemment évoquée, selon laquelle ils servent également, dans le domaine littéraire, à affirmer des prises de position en prenant appui sur un format à visée humoristique. L'élément de pop culture que nous relevons est le personnage de Skeletor dans le dessin-animé *Les Maîtres de l'univers* (diffusé dans les années 1980), de dos et prenant la fuite après l'action décrite dans l'élément textuel du même. Ce qui est mis en scène ici est également le large spectre culturel couvert par le producteur du même ; il représente ici une façon de regrouper deux sphères culturelles distinctes dans un cadre humoristique en contexte numérique.

Quant à la catégorie portant sur les auteurs et autrices, nous observons une plus large proportion de mèmes au sein du compte Instagram. L'exemple suivant (figure 26) met en scène, à travers un extrait de la série *Les Simpson* le double gain du prix Goncourt par Romain Gary, la seconde fois sous son pseudonyme Émile Ajar. Dans cet exemple, nous voyons Moe, un des personnages de la série, éjecter Barney de son bar avant que celui-ci revienne dans son dos. Les deux personnages sont repris et remplacés par l'institution Goncourt et l'auteur français Romain Gary.



Figure 26 : double gain du prix Goncourt par Romain Gary à travers un extrait de la série *Les Simpson*, memes\_litteraires (Instagram), publié le 07/10/2021.

De façon analogue à ce que nous avons relevé dans l'exemple précédent (figure 25), le producteur du mème associe, ici aussi, des éléments culturels appartenant à des sphères différentes : un élément de pop culture à un fait littéraire spécifique. De façon générale, ces larges spectres culturels impliquent des combinaisons inattendues (Skeletor/Marx, Romain Gary/*Les Simpson*...) et pourtant accessibles au public abonné à ce compte. Nous pouvons dégager deux types d'effets produits par ces combinaisons inattendues : d'une part, ces mèmes peuvent attirer l'attention des utilisateurs du réseau social dans lesquels ils circulent et ainsi supposer de la part des récepteurs des actions propres au réseau tels que les *likes*, les partages etc. D'autre part, nous pourrions envisager que l'assemblage de ces éléments permette de créer un pont entre deux sphères culturelles *a priori* distinctes et ainsi favoriser la circulation auprès d'un public diversifié. Dans le cas des mèmes qui combinent éléments littéraires et de pop culture, nous relevons le fait que ces deux domaines se complètent et s'enrichissent en proposant des formats nouveaux.

De nombreux autres exemples permettent d'affirmer la présence d'éléments associés à la pop culture. L'exemple suivant (figure 27) attire notre attention car il répond à une construction plus complexe, mais qui n'entrave cependant pas la lecture et la compréhension du mème pour un lecteur qui ne détiendrait pas toutes les références à



l'origine de cette production. L'élément textuel inférieur est repris des premières paroles du titre « Ridin'<sup>119</sup> » du rappeur américain Chamillionaire, sorti en 2009. Ces paroles ont été remployées dans de nombreux mèmes, comme nous l'indique cet exemple dans lequel la phrase est associée à un élément iconique (l'enfant sur une sorte de véhicule semblable à un vélo motorisé) bien différent de sa source d'origine. Ce mème fonctionne sur un principe de triple couche ; la mention littéraire (le procès de Gustave Flaubert en 1857 à la suite de la publication de *Madame Bovary*) vient compléter un mème préexistant, celui formé par la combinaison entre le texte de rap et l'image de l'enfant.



Figure 27 : assemblage d'un mème préexistant avec l'ajout d'une référence littéraire, *memes\_litteraires* (Instagram), publié le 11/12/2021.

Ceci démontre la complexité de production des mèmes, et le fait que les producteurs puisent dans des ressources culturelles très variées mais prennent également appui sur des mèmes déjà existants dans certains cas. Néanmoins, un public déjà initié au domaine des mèmes aura la possibilité de décoder cette triple couche ; pour un public quant à lui non-initié, la production demeure lisible puisque les éléments sont malgré tout décodables.

Enfin, la dernière catégorie de la typologie (sur des ouvrages spécifiques) est elle aussi très largement représentée sur le compte *memes\_litteraires*. Les mèmes détournent, parodient ou réutilisent des éléments propres à des textes avec ou sans mention directe de la source d'origine. L'exemple suivant (figure 28) détourne le célèbre passage « L'enfer c'est les autres » dans la pièce *Huis Clos* de Jean-Paul Sartre, en réécrivant cette phrase avec des fautes d'orthographe volontairement produites, en remplaçant notamment

<sup>119</sup> URL : <<https://www.youtube.com/watch?v=CtwJvgPJ9xw>>, consulté le 24/06/2024.

« autres » par « fotes » (fautes) de sorte à jouer sur l'aspect phonétique similaire de ces deux termes :



Figure 28 : détournement de la phrase « L'enfer c'est les autres » dans *Huis Clos*, *memes\_litteraires* (Instagram), publié le 01/06/2023.

En dehors du jeu phonétique, nous pourrions également lire et interpréter ce même comme la mise en scène d'un ethos puriste teinté d'auto-ironie, ce qui se justifie par le fait que le même associe les fautes (d'orthographe dans ce cas) à l'enfer. Ce même peut également être lu d'une autre façon, à savoir une moquerie de cet ethos puriste (en se plaçant du côté de ceux qui réalisent les fautes orthographiques qui seraient ensuite déplorées par les plus puristes). Ici aussi, cette interprétation est teintée d'ironie du fait de la transformation de la phrase de Sartre : elle peut être laissée au libre-arbitre des lecteurs, bien que ces deux possibilités se valent. Quoi qu'il en soit, l'aspect moqueur est incontestable dans cet exemple.

Parmi les mêmes propres à des ouvrages spécifiques, certains reprennent des traits de personnalité ou des propos tenus par des personnages spécifiques. L'exemple suivant (figure 29) reprend l'intérêt que porte Emma Bovary à la lecture dans le roman *Madame Bovary* de Flaubert. L'image est extraite du film *Barbie* (2023) dont le succès a été mondial. Les acteurs qui interprètent Barbie et Ken ont été remplacés respectivement par les livres et Emma Bovary, de sorte à montrer l'attachement de cette dernière à la lecture, de la même façon que le personnage de Ken s'accroche à Barbie dans le film. Au moment de la sortie du film et face à son succès, de nombreux mêmes ont repris des

passages car cela permettait de créer un sentiment de lecture de ces mêmes facilité par une association directe au film et ses extraits directement reconnaissables.

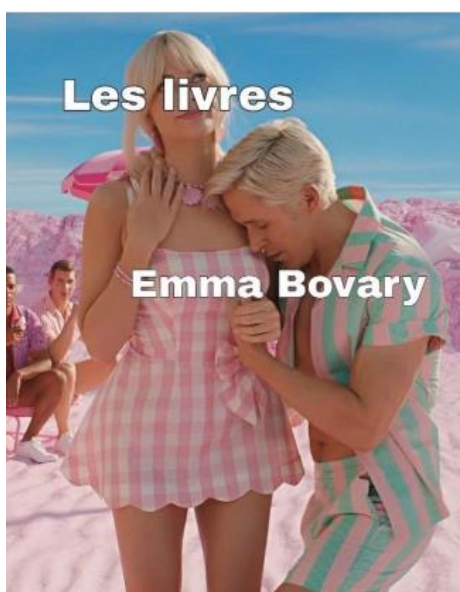


Figure 29 : analogie entre Emma Bovary, sa passion des livres et les personnages du film *Barbie*, *memes\_litteraires* (Instagram), publié le 26/07/2023.

Néanmoins, au-delà d'une lisibilité considérée comme facilitée par le contexte très actuel de l'image, nous pouvons en retirer d'autres effets. Le montage culturel semble inattendu, puisqu'il associe deux formes *a priori* très éloignées ; ainsi, de façon similaire à ce que nous avons relevé après des memes sur Marx et Skeletor (figure 24) ainsi que Romain Gary et *Les Simpson* (figure 25) pour ne citer que ces exemples, nous relevons le fait que le producteur de ces memes démontre sa virtuosité à créer des memes qui associent des éléments divers, réunissant des éléments de pop culture, qu'ils soient très actuels ou non, et des éléments littéraires, le tout de façon lisible et compréhensible pour un large public.

Quant à la diffusion des memes en dehors du compte *memes\_litteraires*, nous relevons ici des fonctionnalités propres au réseau social Instagram : il est notamment possible de partager des contenus avec d'autres utilisateurs de la plateforme, de poster les photos ou vidéos d'autres comptes en « story », c'est-à-dire de sorte qu'ils soient mis en avant de façon éphémère<sup>120</sup> (pendant 24 heures). De plus, lorsque le compte ainsi que son contenu sont publics, les publications peuvent tomber dans les fils d'actualité des autres

<sup>120</sup> CIRANNA (Serena), « Les évolutions du contenu textuel sur les réseaux sociaux numérique : une étude de la fonction stories d'Instagram », *Semen*, n° 49, 2021, p. 93.

utilisateurs, qu'ils soient abonnés ou non. Nous retrouvons ici les jeux d'algorithmes tels que nous les avons envisagés dans le premier chapitre de ce travail (→ 1.6.2.) et qui favorisent le succès et la large diffusion d'un mème.

Ainsi, il est à supposer que les mèmes diffusés par *memes\_litteraires* circulent largement en dehors du compte, ce qui favoriserait également la construction d'un effet de communauté. Cet effet est davantage appuyé par la diversité des mèmes littéraires qui répondent à toutes les catégories de la typologie établie précédemment et concernent donc de près ou de loin un vaste public qui s'identifierait aux contenus diffusés.

### **3.2. Un groupe Facebook fermé : *Neurchi de Camus***

#### **3.2.1. Présentation du groupe**

Le second environnement de diffusion que nous distinguons dans notre étude est le groupe Facebook fermé *Neurchi de Camus*. Notre choix est motivé par plusieurs raisons. D'une part, il existe tout simplement peu de groupes Facebook centrés sur un auteur spécifique dans le domaine francophone, ce qui réduit d'ores et déjà les possibilités. Néanmoins, le choix se trouve motivé par le fait que Camus était l'auteur le plus lu en France au 20<sup>e</sup> siècle<sup>121</sup> et qu'à l'heure actuelle, son succès est encore assuré : les textes de Camus sont encore lus et étudiés dans les écoles, tout comme sa représentation est de plus en plus fréquente sur les réseaux sociaux, y compris sous la forme de mèmes.

Ensuite, nous qualifions le groupe Facebook comme « fermé » car il a été nécessaire d'introduire une demande d'adhésion et de prendre connaissance d'une réglementation spécifique (ne pas insulter les membres du groupe, respecter des règles relatives à la publication des mèmes...).

La première publication est datée du 11 mars 2020, soit quelques mois après les premières publications du compte *memes\_litteraires*. En mai 2024, ce groupe Facebook comptait environ 6500 membres. À la différence du compte Instagram, plusieurs personnes peuvent publier des mèmes sur *Neurchi de Camus*, mais nous les maintenons anonymes dans ce travail.

---

<sup>121</sup> BRULOTTE (Gaëtan), « Survie d'Albert Camus », *Liberté*, vol. 36, n° 6, 1994, p.141.

Le contenu des mèmes sur Camus peut être divisé en deux catégories : ceux portant sur des éléments de sa vie, que nous nommons les *biographèmes* (→ 3.2.2.) et sur ses textes les plus connus (→ 3.2.3.). Dans les pages qui suivent, nous allons analyser et commenter le contenu tout en proposant des points de comparaison avec le compte Instagram *memes\_litteraires*.

### **3.2.2. Représentation de biographèmes marquants**

Les quelques 300 publications portent principalement sur les œuvres les plus connues de Camus (*L'Étranger*, *le Mythe de Sisyphe*...). Nous y retrouvons également de nombreux *biographèmes*, notion que nous intégrons dans ce travail à la suite d'un article du Groupe  $\mu$ <sup>122</sup> dont l'objet était de proposer une analyse de différentes biographies de personnalités publiques dans le magazine *Paris Match*. En reprenant les notions de *signifiant* (comme forme matérielle d'un signe) et de *signifié* (en tant que concept ou idée que le signe représente) introduite par Saussure, le terme de *biose* inclut les événements de la vie – il s'agit ici du signifié – tandis que les *biographèmes* désignent la forme du signifiant<sup>123</sup>.

Ces *biographèmes*, dans le groupe *Neurchi de Camus*, représentent, la plupart du temps, la liaison entre Camus et Maria Casarès, l'obtention du prix Nobel et le discours prononcé en 1957 à Stockholm, la rivalité avec Jean-Paul Sartre ainsi que son amitié avec René Char, mais également sa mort tragique au début de l'année 1960 à Villeblevin, en France. Si ces éléments de la vie (et de la mort) de Camus sont ainsi largement représentés sur le groupe, c'est parce qu'ils ont marqué les esprits des personnes ayant créé et publié les mèmes, mais sont également suffisamment connus pour faire sens auprès du public récepteur.

Le mème suivant (figure 30) est un des nombreux exemples qui illustre la dimension tragique de l'accident qui a coûté la vie à l'auteur. Le *template* trouve sa source d'origine dans la série américaine *The Office* – et ici encore, nous relevons que cette série a donné lieu à des mèmes en tous genres – où les personnages de Michael Scott et de Pam sont en pleine discussion, et au cours de laquelle Pam change totalement d'expression, passant

---

<sup>122</sup> DUBOIS (Jacques), EDELINE (Francis), KLINKENBERG (Jean-Marie), MINGUET (Philippe), PIRE (François), TRINON (Hadelin), « Les biographies de Paris Match », *Communications*, n° 16, 1970, p. 113.

<sup>123</sup> *Ibid.*

de la joie à la consternation face à ce que son patron tente de lui faire comprendre. Associer l'image à l'extrait précis de la série n'est pas une condition *sine qua non* dans la lecture et la compréhension du mème, mais cela permet de renforcer l'effet humoristique pour celui ou celle qui parviendrait à replacer la source dans son contexte d'origine. De plus, la commune du Lourmarin est ici personnifiée au travers du personnage de Pam, et cette pratique est récurrente dans les mèmes : de nombreux objets immatériels, lieux, instances officielles, actions spécifiques, sont personnifiées au travers des mèmes et de leurs *templates*. L'attribution de traits humains aux éléments immatériels au sein des mèmes permet de les rendre plus accessibles encore, faciliter la compréhension du message qu'ils véhiculent et favoriser des réactions au sein des réseaux sociaux qui les publient.



Figure 30 : dialogue fictif sur le décès de Camus, sur fond de la série *The Office*, *Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 28/10/2022.

Un autre biographème quelques fois représenté au travers du groupe est la relation qu'ont entretenue Albert Camus et Maria Casarès. Le mème suivant (figure 31) utilise le *template* « Cheating boyfriend » en attribuant aux deux femmes les rôles de Maria Casarès d'une part, et de la femme et les enfants de Camus d'autre part ; le mème vise à rendre compte

de cette liaison en ajoutant une dimension humoristique, renforcée par le fait que ce *template* est largement connu et très souvent employé dans les mèmes.



Figure 31 : relation entre Albert Camus et Maria Casarès sur le *template* « Cheating boyfriend », *Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 05/09/2020.

Ensuite, à propos de la rivalité avec Jean-Paul Sartre, Gaëtan Brulotte évoquait déjà, en 1994, les raisons qui justifiaient une préférence marquée envers Camus :

« Plus que Sartre dont le côté noir radical séduit moins aujourd’hui, on aime en Camus l’air souriant et souple du compromis, la communion primitive avec la nature, la valorisation des sens et de l’amour, le plaidoyer contre le mal, la mort, la guerre, l’injustice<sup>124</sup> ».

Bien que cet article ait déjà 30 ans, les motifs qu’il développe font écho à ce que nous avons pu relever en explorant le groupe *Neurchi de Camus*. En effet, les publications représentent, dans certains cas, un Camus souriant, dont on met en avant le charisme, à l’inverse d’un Jean-Paul Sartre quant à lui perçu comme repoussant.

Le mème suivant (figure 32) est un exemple qui permet d’illustrer ce propos. Nous y observons l’ancien président américain Donald Trump aux côtés de sa femme ; celle-ci détourne le regard de lui pour se tourner vers un autre homme. L’arrêt sur image donnerait presque l’impression qu’elle cherche à embrasser cet homme tandis que Donald Trump affiche un visage fermé, le regard orienté vers le sol, connotant le dépit.

<sup>124</sup> BRULOTTE, *art. cit.*, p. 141.





Figure 32 : préférence marquée pour Camus et utilisation d'un *template* avec Donald Trump et sa femme, *Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 29/04/2021.

Nous pouvons par ailleurs interpréter ce même comme une moquerie adressée à Trump, mais il en ressort surtout que la représentation de personnalités mondialement connues est un moyen de jouer avec un bagage culturel (et d'actualité) auprès du public qui reçoit le même et n'aurait aucun mal à comprendre la portée, d'autant plus que l'orientation du groupe favorise clairement Camus à la différence de Sartre. Puisque le groupe est centré sur Camus, il est naturellement attendu que les mêmes se montrent en sa faveur, et c'est précisément ce que nous relevons encore une fois dans l'exemple suivant (figure 33), dans lequel une adhésion à la pensée de Sartre serait synonyme de rejet :



Figure 33 : exemple de préférence à Albert Camus en opposition à Jean-Paul Sartre, *Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 06/12/2020.

Deux autres effets viennent compléter ce même. D'une part, une identification entre Camus et les internautes est suggérée (en incluant une photographie de Camus comme



*template* ainsi qu'un élément textuel accordé à la seconde personne du singulier) de sorte à appuyer l'effet de communauté autour d'Albert Camus. D'autre part, ce même attribue à l'auteur un registre de langue anachronique, un langage « modernisé », de sorte à inclure cette rivalité dans un cadre contemporain et ainsi la faire perdurer à notre époque au travers de ce groupe.

Après avoir relevé quelques biographèmes marquants et parmi les plus représentés au travers des mêmes sur *Neurchi de Camus*, nous allons à présent nous focaliser sur la perception des œuvres de l'auteur et de leur mise en forme au travers des mêmes.

### **3.2.3. Les œuvres de Camus à travers les mêmes**

Du fait que le groupe se focalise sur Albert Camus et son œuvre, les mêmes diffusés ne remplissent pas toutes les catégories de la typologie telle qu'établie précédemment ; nous n'avons pas relevé de mêmes sur les genres et courants littéraires ni sur les pratiques et habitudes liées au lectorat. Les œuvres de Camus les plus souvent mises en avant dans les mêmes sont quant à elles le roman *L'Étranger* et l'essai *le Mythe de Sisyphe*.

L'exemple suivant (figure 34), détourne l'incipit du roman *L'Étranger*, plus précisément le moment où le personnage principal, Meursault, indique qu'il ne sait plus quand est décédée sa mère. Cet incipit a été largement réutilisé dans les mêmes au sein de ce groupe Facebook. Le *template* qui a servi à ce même est fréquemment employé et indique la difficulté et l'hésitation face à un choix à effectuer, tout comme Meursault ne se souvient plus si sa mère est décédée hier ou aujourd'hui.



Figure 34 : détournement de l'incipit de *L'Étranger*,  
*Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 17/10/2020.

Bien que le groupe soit privé et que donc certains aspects diffèrent de ce que nous avons précédemment relevé avec *memes\_litteraires* (représentation de la typologie, centrage sur un auteur...), il existe néanmoins des points communs qui répondent à la logique des memes telle que nous l'avons décrite tout au long de ce travail, notamment le lien à des événements d'actualité. L'exemple suivant (figure 35) en témoigne incontestablement :

« Aujourd'hui, maman est morte. Ou peut-être hier, je ne sais pas. »



Figure 35 : citation de l'incipit de *L'Étranger* en lien avec le décès de la reine Elizabeth II,  
*Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 08/09/2022.

Dans cet exemple, nous retrouvons l'actuel roi Charles III en compagnie de son épouse Camilla. Le même reprend un extrait de l'incipit du roman *L'Étranger* et fait écho au

récent décès de la Reine Elizabeth II survenu le 8 septembre 2022<sup>125</sup>. Cela indique que ce même reprend, comme de nombreux autres, des éléments directement relevés de l'actualité, tout en créant ici une connexion avec un des textes les plus connus d'Albert Camus. Le parallélisme entre Charles III et le personnage de Meursault favorise la dimension humoristique du même, celle-ci renforcée par la citation et le fait que sur l'image, l'actuel roi semble signer un document ; cette image peut être lue comme la rédaction de la phrase reprise au-dessus.

Ensuite, l'essai *Le mythe de Sisyphe* a également fait l'objet de nombreux mêmes, plus particulièrement la phrase finale dans laquelle Albert Camus indique : « Il faut imaginer Sisyphe heureux ». Dans le mythe grec d'origine, Sisyphe est puni par les dieux et condamné à pousser continuellement un rocher au sommet d'une montagne. Lorsque Camus réutilise ce mythe, il indique que l'on doit imaginer Sisyphe heureux, parce que le bonheur n'est pas à considérer dans le résultat final mais dans l'acceptation de sa condition. Selon lui, Sisyphe peut créer son propre bonheur en retirant de la satisfaction dans l'effort de pousser sans cesse le rocher. En somme, dans cet essai qui porte sur l'absurde, Camus affirme que l'homme peut trouver une forme de liberté dans la lutte et dans la prise de conscience de l'absurdité de la vie.

L'exemple suivant<sup>126</sup> (figure 36) reprend la tâche que Sisyphe est condamné à réaliser, soit le fait de pousser le rocher au sommet de la montagne :



Figure 36 : illustration de la tâche inexorable de Sisyphe, *Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 09/04/2021.

<sup>125</sup> Nous relevons donc la création et publication spontanée du même, publié le jour-même du décès de la reine Elizabeth II.

<sup>126</sup> Nous traduisons : « Comment cela a commencé / Comment cela se passe ».

Cette illustration, déjà largement connue avant d’être réutilisée dans le *Neurchi de Camus*, est souvent employée dans des mèmes en dehors du groupe Facebook et renvoie au mythe d’origine. Les éléments textuels associés à l’illustration indiquent qu’il n’y a pas de changement entre le passé et le présent de l’action. C’est une façon de récrire le mythe, notamment le fait que la condition de Sisyphe est éternelle.

En revanche, le mème suivant<sup>127</sup> (figure 37) renvoie sans aucun doute directement à l’essai de Camus, puisque nous y retrouvons la célèbre phrase finale « Il faut imaginer Sisyphe heureux », reformulée à la seconde personne du singulier mais en demeurant toujours reconnaissable.



Figure 37 : ironisation de la fin de l'essai *Le Mythe de Sisyphe*, *Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 12/10/2021.

Le *template* de ce mème est une photo du joueur de football Cristiano Ronaldo plus jeune. Nous pouvons interpréter ce mème comme étant une moquerie de l’adolescence, en réutilisant le motif de « phase », soit une période supposée provisoire durant laquelle les adolescents expriment des changements tant sur le plan physique que psychologique, ce qui se traduit parfois par l’essai de nouveaux styles vestimentaires, un changement de

<sup>127</sup> Nous traduisons : « Ce n’est pas une phase, Maman. Je suis existentialiste maintenant. Tu dois imaginer Sisyphe heureux, Maman ».

comportement et d'intérêts, etc. Dans ce même, le courant philosophique de l'existentialisme n'est pas considéré comme une phase qui prendrait fin au bout d'un certain temps, mais bien comme une caractéristique indéniable qui fonde l'individu. Il s'agit ici d'une ferme affirmation de la part de l'adolescent qui s'exprime à sa mère.

Enfin, le roman *La Peste* a fait l'objet de peu de mêmes en comparaison aux deux autres textes, mais nous les retenons pour le rapport à la pandémie à laquelle ils font écho, comme le démontre l'exemple suivant (figure 38) dans lequel est établie une corrélation entre la crise du Covid-19 et les ventes du roman *La Peste*, du fait des similitudes observées entre le roman et la période de confinement :

Un chinois : mange du pangolin  
Les ventes de la Peste :



Figure 38 : corrélation entre la pandémie de Covid-19 et les ventes du roman *La Peste*,  
*Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 02/04/2020.

Tout comme l'exemple avec la reine Elisabeth II (figure 35), le même ci-dessus reprend un élément de l'actualité en jouant sur les possibles origines du virus qui a provoqué la pandémie. Nous retrouvons ici l'idée précédemment évoquée selon laquelle de nombreux mêmes ont été produits durant la pandémie, de sorte à créer, entre autres, un effet de communauté via le sentiment de solidarité ou encore par la représentation d'idées partagées (telles que les origines controversées du virus). Dans le cas présent, le même suit cette seconde idée en associant le début de la pandémie à la consommation de pangolin. Cette idée est ensuite associée au roman *La Peste* car la crise sanitaire a permis de faire ressurgir ce roman, du fait que le contenu semblait similaire (par une période de quarantaine et de confinement notamment) mais aussi par les pensées des personnages qui vivent dans ces brusques changements avec un sentiment de solitude, de la même

façon qu'en 2020, ces passages faisaient sens et semblaient coller à cette nouvelle réalité. Le même prend la forme d'une énonciation doxique certaine (introduite par « un chinois ») associée à un second constat également admis et qui touche à l'augmentation des ventes du roman.

D'autres œuvres d'Albert Camus ont fait l'objet de mêmes sur le groupe mais de façon beaucoup plus ponctuelle. Nous avons retenu ces trois titres du fait de la plus large proportion de mêmes, et des effets que nous pouvions en retirer et qui complètent les éléments théoriques introduits dans les premiers chapitres de ce travail (lien à l'actualité, utilisation de références pop-culturelles...).

### **3.3. Éléments de comparaison entre les deux environnements de diffusion**

Nous relevons, de ces quelques exemples et de leurs contextes d'émission, des convergences et des divergences avec le compte *memes\_litteraires* dont nous avons précédemment commenté le contenu.

Nous observons une première différence dans la dimension privée du *Neurchi de Camus* à la différence du compte Instagram public. En effet, afin de l'intégrer, il est demandé que nous remplissions un court formulaire (en indiquant par exemple la motivation à rejoindre le groupe) et introduisions une demande qui doit être ensuite validée par l'administrateur. L'accès aux contenus publiés est donc plus restreint en comparaison au compte *memes\_litteraires* qui est quant à lui totalement public et dont les contenus peuvent circuler librement via les partages des internautes mais aussi en suivant les effets algorithmiques.

Un autre aspect qui diffère est que tous les membres du groupe peuvent publier des mêmes, alors que le compte *memes\_litteraires* est régi par une seule personne<sup>128</sup>. Les contenus du groupe Facebook ont donc plus de chance d'être variés puisqu'ils dépendent des connaissances et de la créativité de plusieurs personnes. Néanmoins, nous avons relevé que les publications du compte Instagram, tout comme celles du groupe Facebook, présentaient des contenus culturels très diversifiés, associant des éléments d'actualité ou de pop culture à des faits littéraires parfois très pointus. En revanche, le nombre de

---

<sup>128</sup> Il existe néanmoins des comptes Instagram partagés par plusieurs personnes.

publications sur *memes\_litteraires* est largement supérieur à celui du groupe Facebook, ce qui peut sembler inattendu puisque le modérateur est seul à produire et publier les mèmes. Ceci se traduit par des productions qui touchent à différents genres littéraires, et à un nombre important d'œuvres et d'auteurs associés. En somme, nous ne pouvons pas confirmer que le fait que plusieurs personnes permettent, dans ce cas, d'obtenir des publications plus nombreuses et riches que sur le compte Instagram. Notre recherche s'est cependant limitée à ces deux modes de diffusion, mais il n'est pas exclu que de plus amples recherches permettraient de compléter cet aspect.

Ensuite, nous relevons un point commun relatif au contenu culturel des mèmes. Certains exemples du *Neurchi de Camus* répondent à des mécanismes de construction propres aux mèmes de façon analogue à ce que nous avons relevé quant au compte Instagram. En effet, certains cas montrent un clair rapport à l'actualité (le décès de la reine Elizabeth II, les origines controversées du Covid-19...) et reprennent des éléments de pop culture, par exemple du côté des séries télévisées telles que *The Office*. Il en va de même avec le compte Instagram qui puise certains *templates* dans des films tels que *Barbie* ou des dessins animés (*Les Maîtres de l'univers*). Ce que nous retenons donc, c'est que dans ce cas, l'environnement de diffusion n'influence pas l'emploi d'éléments culturels qui forment les mèmes, puisqu'il s'agit là d'une caractéristique intrinsèque et commune à une grande partie de ces productions.

En revanche, nous observons qu'à la différence du compte Instagram, les mèmes contenus sur le groupe *Neurchi de Camus* ne répondent pas à toutes les catégories de la typologie que nous avons élaborée. Les mèmes ne représentant par exemple aucune habitude spécifique du lectorat : il serait attendu que l'effet de communauté puisse s'en retrouver quelque peu affaibli (dans la mesure où, à la différence du compte Instagram, le public cible s'en retrouverait réduit). Néanmoins, après observation et analyse des mèmes publiés, l'effet de communauté se retrouve inscrit directement dans le contenu, par exemple avec la prise de position dans le conflit entre Sartre et Camus. De plus, du fait que tous les mèmes portent de près ou de loin sur Camus et ses œuvres, il est à supposer que les personnes qui intègrent ce groupe répondent à des intérêts communs, ce qui aurait pour conséquence d'appuyer un effet de communauté.

Ce que nous retenons de la comparaison de ces environnements de diffusion est que tous deux impliquent, sous des formes diverses, un effet de communauté marqué que nous retrouvons principalement dans le contenu des mêmes publiés. L'un des environnements ne produit pas un sentiment de communauté plus fort que l'autre ; ils sont différents et impliquent de les envisager avec les caractéristiques qui leur sont propres. Le compte Instagram semble forger l'aspect de communauté par des productions nombreuses et diversifiées tandis que le groupe Facebook cible le public en limitant les contenus, mais ces derniers impliquent un sentiment d'adhésion à une pensée supposée commune à tous les membres.

À présent, nous allons pousser un pas plus loin nos analyses en envisageant la modélisation des références littéraires dans les mêmes ainsi que les procédés intertextuels et leur application dans ces productions.





## 4. Modélisation des références littéraires dans les mèmes

---

Ce chapitre se concentrera sur la façon dont les mèmes modélisent les références littéraires. Nous retrouvons ici la notion d'*intertextualité* définie de façon très large comme le rapport de textes entre eux<sup>129</sup> (→ 1.5.1.) et relevons les phénomènes variés qu'implique cette définition<sup>130</sup>. Il sera ici question de mèmes qui répondent exclusivement à la catégorie portant sur des ouvrages spécifiques.

Dans un premier temps, nous reviendrons sur le travail de la chercheuse Anne-Claire Gignoux dans son ouvrage *Introduction à l'intertextualité* (→ 4.1.), à partir duquel nous commenterons la possible application des catégories intertextuelles dans le cas des mèmes littéraires. Pour ce faire, nous prendrons appui sur un corpus issu du groupe Facebook *Neurchi de Camus* et du compte Instagram *memes\_litteraires* dont nous avons précédemment relevé les caractéristiques essentielles.

À la suite de ces observations, nous proposerons quelques pistes de réflexion et envisagerons les degrés d'explicite et d'implicite contenus dans les mèmes littéraires (→ 4.2.).

### 4.1. Classification des formes d'intertextualité

Dans son ouvrage *Introduction à l'intertextualité*, Anne-Claire Gignoux propose une synthèse claire et complète des différentes approches portant sur la notion d'intertextualité, et rappelle, comme nous l'avons vu précédemment, qu'il s'agit d'une notion difficile à définir et dont les sens donnés peuvent différer d'une recherche à l'autre. Elle indique également que certains aspects semblent contradictoires<sup>131</sup> et relève, tout au long de l'ouvrage, le côté presque polysémique du terme<sup>132</sup>.

Dans le premier chapitre, Anne-Claire Gignoux revient sur les origines de la notion d'intertextualité et les premières tentatives de théorisation par Julia Kristeva avant de mettre l'accent sur des travaux ultérieurs. Ainsi, Anne-Claire Gignoux offre un large panorama synthétique qui comprend les théories sur l'intertextualité de Roland Barthes,

---

<sup>129</sup> GIGNOUX, *op. cit.*, p. 53.

<sup>130</sup> *Ibid.*

<sup>131</sup> *Ibid.*, p. 9.

<sup>132</sup> *Ibid.*, p. 53.

Umberto Eco, Laurent Jenny, Michael Riffaterre et enfin Gérard Genette. Pour chacun d'entre eux, elle soulève les traits principaux accordés à la notion et les quelques dissonances avec les autres recherches. Ce que nous retenons de cette partie introductive est l'importance accordée au lecteur, notamment aux connaissances culturelles qui permettent de reconnaître les éléments à la base des procédés intertextuels. Cet aspect nous paraît important dans la question des mèmes littéraires, car, comme nous l'avons déjà constaté à travers de nombreux exemples<sup>133</sup>. Ces productions allient divers éléments culturels, reliant parfois des sphères *a priori* distinctes : c'est le cas, comme nous l'avons observé, lorsque les mèmes emploient des éléments de pop culture (extraits de films, de séries télévisées...) en plus de la référence littéraire, qui elle aussi implique certaines connaissances pour le récepteur (telles que la reconnaissance du roman à la base du mème, par exemple).

Anne-Claire Gignoux suggère ensuite, dans le second chapitre, de classer les formes d'intertextualité au sein des textes<sup>134</sup> en deux niveaux principaux : la microstructure, soit des éléments relatifs au contenu des textes, et la macrostructure, qui elle s'applique à l'ensemble du texte en question. Pour chacun de ces niveaux, nous allons en préciser le contenu et l'exemplifier afin de constater de quelle façon cette théorie peut être applicable, ou non, à la question des mèmes littéraires.

Enfin, le troisième et dernier chapitre de l'ouvrage traite des réécritures ; celles-ci se distinguent de l'intertextualité par les segments textuels qu'elles englobent<sup>135</sup>. Nous relevons néanmoins un aspect commun, celui de l'importance attribuée aux lecteurs à leurs compétences culturelles<sup>136</sup>.

Dans les sections qui suivent, nous débiterons par commenter les catégories relatives à la microstructure (→ 4.1.1.) avant de porter notre attention sur celles de la macrostructure (→ 4.1.2.). Enfin, nous commenterons un cas particulier d'intertextualité, celui de la mise en abyme (→ 4.1.3.).

---

<sup>133</sup> Nous renvoyons aux exemples de mèmes qui associent *Friends* et la pièce *Huis Clos* (figure 20) Roman Gary/Émile Ajar à des personnages de la série *Les Simpson* (figure 26), ou encore *Barbie* et Emma Bovary (figure 29), pour ne citer que ces exemples.

<sup>134</sup> Elle distingue également des formes intertextuelles autour des textes (paratextualité, métatextualité, architextualité) mais nous ne retiendrons pas ces aspects dans le cadre de ce travail.

<sup>135</sup> GIGNOUX, *op. cit.*, p. 114.

<sup>136</sup> *Ibid.*, p. 111.

#### 4.1.1. La microstructure

Pour ce qui est de la microstructure, soit des éléments propres au contenu des textes, nous relevons trois types de formes intertextuelles : la citation, l'allusion et la référence<sup>137</sup>. Après avoir redéfini chacun de ces termes, nous illustrons ces notions par des exemples concrets avant de souligner quelques difficultés qu'implique le format des mêmes.

##### 4.1.1.1. La citation

La première forme relative à la microstructure, et sans doute la plus claire à identifier, est celle de la citation. Elle désigne l'action de prélever un fragment d'un texte antérieur et de l'insérer ensuite dans un autre texte<sup>138</sup>. Il s'agit, selon Anne-Claire Gignoux, de la « procédure minimale d'insertion d'un texte dans un autre<sup>139</sup> ». Elle représente, sans nul doute, la forme d'intertextualité la plus explicite.

Nous pouvons reconnaître la présence d'une citation grâce à différents indices. D'un point de vue typographique, nous reconnaissons notamment l'emploi de guillemets ou de la mise en italique<sup>140</sup>. Selon Antoine Compagnon, l'insertion d'une citation implique une reconnaissance du lecteur<sup>141</sup>, celle-ci pouvant être aidée par ces différents indices.

Enfin, il est à noter que les textes qui citent d'autres textes sont dotés d'un sens supplémentaire<sup>142</sup>. Ces effets sont variables et dépendent, dans notre cas, de la visée des mêmes. Ceux-ci étant, dans de nombreuses occasions, à visée sarcastique ou ironique, il ne serait pas étonnant que l'emploi d'une citation dans les mêmes vise à appuyer davantage ces effets.

---

<sup>137</sup> GIGNOUX, *op. cit.*, p. 54.

<sup>138</sup> *Ibid.*, p. 55-56.

<sup>139</sup> *Ibid.*, p. 54.

<sup>140</sup> *Ibid.*

<sup>141</sup> *Ibid.*, p. 57.

<sup>142</sup> *Ibid.*, p. 58.

L'exemple suivant (figure 39) contient comme élément textuel une citation extraite de la pièce *Cyrano de Bergerac* d'Edmond Rostand et indiquée dans ce cas-ci entre guillemets :



Figure 39 : Citation d'un extrait de la pièce *Cyrano de Bergerac* d'Edmond Rostand, *memes\_litteraires* (Instagram), publié le 26/06/2020.

L'élément textuel supérieur indique clairement une citation puisqu'en effet, nous retrouvons l'emploi de guillemets ainsi que la mention du personnage de Cyrano qui prend la parole. Quant au *template* à la base de ce mème, il s'agit d'une photo du Sphinx de Gizeh, à laquelle un trait bleu censé représenter des larmes a été rajouté. Les deux autres éléments textuels indiquent, d'une part, une pensée fictive du sphinx, et d'autre part, l'action de pleurer en ancien égyptien. En somme, à partir d'une citation issue de la pièce *Cyrano de Bergerac*, le producteur du mème joue sur l'apparence du sphinx qui est délesté de son nez, de sorte à créer un effet moqueur. Dans ce cas-ci, l'emploi de la citation a pour but de renforcer la moquerie envers le Sphinx, en pointant du doigt cette caractéristique physique.

Néanmoins, il existe des pièges qui prennent la forme de citations fictives<sup>143</sup>. Ceci peut être observé dans les mèmes dont les effets ironiques et sarcastiques peuvent conduire à attribuer des citations ou autres références fictives à des auteurs et autrices, à des personnages ou encore par la reformulation de certains textes.

---

<sup>143</sup> GIGNOUX, *op. cit.*, p. 59.

L'exemple suivant (figure 40) témoigne d'un cas de citation fictive malgré l'emploi des guillemets :



Figure 40 : cas de citation fictive dans *L'Étranger*,  
*Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 20/06/2021.

Dans cet exemple, deux bras prennent la forme d'une poignée de main dont l'objet commun est la citation fictive « C'est la faute du soleil ». Le personnage de Meursault renvoie donc à *L'Étranger*, et plus précisément lorsqu'il doit se justifier d'avoir tué un homme sur la plage. D'autre part, le second élément renvoie à l'actualité (nous sommes ici en juin 2021) : l'équipe de France de football a perdu un match contre la Hongrie, et s'est justifiée de cette défaite en évoquant le temps ensoleillé. Qu'il s'agisse de l'extrait du roman ou de la justification de l'équipe, la citation, ici fictive, a une visée de reformulation qui permet d'associer aussi bien le roman d'Albert Camus qu'un fait lié à l'actualité sportive, en se moquant de l'équipe française qui a tenté de justifier de façon peu crédible sa défaite, tout comme la justification de Meursault n'a pas convaincu le juge.

Néanmoins, la lecture de ce même implique des connaissances spécifiques. L'une est relative au roman ; il est attendu que le lecteur du même comprenne que Meursault n'a pas prononcé ces paroles telles quelles. L'autre concerne le contexte d'émergence de ce même, et le rapport direct à l'actualité sportive. Plus de trois ans après sa publication, nous relevons néanmoins que cet aspect n'est plus aussi évident qu'au moment de la diffusion, mais que les éléments qui composent le même, notamment textuels, rendent son interprétation encore possible.

#### 4.1.1.2. La référence et l'allusion

La seconde forme d'intertextualité comprise dans la microstructure est celle de la référence et de l'allusion. Les deux sont envisagées ensemble car, selon Antoine Compagnon, il s'agit de deux modalités de la citation<sup>144</sup>. Il est considéré que ces deux modalités produisent « le même acte de vérité<sup>145</sup> ». Cela signifie que, malgré quelques différences entre ces deux procédés et le fait qu'ils diffèrent dans leur façon de faire écho à d'autres textes, la référence et l'allusion enrichissent le sens d'un texte relié à d'autres, sans en altérer le contenu.

La référence est définie dans *Introduction à l'intertextualité* comme « le fait de donner le titre d'une œuvre et/ou le nom d'un auteur auxquels on renvoie, qui accompagnent, ou non, une citation<sup>146</sup> ». Nous pourrions néanmoins compléter cette approche en incluant également la mention d'un personnage principal d'une œuvre, et qui renverrait sans aucun doute à la source d'origine. Nous relevons ici le caractère encore explicite du procédé intertextuel. Si la référence n'est pas toujours accompagnée d'une citation, d'autres indicateurs permettent au lecteur de rattacher le même à sa source littéraire d'origine.

L'exemple suivant (figure 41) correspond à cette définition de la référence puisqu'en effet, il y a une double mention des auteurs Camus et Ionesco ainsi que des titres de leurs œuvres, *La Peste* et *Rhinocéros* :



Figure 41 : établissement d'une similarité entre *La Peste* et *Rhinocéros*, *Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 05/11/2021.

<sup>144</sup> GIGNOUX, *op. cit.*, p. 58.

<sup>145</sup> *Ibid.*, p. 59.

<sup>146</sup> *Ibid.*

Le *template* de ce même, « Spider Man Double », fait partie des plus viraux et réutilisés sur Internet. Le personnage de Spider Man se tient en face d'un miroir, et pointe du doigt son propre reflet. Dans cet exemple, les deux textes sont donc considérés comme identiques. En revanche, déterminer le sens concret du même est une affaire plus complexe. En effet, l'un est un roman, l'autre une pièce de théâtre. Le point de similitude ne concerne donc pas le genre de ces œuvres. Afin de comprendre ce même, nous nous référons donc au contenu : *La Peste* est un roman dans lequel une ville est contrainte à un confinement général à la suite d'une épidémie ; la pièce *Rhinocéros* raconte quant à elle comment les habitants d'une ville se transforment progressivement en rhinocéros. Dans les deux cas, malgré des contextes différents, ces œuvres traitent de l'absurdité de la vie et de la montée de l'irrationnel dans la réaction de la population face à ces événements anormaux. Nous le constatons ici aussi, la lecture et l'interprétation d'un même littéraire implique des connaissances de la part du lecteur qui vont au-delà de la reconnaissance des éléments de pop culture en supposant d'avoir acquis, dans ce cas, les traits principaux des deux œuvres afin de les mettre en perspective au travers de ce même.

Le second exemple<sup>147</sup> (figure 42) semble lui aussi correspondre au sens attribué à la référence, mais cette fois-ci, en utilisant le nom ainsi qu'un élément fondamental du récit :

**Sisyphe qui redescend  
chercher sa pierre be like :**



Figure 42 : référence à Sisyphe et sa tâche au travers de l'anime *Nicky Larson*, *Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 07/04/2020.

<sup>147</sup> Nous traduisons : « Cela fait mal, mais je suis heureux ».



En effet, bien que le même ne comporte pas de citation explicite, il y a néanmoins la mention de *Sisyphe* ainsi qu'un élément fondamental du *Mythe de Sisyphe*, à savoir le fait qu'il soit condamné à remonter indéfiniment le rocher au sommet de la montagne, ce qui permet, au lecteur, de rattacher le même à sa source d'origine. Bien que ni le nom de l'auteur ni celui du texte ne soient repris tels quels, nous pouvons néanmoins rattacher ce même à sa source grâce à la mention de Sisyphe. De plus, l'élément textuel indique qu'il est heureux ; nous retrouvons donc la conclusion établie par Camus.

Ensuite, l'allusion constitue « un fait d'intertextualité discret, implicite, voire totalement caché<sup>148</sup> » et Genette la définit comme suit :

« Énoncé dont la pleine intelligence suppose la perception d'un rapport entre lui et un autre auquel renvoie nécessairement telle ou telle de ses inflexions, autrement non recevable<sup>149</sup> ».

Les allusions littéraires peuvent revêtir la forme de citation sans référence ou encore sans signe typographique mais elles impliquent divers degrés de lecture selon la culture des lecteurs<sup>150</sup>. Cette notion est déjà nettement plus implicite que les deux précédentes puisqu'elle suppose que la lecture et l'interprétation du même catégorisé comme une allusion puise dans des éléments qui ne sont pas clairement indiqués ni dans la partie textuelle, ni dans le *template*. Cela ne veut cependant pas signifier que le récepteur du même serait totalement livré à lui-même ; les éléments demeurent décodables, mais impliquent un degré de connaissances au-delà des éléments représentés dans le même.

---

<sup>148</sup> GIGNOUX, *op. cit.*, p. 60.

<sup>149</sup> GENETTE, *op. cit.*, p. 8.

<sup>150</sup> GIGNOUX, *op. cit.*, p. 61.

Afin d'illustrer notre propos, nous proposons l'exemple suivant<sup>151</sup> (figure 43) qui correspond à la définition de l'allusion telle que nous venons de l'envisager :

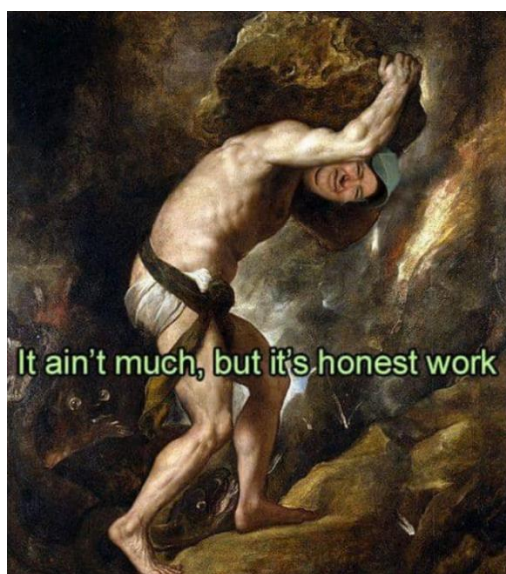


Figure 43 : allusion à la tâche de Sisyphe,  
Neurchi de Camus (Facebook), publié le 21/01/2021.

La partie textuelle renvoie à un mème préexistant : celui où est représenté un fermier (dont nous voyons le visage) avec l'indication « It ain't much, but it's honest work ». Ce mème d'origine, devenu viral, a été détourné à de nombreuses reprises. S'il est possible de reconnaître le mème d'origine (ce qui implique des connaissances dans le domaine des mèmes), l'élément iconographique est quant à lui une représentation de Sisyphe qui porte le rocher. Ce mème fait donc allusion à l'essai *Mythe de Sisyphe* mais de façon moins directe que dans les exemples qui précèdent.

Ces notions de référence et d'allusion posent néanmoins quelques difficultés dans l'étude des mèmes littéraires. D'une part, comme nous l'avons constaté, des références fictives peuvent s'imposer et impliquent que le lecteur puisse le reconnaître. D'autre part, la plupart des mèmes littéraires formulent des allusions de façon implicite (à la différence, par exemple, des cas de citations directes comme dans la figure 39 avec l'extrait de *Cyrano de Bergerac* ou des références directes) ; l'allusion s'apparente alors davantage à une caractéristique englobante plutôt qu'une catégorie de forme intertextuelle spécifique dans le cas des mèmes.

<sup>151</sup> Nous traduisons : « Ce n'est pas grand-chose, mais c'est un travail honnête ».

#### 4.1.2. La macrostructure

À présent, nous allons envisager la macrostructure, soit l'ensemble d'une œuvre, nous positionnant ainsi du côté de l'énonciation. La théorie d'Anne-Claire Gignoux distingue trois catégories : la parodie, le pastiche et le plagiat<sup>152</sup>. Nous suivons la même démarche que pour la microstructure en nous concentrant sur le sens de chacun de ces termes avant de commenter ces approches sous le prisme des mêmes.

##### 4.1.2.1. La parodie

Tout d'abord, la notion de *parodie* a fait l'objet de nombreux passages dans *Palimpsestes* et les acceptations peuvent être multiples<sup>153</sup> ; nous la considérons néanmoins comme étant la transformation d'un texte dans une perspective ludique<sup>154</sup> voire satirique<sup>155</sup>. Quant à sa mise en forme, nous relevons chez Anne-Claire Gignoux que :

« La parodie repose en premier lieu sur une transformation de l'intrigue, du cadre et des personnages mais rappelle cependant, par de très nombreux détails, le scénario original<sup>156</sup> »

Cette acceptation correspond bien aux mêmes puisqu'en effet, ils détournent souvent des œuvres de façon sarcastique mais nous y reconnaissons des éléments (tels que la mention d'un personnage) qui nous ramènent, d'une façon ou d'une autre, à la source d'origine.

L'exemple suivant (figure 44) peut être interprété comme une forme de parodie. En effet, la partie textuelle supérieure indique que le même est censé définir, du moins représenter, le roman *Les Frères Karamazov* de l'écrivain russe Dostoïevski. L'élément textuel inférieur a une visée parodique puisqu'il résume brièvement et familièrement le roman en une phrase. Cet élément textuel est à mettre en lien avec l'image puisque les deux sont extraits d'un épisode du *Palmashow*<sup>157</sup> dont de nombreux extraits sonores ont été

---

<sup>152</sup> GIGNOUX, *op. cit.*, p. 54.

<sup>153</sup> Anne-Claire Gignoux pointe du doigt le fait que cette notion est ambiguë chez Genette puisqu'elle désigne aussi bien un genre littéraire que des citations à visée humoristiques : *Ibid.*, p. 6.

<sup>154</sup> *Ibid.*

<sup>155</sup> *Ibid.*, p. 66.

<sup>156</sup> *Ibid.*, p. 64-65.

<sup>157</sup> Le *Palmashow* est une série de sketches et de parodies (de la vie quotidienne mais aussi de la pop culture) formée par les humoristes français Grégoire Ludig et David Marsais. Le *Palmashow* est connu du public par des vidéos diffusées sur Internet et pour son humour décalé.

réutilisés dans des mèmes. Le roman de Dostoïevski aborde la complexité des relations entre trois frères et leur père, ce que le mème représente en utilisant le terme de « bordel ».



Figure 44 : parodie du roman *Les Frères Karamazov* de Dostoïevski, *memes\_littéraires* (Instagram), publié le 23/01/2020.

Ce mème, en condensant de façon sarcastique l'intrigue complexe du roman tout en indiquant le titre, s'apparente donc, à notre sens, à une parodie. Ce format nous semble fréquent dans le cadre des mèmes, mais comme nous le relèverons dans le point suivant, la distinction avec le pastiche peut sembler complexe à saisir.

#### 4.1.2.2. *Le pastiche*

La seconde catégorie relevée dans la macrostructure est celle du pastiche, défini par Genette comme « imitation d'un style d'un auteur<sup>158</sup> ». S'il n'est pas classable comme un genre littéraire distinct, il n'empêche que le pastiche constitue un indéniable jeu intertextuel<sup>159</sup>. Anne-Claire Gignoux indique par ailleurs le rapport entre le pasticheur et la critique puisqu'en effet : « Le pasticheur a dû faire, au moins intuitivement, œuvre de critique pour identifier et reproduire les caractéristiques stylistiques de son modèle<sup>160</sup> ». Nous retrouvons ici aussi l'importance accordée au lecteur et à ses connaissances des œuvres littéraires<sup>161</sup>. En effet, en considérant que le pastiche est l'imitation d'un auteur par un autre, il serait attendu que le lecteur puisse reconnaître les deux auteurs en question afin de cerner le jeu intertextuel produit.

<sup>158</sup> GENETTE, *op. cit.*, p. 40.

<sup>159</sup> GIGNOUX, *op. cit.*, p. 67.

<sup>160</sup> *Ibid.*, p. 68.

<sup>161</sup> *Ibid.*, p. 69.

En considérant cette notion comme telle, nous pourrions considérer que l'exemple suivant (figure 45) soit une forme de pastiche :



Figure 45 : imitation d'un extrait des B.D. de Tintin sur base de l'incipit de *L'Étranger*, Neurchi de Camus (Facebook), publié le 05/11/2022.

Dans ce même, le capitaine Haddock des bandes dessinées *Tintin* s'exprime en reprenant l'incipit de *L'Étranger* de Camus, mais en changeant certains termes, tels que « Tintin » au lieu de « Maman », de sorte à pouvoir replacer ce propos dans l'univers fictionnel d'Hergé. L'incipit du roman de Camus reste néanmoins reconnaissable, ce qui nous permet de considérer cet exemple comme une imitation. Néanmoins, la distinction entre pastiche (imitation) et parodie (transformation satirique) est parfois complexe à saisir. En effet, où placer la limite entre ce qui est satirique et ce qui ne l'est pas, en prenant en compte le fait que les mêmes sont qualifiés par leur humour qui prend des formes diverses, allant de l'ironie au sarcasme (→ 1.2.3.) ? Dans ce cas-ci, nous devons interpréter ce même comme une imitation des B.D. de *Tintin* ou bien comme une transformation satirique de celles-ci ? Ceci impliquerait de considérer le même comme une parodie, d'autant plus que cet exemple correspond à la définition et aux caractéristiques que nous avons relevées précédemment. En effet, bien que le texte soit transformé, nous y reconnaissons la source d'origine puisque la structure des phrases est similaire.

La catégorisation entre pastiche et parodie se fonde sur deux interprétations différentes. D'une part, ce même pourrait être considéré comme une affirmation que les deux auteurs,

Camus et Hergé, ont le même sens de l'absurde de l'existence humaine. Cette conception nous mènerait donc du côté du pastiche en tant qu'imitation dont la perspective peut être qualifiée de ludique mais non moqueuse. D'autre part, cet exemple peut être lu comme une parodie s'il est considéré ici que le texte de Camus est « dégradé », soit transformé au format de la bande-dessinée.

#### 4.1.2.3. *Le plagiat*

Enfin, la dernière catégorie des formes intertextuelles propres à la macrostructure est celle du plagiat, soit le « vol ou pillage de textes d'un écrivain par un autre, l'emprunt non autorisé d'éléments protégés<sup>162</sup> ». Pour certains, cette notion est associée à l'intertextualité<sup>163</sup> puisqu'est établi un rapport entre deux textes.

Cependant, cette catégorie ne semble pas applicable aux mêmes car il s'agit de créations qui prennent, certes, appui sur des éléments textuels (souvent relatifs à des romans dans notre cas) mais dans une perspective de les réécrire, de les reformuler voire de les déformer pour répondre à des attentes humoristiques qu'impliquent la conception du même. Il ne s'agit donc pas de reprises illégitimes et qui s'inscriraient dans un cadre juridique, *a contrario* de ce que représente réellement un plagiat. De ce fait, nous l'écarterons des formes intertextuelles dans l'étude des mêmes.

#### 4.1.2.4. *Un cas particulier : la mise en abyme*

Enfin, nous clôturons cette étude des formes d'intertextualité par un cas particulier puisqu'il s'inscrit aussi bien dans la micro que dans la macrostructure : il s'agit de la mise en abyme. Ce procédé peut être inclus dans les deux niveaux car il concerne des passages restreints de textes (microstructure) voire l'ensemble complet (macrostructure).

Selon l'ouvrage d'Anne-Claire Gignoux, il y a un lien à établir avec l'intertextualité car « c'est en quelque sorte une représentation réflexive d'une œuvre au cœur même de cette œuvre, souvent sous la forme d'un autre texte<sup>164</sup> ». Il y a mise en abyme lorsque, par

---

<sup>162</sup> GIGNOUX, *op. cit.*, p. 69.

<sup>163</sup> *Ibid.*, p. 69 ; GENETTE, *op. cit.*, p. 8.

<sup>164</sup> GIGNOUX, *op. cit.*, p. 73.

exemple, un des personnages introduit une réflexion relative à l'histoire au sein de celle-ci<sup>165</sup>.

Des indices de réduplication, fournis par l'auteur, permettent de relever les cas de mise en abyme : décors spécifiques, réutilisations de noms de personnages<sup>166</sup> etc. Ici aussi, l'importance du lecteur est mise en avant : c'est en effet à lui « d'établir le rapprochement entre les deux textes, de repérer et interpréter la mise en abyme<sup>167</sup> ».

Néanmoins, comme le plagiat, ce procédé intertextuel ne semble pas correspondre à la question des mèmes ; en effet, en reprenant la définition de départ, nous réalisons que la mise en abyme est un procédé interne aux textes, tandis que les mèmes constituent une approche externe, dans la mesure où des éléments sont extraits des textes afin de proposer des formats qui les récrivent.

#### **4.1.3. L'importance du template**

Au cours de nos analyses, nous avons tenté de vérifier de quelles façons la typologie des formes intertextuelles relevées dans *Introduction à l'intertextualité* pouvait être applicable au domaine des mèmes. Il en ressort que des difficultés et ambiguïtés ont été relevées. Les plus grands blocages proviennent du format complexe du mème : puisqu'il était question d'observer les procédés intertextuels, nous avons mis l'accent sur l'élément textuel des mèmes, or, l'image est elle aussi d'une importance capitale. En effet, comme nous l'avons relevé dans le premier chapitre de ce travail, dans le cas où il s'agit de productions répondant au format [texte/image], ces deux éléments constitutifs sont indissociables<sup>168</sup> (→ 1.2.1.). Ces composantes peuvent revêtir des effets différents. Par exemple, l'élément textuel d'un mème peut être associé à une citation tandis que le *template* a une portée parodique, ou inversement. Nous introduisons donc, dans cette section, des exemples qui démontrent l'importance de considérer le *template* dans nos analyses et interprétations des mèmes littéraires.

---

<sup>165</sup> GIGNOUX, *op. cit.*, p. 75.

<sup>166</sup> *Ibid.*, p. 74.

<sup>167</sup> *Ibid.*, p. 77.

<sup>168</sup> PAVEAU, *op. cit.*, p. 306.

L'exemple suivant (figure 46) est un mème qui introduit le titre d'un roman, *Crime et Châtiment* de Dostoïevski, ce qui s'apparente donc en premier lieu à une référence telle que nous l'avons précédemment définie :



Figure 46 : cas où le texte et l'image sont indissociables dans la lecture d'un mème littéraire, *memes\_litteraires* (Instagram), publié le 11/11/2021.

Néanmoins, l'image, associant les éléments du titre à deux personnalités politiques françaises, François Hollande et Anne Hidalgo, pousse à considérer ce mème comme une moquerie. Dès lors, comment interpréter le résultat final ? Nous pouvons lire ce mème comme une *parodie* du roman (en considérant qu'il s'agit ici d'une transformation sarcastique) et dont l'élément textuel est quant à lui une *référence* explicite au titre de celui-ci. Ce seul exemple soulève d'ores et déjà l'importance d'inclure le *template* dans les analyses, bien que cet élément et la partie textuelle peuvent faire l'objet d'un commentaire distinct (comme nous le proposons ici).

Nous avons relevé d'autres exemples où il était possible d'observer une hésitation quant à la classification des mèmes dans l'une des catégories intertextuelles, du fait de leur complexité. L'exemple suivant (figure 47) répond au format [texte/image]. La partie textuelle évoque le nom de Meursault, personnage principal de *L'Étranger* ainsi qu'une habitude qui lui serait propre (ce qu'il fait dès qu'il se lève le matin, cette partie étant introduite par les deux-points). Cette partie textuelle se rapproche de la notion de référence puisque la mention explicite du personnage de l'œuvre nous ramène à la source d'origine. Le *template* est quant à lui quelque peu complexe à interpréter. Dans un premier temps, nous reconnaissons la marque *Géant Vert*, notamment par la reprise du personnage



associé à la marque. Néanmoins, le nom de celle-ci se voit modifié, puisqu'en effet, nous pouvons lire la phrase « Géant Viedemourir » (« J'ai envie de mourir »). Ce jeu de mots, transformant le nom d'origine, peut être interprété de deux manières. La première serait de le considérer comme un pastiche, dans la mesure où il s'agit avant tout d'une imitation de la marque. Néanmoins, nous nous penchons plutôt du côté de la parodie puisqu'en effet, cette partie icono-textuelle est à mettre en lien avec l'élément textuel du dessus ; de cette façon, nous relevons donc ici une moquerie envers la personnalité de Meursault. Nous serions donc, dans ce cas, face à une transformation moqueuse (une parodie) introduite, ici aussi, par une référence.

Meursault dès qu'il  
se lève le matin :



Figure 47 : détournement de la marque *Géant Vert* au travers du personnage de Meursault, *Neurchi de Camus*, publié le 01/08/2020.

Ces deux exemples à eux seuls permettent de mettre en avant la difficulté que représente l'analyse des mêmes littéraires dans une perspective intertextuelle du fait de leur construction complexe et des interprétations pouvant différer. Ces éléments nous amènent à introduire le point suivant (→ 4.2.) qui concerne les degrés de lecture qu'impliquent les mêmes littéraires, sur base de leur niveau d'implicite ou d'explicite.

#### 4.2. Degré de lecture des mêmes littéraires

La section précédente a envisagé diverses formes d'intertextualité : la citation, l'allusion, la référence, la parodie, le pastiche, le plagiat et la mise en abyme. Une observation que nous avons soulevée après avoir défini et exemplifié ces différentes formes avec des mêmes est qu'ils répondent à des degrés de lecture divers. En effet, certaines formes sont explicites (la citation et la référence) tandis que d'autres sont plus implicites (l'allusion,

le pastiche ou encore la parodie) et requièrent des connaissances spécifiques de la part de la personne qui reçoit le mème. Ces connaissances sont, dans le cas des mèmes dans leur ensemble, le plus souvent propres à la pop culture, comme nous l'avons relevé tout au long des exemples abordés dans ce travail, ou directement liées au domaine littéraire. Néanmoins, la plupart du temps, l'interprétation d'un mème n'est pas empêchée par cet élément culturel.

L'exemple suivant (figure 48) illustre relativement bien cette idée puisque, même sans pouvoir replacer la référence culturelle de l'image et de l'élément textuel inférieur (issus du *Palmashow*), le mème demeure compréhensible, dans la mesure où il s'agit d'un résumé caricatural de l'œuvre. Il s'agit par ailleurs d'un cas de figure où le degré d'explicite est élevé : d'une part, grâce à la mention du titre *En attendant Godot* de Samuel Beckett (nous sommes dans ici dans le cas d'une référence), d'autre part, du fait que l'élément textuel inférieur condense l'œuvre en affirmant que rien ne s'y passe.

**En attendant Godot être  
comme :**



Figure 48 : condensation explicite de la pièce *En attendant Godot*, memes\_litteraires (Instagram), publié le 06/11/2021.

Néanmoins, de nombreux autres exemples ne sont pas aussi clairement déchiffrables. Nous avons relevé un exemple (figure 49) dont la partie textuelle est réduite (ce qui diminue d'emblée les indices à l'interprétation). Afin de pleinement saisir la portée du mème, il est préférable d'en cerner la référence littéraire – le rocher que Sisyphe est amené à remonter inlassablement – ainsi que la référence (pop)culturelle : il s'agit ici d'un extrait du clip « Wrecking Ball<sup>169</sup> » de Miley Cyrus, dans lequel la chanteuse américaine est assise sur une boule de démolition. Puisque dans son essai, Camus indique qu'il faudrait

<sup>169</sup> URL : <<https://www.youtube.com/watch?v=My2FRPA3Gf8>>, consulté le 24/07/2024.

imaginer Sisyphe heureux, ce même peut être perçu comme une parodie (car il transforme le texte de façon sarcastique) en prenant appui sur un élément de pop culture.

## Sisyphe malheureux



Figure 49 : parodie du *Mythe de Sisyphe* au travers d'un élément pop culturel, *Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 07/04/2021.

Du fait que la partie textuelle transforme la phrase finale de l'essai *Le Mythe de Sisyphe* et que le *template* parodie le texte en proposant une solution efficace à la tâche de Sisyphe, ce même présente un degré d'implicite relativement élevé, puisqu'il suppose différentes connaissances (littéraires notamment) de la part du lecteur.

Nous relevons un autre exemple de même, parmi tant d'autres, dont la référence littéraire est modélisée implicitement (figure 50). La partie textuelle mentionne les noms de Meursault et Marie, le couple dans *L'Étranger*. Nous avons donc, à ce stade, affaire à une référence explicite. Néanmoins, le *template* complexifie la lecture du même. Nous y voyons la chanteuse américaine Ariane Grande accompagnée de son ex petit-ami Pete Davidson. Tandis qu'elle est à visage découvert, en vêtements colorés et adresse un regard à son compagnon, ce dernier a la tête baissée, et est vêtu de couleurs sombres. Nous interprétons ici le même comme un indicateur des personnalités de Meursault et Marie, ce qui implique donc une certaine connaissance du roman *L'Étranger*. Alors que Marie est une femme considérée comme joyeuse et aimante, Meursault se montre distant, indifférent, ce qui marque un grand contraste au sein du couple. L'interprétation de ce même est donc qualifiée d'implicite puisqu'elle implique de retourner au contenu de la source d'origine afin d'effectuer le lien entre l'élément textuel et le *template*.

Meursault et Marie  
être comme :



Figure 50 : similarité établie entre le couple de Meursault et Marie avec Ariana Grande et Pete Davidson, *Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 20/08/2021.

En conclusion, au travers de ces quelques exemples, nous avons tenté de démontrer que tous les mèmes ne sont pas dotés d'un degré de lecture équivalent, que certains s'avèrent plus complexes à saisir que d'autres. Ceci est traduit par des niveaux différents d'explicite et d'implicite. Néanmoins, les mèmes présentent des indices qui nous permettent d'avoir les clés afin de décoder les plus implicites d'entre eux, bien que la part de connaissances du lecteur demeure importante.

Ce chapitre sur les procédés intertextuels et leur mise en œuvre dans les mèmes a été l'occasion de repenser les acquis théoriques, de tenter d'établir de quelles façons ils s'accordent à ces formats numériques et plurisémotiques. Nous avons tenté de proposer des pistes de questionnement tout en pointant les difficultés et ambiguïtés qu'une telle démarche implique.



## 5. Les mèmes de maisons d'édition et collections

---

Dans ce chapitre, nous porterons notre attention sur les mèmes publiés par des maisons d'édition sur leurs réseaux sociaux, notamment Instagram. Il est, par ailleurs, primordial de considérer les réseaux sociaux dans le secteur de l'édition à l'heure actuelle<sup>170</sup>. D'autres procédés de mise en avant des œuvres et des auteurs sur les réseaux sociaux (tels que les *Book trailers* ou les blogs) ont été recensés<sup>171</sup> ; nous incluons les mèmes dans la lignée de ces approches.

L'objectif est de déterminer quels types de productions sont diffusés et quels sont les effets sémiotiques que nous pouvons en retirer. Pour ce faire, nous avons été contraints, une fois encore, de délimiter notre corpus face à l'immense quantité de mèmes publiés par les maisons d'édition. Notre choix s'est porté vers trois maisons d'édition et collection françaises largement connues : « Pocket Jeunesse », *Albin Michel* et enfin les *Éditions 10/18*. Nous les envisagerons dans des sections distinctes afin de rendre compte de leurs pratiques effectives et des différences ou similitudes dans le style des mèmes publiés ainsi que les variations de contenus, en comparaison aux autres.

Dans un premier temps, pour chacune de ces trois instances officielles, nous commenterons le contenu des exemples retenus : nous avons tenté, dans la mesure du possible, de sélectionner un exemple par année en remontant jusqu'en 2022, afin que les productions soient encore relativement actuelles. Nous porterons également notre attention sur les catégories de la typologie des mèmes littéraires à laquelle ils répondent et commenterons les *templates* utilisés, les éléments culturels mobilisés, ainsi que les effets de communauté induits par ces mèmes.

Nous faisons cependant remarquer que toutes les maisons d'édition et collections ayant un compte Instagram à part de la maison-mère (par exemple, la collection « Folio » des éditions *Gallimard*) ne publient pas de mèmes. Bien qu'il s'agisse d'un format courant, son adoption n'est pas absolue. Nous ne nous pencherons pas davantage sur la question des maisons qui n'en publient pas, mais nous relevons les quelques noms suivants : les

---

<sup>170</sup> EPRON (Benoît), VITALI-ROSATI (Marcello), *L'édition à l'ère numérique*, Paris, La Découverte, 2018, p. 72.

<sup>171</sup> MURRAY (Simone), *The Digital Literacy Sphere. Reading, Writing and Selling Books in the Internet Era*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2018, p. 63 et p. 69.

collections « Folio<sup>172</sup> » et « Le Livre de Poche », les éditions *Charleston*, *Gallimard*, *Michel Lafon* ou encore *Harper Collins*.

### 5.1. « Pocket Jeunesse » et le public-cible

Une première observation que nous relevons est la présence de mèmes sur le compte Instagram de la collection « Pocket Jeunesse » (*pocket\_jeunesse*) tandis que nous n'en constatons aucun sur le compte général de la maison *Pocket*. La collection publie énormément de mèmes et nous avons donc fait le choix de sélectionner un exemple significatif par année<sup>173</sup>, de 2022 à 2024.

La collection « Pocket Jeunesse » propose des textes, en format poche, destinés principalement à un jeune lectorat. Nous y retrouvons différents genres littéraires : romans d'aventures, romans fantastiques, romans historiques etc. Le public auquel se destine ces textes est donc large du fait de la diversité de la collection et de l'accessibilité du format dans lequel sont publiés les textes.

Le premier exemple de mème que nous retenons (figure 51) tire son *template* de l'adaptation cinématographique de la saga *Hunger Games* de Suzanne Collins. Dans cette scène, Katniss Everdeen, le personnage principal, est en pleurs face à ce qu'elle découvre. L'élément textuel indique, quant à lui, qu'il s'agirait de la réaction adoptée lorsqu'une autre personne affirme ne pas avoir lu les romans. Ce premier mème touche donc à une série d'ouvrages spécifiques et la vive réaction d'un tiers face à un lecteur qui ne l'aurait pas lue. Nous incluons ce mème, dont le contenu contient une référence explicite, dans la catégorie des ouvrages spécifiques du fait de la mention du titre *Hunger Games*.

---

<sup>172</sup> Bien que le compte Instagram ne publie pas de mèmes en tant que tels, nous relevons néanmoins de nombreuses illustrations rendant compte des habitudes du lectorat (répondre aux tentations en librairie, le concept de PAL (« pile à lire ») qui ne désamplifie pas, les sentiments associés à la lecture...) de sorte à maintenir un effet de communauté qui serait partagé par les abonnés.

<sup>173</sup> D'autres exemples ont été inclus dans les Annexes.



Figure 51 : réaction face à un lecteur qui n'a pas lu la saga *Hunger Games*, *pocket\_jeunesse* (Instagram), publié le 06/07/2022.

Le second mème (figure 52) se rapproche de la catégorie des éléments faisant écho aux pratiques et habitudes du lectorat. Le *template* est tiré de la série *Riverdale* et présente les personnages principaux réunis. La série suit un groupe de quatre adolescents et leur vie de lycéens ainsi que les drames qui touchent leurs vies personnelles. La série allie romance, mystères, suspense et éléments fantastiques (avec l'apparition de créatures maléfiques), de sorte à attirer principalement un public adolescent et jeune adulte.

Le mème représente les personnages principaux de la série affichant une mine perplexe. Il s'agit ici de la réaction attendue (en imaginant que les personnages de la série désignent ici les amis du récepteur du mème) lorsqu'une personne exprime, peut-être avec un surplus d'enthousiasme, un coup de cœur littéraire à un groupe de non-lecteurs. Ceci provoque un sentiment d'écart puisqu'il s'agit d'une attitude qui ne serait pas commune, mais bien spécifique au lecteur qui prend la parole.





Figure 52 : perplexité face à l'expression d'un coup de cœur littéraire et *template* issu de *Riverdale*, *pocket\_jeunesse* (Instagram), publié le 12/04/2023.

Enfin, le dernier exemple que nous retirons (figure 53) est très actuel puisque le *template* provient de la récente adaptation cinématographique du *Comte de Monte-Cristo* d'Alexandre Dumas avec l'acteur français Pierre Niney ici repris sur l'illustration. Le même est ici une prise de position en faveur d'un genre littéraire parfois dénigré, celui de la littérature *young adult*. Les romans qui lui sont associés sont principalement adressés à un public jeune adulte et évoquent des problématiques spécifiques à cette période de la vie, par exemple la complexité des relations amoureuses, la quête d'identité et les questionnements sur soi<sup>174</sup>. La collection « Pocket Jeunesse », qui publie beaucoup de romans *young adult*, se place naturellement en faveur de ce genre littéraire ; de plus, l'élément textuel renvoie à la première personne du singulier (« Quand on me dit »), de sorte à sous-entendre que ce même ferait écho au public abonné au compte. Nous relevons le fait que les maisons d'éditions et collections peuvent elles aussi appuyer leurs opinions au travers des mêmes, qu'il ne s'agit donc pas ici d'un format employé uniquement par des utilisateurs ordinaires mais également par des instances officielles.

Ensuite, en utilisant comme *template* la récente et déjà très connue adaptation cinématographique (sortie en juin 2024), la collection « Pocket Jeunesse » se situe au plus proche de l'actualité. Ceci est à mettre en lien avec le fonctionnement général des mêmes, qui puisent fréquemment dans les éléments liés à l'actualité de sorte à être plus facilement

<sup>174</sup> Concernant le genre littéraire *young adult*, voir notamment : BAZIN (Laurent), *La littérature young adult*, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal, coll. « L'Opportune », 2019.

compris et appréciés par le public qui les reçoit. C'est aussi une façon de susciter rapidement des réactions en ligne<sup>175</sup>.



Figure 53 : considération favorable du genre littéraire *young adult*, *pocket\_jeunesse* (Instagram), publié le 09/07/2024.

Nous pouvons retirer différents éléments pertinents au travers de l'analyse de ces trois exemples. Dans un premier temps, ces mêmes publiés par la collection « Pocket Jeunesse » utilisent des éléments de pop-culture traditionnellement associés au public adolescent et jeune adulte (la saga *Hunger Games*, l'extrait de la série *Riverdale*) ainsi que dans l'actualité (la récente adaptation cinématographique du *Comte de Monte-Cristo*). D'autre part, nous relevons également une harmonie esthétique de ces mêmes : en effet, le *template* est adjoint à un fond coloré, et dans les deux premiers cas, l'élément textuel est indiqué dans un cadre identique. Cette harmonie visuelle peut être perçue comme une marque de production spécifique par la collection. Enfin, les trois mêmes répondent ici à différentes catégories de la typologie que nous avons établie en touchant à un ouvrage spécifique, un fait partagé par une partie du lectorat, et enfin à un genre littéraire. Cette diversité permet de toucher à un large éventail de lecteurs et lectrices qui pourrait se reconnaître dans les diverses situations et ainsi repartager les productions.

---

<sup>175</sup> L'analyse de cet exemple est analogue à ce que nous avons retenu de la figure 29 au point 3.1.2. et du *template* issu de la récente adaptation cinématographique de *Barbie* (2023).

## 5.2. *Albin Michel* et les habitudes du lectorat

La deuxième maison d'édition qui a retenu notre attention est *Albin Michel*. Les ouvrages qui y sont publiés répondent à différents genres, tels que les romans, essais, ouvrages de développement personnel etc. Le public visé est donc très large.

Comme nous l'avons fait précédemment, nous allons partir de trois exemples que nous commenterons avant de proposer une synthèse de ces observations.

Le premier exemple (figure 54) a été publié le 29 mai 2022, le jour de la Fête des Mères cette année-là en France. Le *template* qui a servi est tiré du clip « Hotline Bling<sup>176</sup> » du chanteur américain Drake et est devenu viral ; il a été réutilisé à de très nombreuses reprises dans les mèmes. Ce premier élément indique ici que les éditions *Albin Michel* réutilisent des matériaux déjà connus dans le domaine des mèmes. Ensuite, le contenu attire notre attention. Il correspond à la catégorie relative aux pratiques et habitudes du lectorat, en représentant un sentiment qui serait partagé par les lecteurs au moment de la Fête des Mères : celui d'offrir un livre qui correspondrait davantage à nos préférences, de sorte que le livre nous revienne ensuite. La date de publication est un élément qui sert à accentuer la dimension comique du mème ; il est doté d'un effet plus significatif que s'il avait été publié à n'importe quel autre jour de l'année.



Figure 54 : mème sur la réutilisation d'un livre offert à l'occasion de la Fête des Mères, *editionsalbinmichel* (Instagram), publié le 29 mai 2022.

<sup>176</sup> URL : < <https://www.youtube.com/watch?v=uxpDa-c-4Mc> > consulté le 24/07/2024.

Nous relevons ensuite un même (figure 55) qui emploie également un *template* largement connu et issu de la série américaine *The Office*. Certains extraits parmi les plus mémorables ont donné lieu à des *templates* largement remployés dans la sphère des mèmes. Dans cet arrêt sur image, Michael Scott, le personnage principal, s'insurge du retour de son ennemi Toby au sein de leur équipe<sup>177</sup>. L'extrait, reconnaissable pour les personnes qui ont suivi la série, implique que cette image pourrait s'accompagner de l'extrait sonore qui lui est associé, notamment lorsque Michael Scott hurle à plusieurs reprises « No ! » afin de marquer sa colère. Quant au contenu du même, nous relevons qu'il concerne, ici aussi, une habitude, du moins une pensée qui est supposée largement partagée par le lectorat. De fait, le même évoque un sentiment de déception et de colère qui serait ressenti par une personne adepte de lecture, lorsqu'une autre exprime sa préférence de visionner un film plutôt que de lire. Il est d'autant plus intéressant qu'il s'agit ici d'une maison d'édition reconnue qui partage ce même, de sorte, ici aussi, à accentuer l'effet de communauté et peut-être plus implicitement, la fidélité des lecteurs, non pas forcément à la maison d'édition en tant que telle, mais aux livres dans leur ensemble.



Figure 55 : expression de colère face à la présence de visionner un film plutôt que de lire, *editionsalbinmichel* (Instagram), publié le 07/05/2023.

Enfin, le dernier exemple (figure 56), utilise le *template* « Sweating Man », largement connu et réutilisé dans les mèmes. Cet exemple ne concerne pas un ouvrage en particulier, nous nous orientons donc vers la catégorie des habitudes (ou plutôt de sentiments dans ce

<sup>177</sup> URL : <[https://www.youtube.com/watch?v=CQ\\_eDE0OMds](https://www.youtube.com/watch?v=CQ_eDE0OMds)>, consulté le 24/07/2024.

cas) partagées par les lecteurs et lectrices. Le même traduit le sentiment de tension (exprimé par une sueur excessive) à l'approche du dénouement final d'un livre alors que de nombreux éléments demeurent encore flous, ou que des situations complexes ne sont pas encore résolues.

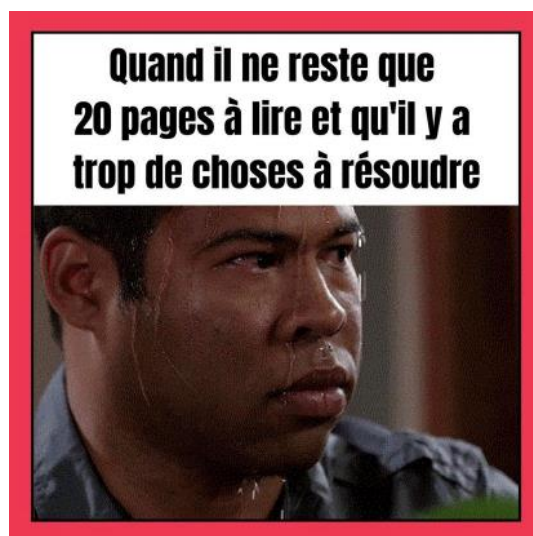


Figure 56 : sentiment de tension à l'approche du dénouement d'un livre, *editionsalbinmichel* (Instagram), publié le 02/07/2023.

Que pouvons-nous retenir de ces exemples ? Tout d'abord, l'utilisation de *templates* fréquemment mobilisés sur Internet, de sorte à s'inscrire dans des tendances propres aux mêmes de façon générale. Ces emplois sont aussi une façon de susciter l'intérêt des récepteurs de ces mêmes qui y reconnaissent en premier lieu l'image avant même de prendre connaissance du texte ; c'est une façon d'attirer le regard et de susciter l'intérêt.

Dans un second temps, nous relevons également le fait que les exemples touchent à des habitudes et sentiments supposés communs au lectorat. Ceci est indiqué par la formulation des éléments textuels, notamment dans les figures 59 et 60, introduits par la conjonction de subordination « Quand » (« Quand quelqu'un me dit », « Quand il me reste 20 pages à lire »), qui implique une subordonnée temporelle, ici les habitudes/sentiments exprimés.

### 5.3. Les *Éditions 10/18* et les éléments de pop culture

Les *Éditions 10/18* touchent elles aussi un vaste public puisque les ouvrages répondent à différents genres littéraires, tels que ceux du roman, du polar, des essais, mais aussi par la réédition de textes classiques. Le public visé peut varier, car les livres correspondent aussi bien aux jeunes qu'aux adultes. Le compte Instagram des *Éditions 10/18* publie de nombreux mèmes, et nous avons donc pu en dégager un pour chaque année à partir de 2022.

Le premier mème retenu (figure 57) introduit ici l'importance du libraire dans le conseil de romans. Le *template* est tiré de la série *The Crown*, centrée sur la vie de la reine Elizabeth II. Dans l'extrait sélectionné pour la production du mème, la reine Elizabeth pose une couronne sur la tête de son mari le roi Philip. Ces deux figures personnifient le « moi » ainsi que le libraire, leur accolant une valeur royale, traduite par les conseils et recommandations au goût du lecteur-acheteur (représenté par le « moi »). Cet exemple se réfère donc à une pratique commune du lectorat, celle de se rendre en librairie afin de disposer de conseils adéquats et d'en ressentir une forme de satisfaction. D'une certaine façon, les *Éditions 10/18* renvoient ici à l'importance de se rendre en librairie à l'heure actuelle, où les nouvelles technologies et algorithmes des plateformes en ligne mettent à mal le rôle du libraire. Ainsi, ce mème peut également s'inscrire dans des combats actuels dans le monde du livre, bien que l'idée première soit celle d'exprimer un sentiment qui serait ressenti par un vaste public dans un cas précis.



Figure 57 : assimilation du libraire à une figure royale, *editions1018* (Instagram), publié le 30/05/2022.

Ensuite, nous relevons un autre exemple (figure 58) qui représente plusieurs éléments : le « moi », le banquier, le concept de PAL (« Pile à lire ») ainsi que les nouveautés en librairie. Ces éléments sont personnifiés au travers d'un *template* issu de la série *La Chute de la Maison Usher* et introduit par la conjonction de subordination « Quand » de sorte à introduire une subordonnée temporelle (de façon analogue à ce que nous avons relevé au point 5.2. sur les éditions *Albin Michel*) qui formule une pratique relative au lectorat, celle de faire preuve soit de mesure face aux nombreuses tentations en librairie, soit de se montrer raisonnable et de ne pas dépenser trop d'argent.



Figure 58 : représentation des difficultés à ne pas dépenser trop d'argent en librairie, *editions1018* (Instagram), publié le 29/10/2023.

Afin de clôturer ce tour d'horizon, nous retenons l'exemple suivant (figure 59). L'élément textuel introduit ici une habitude courante, à nouveau introduite par la conjonction de subordination « Quand », auprès du lectorat, celle d'avoir une PAL (« Pile à lire ») remplie. Le *template* est issu de la récente série *Platonic* et met en avant deux personnages manifestement en train de rire. Ce rire exprimé par les protagonistes peut être mis en parallèle avec la réaction qui pourrait être exprimée lorsqu'une personne demande à un lecteur ou une lectrice l'étendue de sa PAL, supposée très importante. Le concept de PAL est souvent repris dans les mêmes, également en dehors de ceux que nous avons retenus dans ce chapitre, et témoigne d'une habitude commune au lectorat. Cela permet de créer un sentiment d'adhésion, par une expérience qui serait partagée par un grand nombre.





Figure 59 : réaction face à l'immensité supposée d'une PAL, *editions1018* (Instagram), publié le 02/03/2024.

Ces trois exemples présentent des aspects communs. D'une part, les thématiques représentées touchent à un vaste public puisqu'il s'agit d'habitudes largement partagées par une partie du lectorat. Ce sentiment est appuyé par la personnification de figures telles que celles du libraire, du banquier ou encore du lecteur lui-même (sous la forme du « moi »). Ensuite, les trois *templates* sont issus de séries télévisées relativement récentes. Cela permet de toucher un public peut-être plus jeune (notamment avec les exemples dans les figures 58 et 59) de sorte à susciter l'intérêt et encourager des actions propres aux réseaux sociaux, telles que les *likes* et les partages, qui favorisent la circulation de ces mèmes.

#### 5.4. Synthèse de nos observations

L'analyse du contenu proposé par ces trois maisons d'édition et collection permet de constater que l'utilisation de mèmes littéraires, dans la plupart des cas propres à des habitudes et expériences vécues par le lectorat, sert à toucher un large public. Le contenu est présenté de façon ludique et accessible, ce qui pourrait susciter l'intérêt des récepteurs à en découvrir davantage sur les comptes qui les publient. En somme, les mèmes publiés par les maisons d'édition permettent de créer un lien avec le lectorat et d'interagir avec le public-récepteur en contexte numérique.



Il pourrait être possible d'envisager, à terme, un lien entre l'utilisation de mèmes et la promotion de la lecture. À l'heure actuelle, de telles enquêtes sont encore en développement, mais nous proposons ici quelques éléments en faveur de cette hypothèse. L'emploi de *templates* issus d'éléments de la pop culture telles que les séries télévisées mondialement connues ou encore l'emploi de *templates* récurrents dans la sphère des mèmes est une façon considérable d'attirer l'attention d'un public plus jeune. De plus, nous avons envisagé ici un seul exemple relatif à un ouvrage déterminé (figure 51 avec la saga *Hunger Games*) mais il n'est pas exclu qu'il serait possible de faire découvrir des ouvrages au travers de mèmes qui condensent leur intrigue (comme nous l'avions souligné à quelques reprises, notamment dans le chapitre 3 qui porte sur Albert Camus et ses œuvres dans le groupe *Neurchi de Camus*). Le mème constitue une approche originale dans la découverte d'une œuvre ou encore d'un genre littéraire, et permet de consolider un sentiment d'appartenance à une communauté numérique (et littéraire).

En somme, nous pouvons affirmer, au travers des exemples envisagés, que les maisons d'édition se réinventent et diversifient leurs contenus sur les réseaux sociaux, et ceci passe par la production de mèmes. Bien que ces productions soient complexes (car plurisémiotiques), elles demeurent un moyen accessible d'obtenir de la visibilité sur les réseaux sociaux numériques à l'heure actuelle.

## 6. Conclusion

---

Ce travail sur les mèmes littéraires répondait à plusieurs objectifs. Dans un premier temps, nous avons tenté de relever les différentes caractéristiques qui permettent de saisir le fonctionnement de ces productions numériques. Nous avons relevé que ces formats plurisémiotiques utilisent de nombreux éléments dans la pop culture (les séries télévisées dans de nombreux cas relevés) et que l'humour apparaît comme une caractéristique fondamentale. Le second objectif principal était de relever de quelles façons les mèmes modélisaient les références littéraires et quels pouvaient être les effets induits.

Ensuite, nous nous sommes interrogés quant à la part de « littéraire ». Nous avons tenté de proposer une définition du mème littéraire, et d'inscrire ce format dans la continuité d'autres mises en circulation sociale des références littéraires à l'heure actuelle. De ce fait, nous avons pu conclure que la création de ce type de mèmes répondait à une logique et un fonctionnement antérieurs. En effet, l'enjeu d'envisager la littérature dans le cadre de la publicité, des séries télévisées et enfin du rap était de légitimer le rapport entre des ensembles culturels *a priori* distincts et autrefois rejetées par les sphères académiques.

Après avoir posé ces bases théoriques, nous avons introduit la partie analytique en considérant deux environnements de diffusion distincts, un compte Instagram public ainsi qu'un groupe Facebook fermé, de sorte à déterminer quelles pouvaient être les similitudes ou, au contraire, les différences dans les contenus publiés ainsi que dans la création d'un effet de communauté.

Notion incontournable dans le domaine des mèmes, nous nous sommes interrogés quant à l'intertextualité et les formes qu'elle prend dans le cadre des mèmes. Il en ressort que les théories et classifications proposées ne peuvent être totalement appliquées à ces formats, du fait de leur complexité plurisémiotique et de la part d'interprétation pouvant parfois être discutable. De plus, tous les mèmes ne contiennent pas le même degré d'explicite et d'implicite, rendant leur interprétation complexe car elle nécessite de se référer à des éléments qui ne sont pas directement représentés, ni dans le *template*, ni dans la partie textuelle.

Enfin, nous avons choisi de clôturer ce travail en proposant une analyse de mèmes publiés par trois maisons d'éditions et collection françaises largement connues. Au cours de nos analyses, nous avons pu constater que d'une certaine manière, ces instances cherchaient à se réinventer, en proposant une forme et un contenu permettant de toucher un large public, tout en répondant à la logique des mèmes telle qu'identifiée au cours des chapitres précédents. Elles incluent des éléments de pop culture et proposent des formats divertissants qui permettent de susciter l'intérêt des récepteurs.

De façon générale, les mèmes littéraires constituent des objets complexes car requièrent des degrés de connaissances divers dans les domaines littéraires, [pop]culturels, relatifs à l'actualité... Tout au long de ce travail, nous avons mis en avant les possibilités de modéliser les références littéraires, de condenser l'intrigue d'une œuvre en un seul mème, de sélectionner un trait caractéristique d'un personnage ou d'un auteur et d'en proposer une représentation humoristique : les possibilités sont nombreuses et témoignent de la créativité de la part des producteurs à inscrire les références littéraires dans un format actuel. D'une certaine façon, ceci contribue à faire circuler les œuvres dans un environnement nouveau.

D'autres études pourraient, à terme, compléter davantage les éléments d'analyse apportés tout au long de ce travail et envisager des aspects que nous n'avons pas pu prendre en compte du fait de l'immensité du corpus qui a impliqué des choix de notre part. Ces pistes de prolongement concernent le renouvellement des maisons d'édition et collections sur leurs réseaux sociaux, tout comme nous pourrions supposer de plus amples recherches sur le rapport entre littérature et réseaux sociaux numériques.

Si les mèmes, de façon générale, suscitent depuis quelque temps un intérêt plus marqué de la part des sphères académiques, nous espérons que la question des mèmes littéraires suscitera, elle aussi, un accueil favorable.

## 7. Bibliographie

---

- BACHAND (Denis), « L'art dans/de la publicité : de la poésie à la prophétie », *Études françaises*, vol. 22, n° 3, 1986, p. 21-33.
- BAZIN (Laurent), *La littérature young adult*, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal, coll. « L'Opportune », 2019.
- BOUCHARENC (Myriam), GUELLEC (Laurence), MARTENS (David), « La littérature au pays de la publicité. Circulations intertextuelles, médiatiques et sociologiques », *Interférences littéraires/Littéraire inteferenties*, n° 18, 2016, p. 187-199.
- BOUCHARENC (Myriam), GUELLEC (Laurence) dir., *Portraits de l'écrivain en publicitaire*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. « La Licorne », 2018.
- BRULOTTE (Gaëtan), « Survie d'Albert Camus », *Liberté*, vol. 36, n° 6, 1994, p. 140-148.
- CANNIZARRO (Sara), « Internet memes as Internet signs : A semiotic view of digital culture », *Sign Systems Studies*, vol. 44, n° 4, 2016, p. 562-586.
- CHRISTAKIS (Christofi), « Littérature, Internet et interculturalité », *SēmēionMéditerranée*, n° 6, 2021, p. 69-87.
- CIRANNA (Serena), « Les évolutions du contenu textuel sur les réseaux sociaux numériques : une étude de la fonction "stories" d'Instagram », *Semen*, n° 49, 2021, p. 93-120.
- COLAS-BLAISE (Marion), TORE (Gian Maria), « Re-». *Répétition et reproduction dans les arts et les médias*, Milan, Mimesis, 2021.
- COLLE-BAK (Nathalie), LATHAM (Monica), TEN EYCK (David) dir., *Les Vies du livre, passées, présentes et à venir. The Lives of the Book, Past, Present and to Come*, Nancy, Presses Universitaires de Nancy, 2010.
- DAWKINS (Richard), *The Selfish gene*, Oxford, Oxford University Press, 1976.
- DENISOVA (Anastasia), *Internet memes and society. Social, cultural, and political contexts*, New-York, Routledge, 2019.

- DJAVADZADEH (Keivan), RABOUD (Pierre), « Introduction – Le populaire est-il soluble dans les industries culturelles ? » *Raisons politiques*, n° 62, 2016, p. 5-20.
- DUBOIS (Jacques), EDELINE (Francis), KLINKENBERG (Jean-Marie), MINGUET (Philippe), PIRE (François), TRINON (Hadelin), « Les biographies de Paris Match », *Communications*, n° 16, 1970, p. 110-124.
- DUBOIS (Vincent), « De la politique littéraire à la littérature sans politique ? Des relations entre champs littéraire et politique en France », Université de Strasbourg, 2010.
- DUPONT (Florence), *Homère et Dallas*, Kimé, Paris, 2005 [1991].
- EPRON (Benoît), VITALI-ROSATI (Marcello), *L'édition à l'ère numérique*, Paris, La Découverte, 2018
- FECHINE (Yvana), « Pour une sémiotique de la propagation : invention et imitation sur les réseaux sociaux », *Actes sémiotiques*, n° 121, 2018.
- GADI (Alexander) : « Smile ! It's only Covid : Analyzing covid-19 internet memes », *Journal of creativity*, vol. 33, n° 1, 2023.
- GENETTE (Gérard), *Palimpsestes. La littérature au second degré*, Paris, Seuil, 1982.
- GHIO (Bettina), *Sans fautes de frappe. Rap et littérature*, Marseille, Le mot et le reste, 2016.
- GIGNOUX (Anne-Claire), *Introduction à l'intertextualité*, Paris, Ellipses, 2005.
- GIGNOUX (Anne-Claire), « De l'intertextualité à la réécriture », *Cahiers de Narratologie*, vol. 13, 2006.
- GOUDET (Laura Gabrielle), « Anthropomorphisme et sociolecte des mèmes Internet : lolcats et cat-lebrities », *Babel : Civilisations et sociétés*, n° 11, 2016, p. 59-84.
- GOZLAN (Angélique), « Facebook : de la communauté virtuelle à la haine », *Topique*, n° 122, 2013, p. 121-134.
- HARIR (Dalila), *Publicité et littérature : une approche sémiotique*, Thèse de doctorat non publiée, Université Paris VIII, 2013.

- HUREAU (Maxime), « La bande dessinée comme forme académique », *Belphégor*, n° 17, 2019.
- HVASS HOLM (Cille), « What Do You Meme ? The Sociolinguistic Potential of Internet Memes », *Leviathan : Interdisciplinary Journal in English*, n° 7, 2021.
- JEANNEROD (Marinette), « Les stéréotypes mis à mal sur la toile », *Hermès, la revue*, n° 83, 2019, p. 212-222.
- JOST (François), « Même pas simples. Sur la complexité des mèmes », *Socio-anthropologie*, n° 46, 2022.
- JOST (François), *Est-ce que tu mèmes ? De la parodie à la pandémie numérique*, Paris, CNRS Éditions, 2022.
- KAPLAN (Frédéric), NOVA (Nicolas), *La culture internet des mèmes*, Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes, 2016.
- KRISTEVA (Julia), « Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman », *Critique*, n° 239, 1967, p. 438-465.
- KROSTADINOVSKA-STOJECHEVSKA (Bisera), SHALENSKA (Elena), « Internet Memes and their Socio-linguistic Features », *European Journal of Literature, Language and Linguistics Studies*, vol. 2, n° 4, 2018, p. 158-169.
- LEAVER (Tama), HIGHFIELD (Tim), ABIDIN (Crystal), *Instagram*, Cambridge, Polity Press, 2020.
- LE BAUT (Jean-Michel), « À travers les yeux de *L'Étranger* : réécrire un roman via un réseau social », *Le français aujourd'hui*, n° 200, 2018, p. 19-30.
- LECLERC (Quentin), PIMPANT (Michel), *Les boloss des belles lettres. La littérature pour tous les waloufs*, Paris, *J'ai lu*, 2014.
- LECLERC (Yvan), *Madame Bovary au scalpel. Genèse, réception, critique*, Paris, Classiques Garnier, 2017.
- LETOURNEUX (Matthieu), « Introduction – la littérature au prisme des sérialités », *Sérialités*, n° 14, 2016.

- MOUCHTOURIS (Antigone), *Sociologie de la culture populaire*, Paris, L'Harmattan, 2007.
- MURRAY (Simone), *The Digital Literacy Sphere. Reading, Writing and Selling Books in the Internet Era*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2018.
- MYRICK (Jessic Gall), NABI (Robin L.), ENG (Nicolas J.), « Consuming Memes During the COVID Pandemic : Effects of Memes and Meme Type on COVID-Related Stress and Coping Efficacy », *Psychology of Popular Media*, vol. 11, n° 3, p. 316-323, 2022.
- NICOLOV (Nicolas) et SHANAHAN (James G.) dir., *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, vol. 5, n° 1, 2011.
- PAILLER (Fred), SCHAFER (Valérie), « "Never gonna give you up" », *Revue d'histoire culturelle*, n° 5, 2022.
- PAVEAU (Marie-Anne), « Interdiscours et intertexte », *Linguistique et littérature : Cluny, 40 ans après*, Besançon, France, 2008, p. 93-105.
- PAVEAU (Marie-Anne), *L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris, Hermann, 2017.
- PÉREZ SALAZAR (Gabriel), AGUILAR EDWARDS (Andrea), GUILLERMO ARCHILLA (María Ernestina), « El meme en Internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de *Harlem Shake* », *Argumentos*, vol. 27, n° 75, 2014, p. 79-100.
- RACIOPPE (Bianca), PÁRRAGA (Julieta), « Memes in Instagram : un estudio de caso de cuentas dedicadas a la producción y circulación de estas narrativas contemporáneas », *Perspectivas de la Comunicación*, vol. 13, n° 1, 2020, p. 47-84.
- RAHMANI (Khadidja), KHIDER (Salim), « Le cadrage dans les technographismes, cas des mèmes internet. Vers une analyse socio-sémiotique », *Multilinguales*, n° 20, 2023.
- RAVIER (Thomas), « Céline, rappeur sans musique, sans personne, sans rien », *La Nouvelle Revue Française*, n° 555, 2000.
- REES (Arran John), « Collecting Online Memetic Cultures : *how tho* », *Museum and Society*, vol. 19, n° 2, 2021, p. 199-219.

- ROLLAND (Nina), « "Dans la rue et le bitume ne poussent que les fleurs du mal" : jouer et déjouer Charles Baudelaire et sa poésie dans le rap français », *Itinéraires*, vol. 3, 2020.
- SHIFMAN (Limor), *Memes in digital culture*, Cambridge, The MIT Press, 2014.
- SMITH (Kelvin), *L'édition au XXI<sup>e</sup> siècle. Entre livres papier et numériques*, Paris, Pyramyd, 2013.
- SOUCHIER (Emmanuel), CANDEL (Étienne), GOMEZ-MEJIA (Gustavo), *Le numérique comme écriture. Théories et méthodes d'analyse*, Paris, Armand Colin, 2019.
- SOU MAGNAC (Karel), « La construction de la médiation littéraire sur Internet : vers un changement de paradigme des pratiques d'écriture », *Études de communication*, n° 31, 2008, p. 175-188.
- SUVILAY (Bounthay) et TADDEI (Édith), « Les mangas : faire entrer les lectures privées à l'école et les constituer en objets littéraires », *Le français aujourd'hui*, vol. 4, n° 207, 2019, p. 79-91.
- SZEFLINSKA-BARAN (Magdalena), « Fonctionnement interlingual des mèmes humoristiques : entre création, interprétation et traduction », *Studia Romanica Posnaniensia*, vol. 48, n° 4, 2021, p. 21-34.
- WAGENER (Albin), « The Postdigital Emergence of Memes and GIFs : Meaning, Discourse and Hypernarrative Creativity », *Postdigital Science and Education*, vol. 3, n° 10, 2021, p. 831-850.
- WAGENER (Albin), *Mèmologie. Théorie postdigitale des mèmes*, Grenoble, UGA Éditions, 2022.
- WASIKE (Ben), « Memes, Memes, Everywhere, nor Any Meme to Trust : Examining the Credibility and Persuasiveness of COVID-19-Related Memes », *Journal of Computer Mediated Communication*, vol. 27, n° 2, 2022, p. 1-30.
- WEINSTOCK (Jeffrey Andrew), *Pop culture for beginners*, Peterborough, Broadview Press, 2022.



WIGGINS (Bradley E.), *The Discursive power of memes in digital culture : ideology, semiotics, and intertextuality*, New-York, Routledge, 2019.

XIE (Chaoqun) ed., *The Pragmatics of Internet Memes*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 2022.

## 8. Index des références littéraires

---

Cet index reprend, dans l'ordre alphabétique des noms d'auteurs et d'autrices, toutes les références littéraires ayant fait l'objet d'un commentaire spécifique ou d'une analyse à travers des mêmes. Les titres des ouvrages sont quant à eux indiqués en italique.

### A

Aragon (Louis) : 42

*Elsa* : 42

### B

Baudelaire (Charles) : 40, 56

*Les Fleurs du Mal* : 56

Beckett (Samuel) : 97

*En attendant Godot* : 97

### C

Camus (Albert) : 20, 36, 44, 55, 69, 72, 74, 77, 85, 86, 88, 112

*La Peste* : 76, 86, 87

*L'Étranger* : 55, 68, 72, 73, 85, 92, 95, 98

*Le Mythe de Sisyphe* : 68, 72, 74, 75, 88, 89, 98

Céline (Louis-Ferdinand) : 41, 53, 55

Colette : 52

Collins (Suzanne) : 102

*Hunger Games* : 102, 103, 105, 112

### D

De la Fontaine (Jean) : 39, 40

*Le Lièvre et la Tortue* : 39

Dostoïevski (Fiodor) : 90, 91, 95

*Crime et Châtiment* : 95

*Les Frères Karamazov* : 90

Dumas (Alexandre) : 104

*Le Comte de Monte-Cristo* : 104, 105

### F

Flaubert (Gustave) : 44, 53, 64, 65

*Madame Bovary* : 44, 53, 64, 65

### G

Gary (Romain)/ Ajar (Émile) : 62, 63, 66

### H

Hergé : 92, 93

*Tintin* : 92

Homère : 43

*L'Odyssée* : 44

Hugo (Victor) : 42

*Notre-Dame de Paris* : 42

## **I**

Ionesco (Eugène) : 86

*Rhinocéros* : 86, 87

## **M**

Molière : 33

*Tartuffe* : 33

## **R**

Rimbaud (Arthur) : 42

Rostand (Edmond) : 84

*Cyrano de Bergerac* : 84, 89

## **S**

Sartre (Jean-Paul) : 43, 51, 52, 54, 64, 65, 68, 70, 71, 78

*Huis Clos* : 43, 54, 64, 65

## **T**

*Tristan et Yseult* : 43

## **V**

Verlaine (Paul) : 4

## 9. Annexes

### 9.1. Annexe n° 1 : Usages en politique (1.4.2.)

**JO de Paris 2024 : La Seine toujours pas propice à baignade début juillet, Anne Hidalgo reste « très confiante »**



*memespolitiques* (Instagram), publié le 29/06/2024.

**Les militants du RN ce soir :**



*memespolitiques* (Instagram), publié le 07/07/2024.

### 9.2. Annexe n° 2 : Usages en publicité (1.4.3.)



*oasisbefruit* (Instagram), publié le 31/12/2020.

**when mom says there's food at home**



*burgerking* (Instagram), publié le 12/01/2024.

9.3. Annexe n° 3 : Algorithme et corpus (1.6.2.)



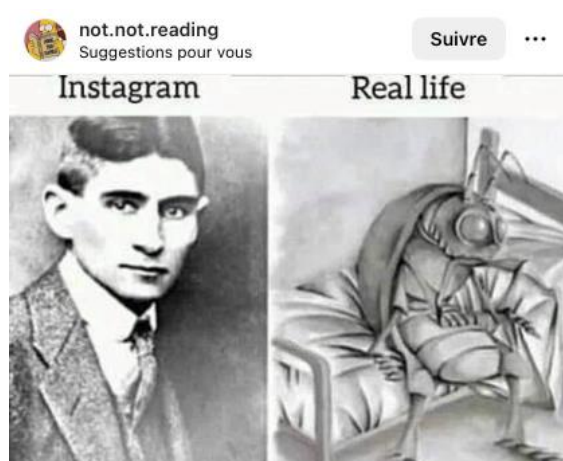
philosophy\_fix (Instagram), publié le 04/10/2023.



the\_philosopher (Instagram), publié le 23/11/2023.



the\_philofficer (Instagram), publié le 08/01/2024.



not.not.reading (Instagram), publié le 09/03/2024.

#### 9.4. Annexe n° 4 : Sur les habitudes et pratiques du lectorat (2.3.1.)

Quand tu affirmes avoir lu un livre  
mais que c'est pas du tout vrai



*memes\_intellol* (Instagram), publié le 16/10/2022.

Quand je fais la critique  
d'un livre que je n'ai pas lu

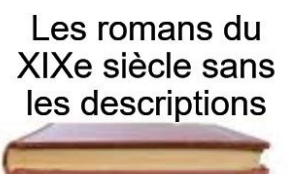


*memes\_intellol* (Instagram), publié le 19/01/2024.

#### 9.5. Annexe n° 5 : Sur les genres et courants littéraires (2.3.2.)



*Neurchi de Littérature* (Facebook), publié le 12/08/2022.



imgflip.com

*Neurchi littéraire* (Facebook), publié le 23/02/2023.





*Neurchi littéraire* (Facebook), publié le 15/05/2023.



*memes\_de\_bibliothécaires* (Instagram), publié le 03/10/2023.

## 9.6. Annexe n° 6 : Sur les auteurs et autrices (2.3.3.)



*memes\_intello1* (Instagram), publié le 02/10/2022.

Sartre quand il a reçu le  
prix Nobel



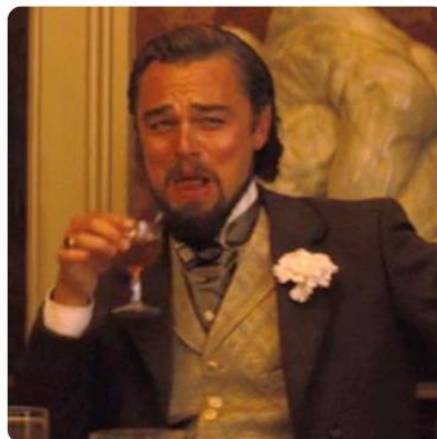
*memes\_intello1* (Instagram), publié le 13/10/2022.

- Quand on lit Ronsard et Rabelais, on se dit  
qu'on aimerait vivre au XVI<sup>e</sup> siècle  
Le XVI<sup>e</sup> siècle :



*memes\_intellol* (Instagram), publié le 29/11/2022.

- On ne peut pas gagner deux  
fois le prix Goncourt.  
Romain Gary :



*memes\_intellol* (Instagram), publié le 13/10/2023.

#### 9.7. Annexe n° 7 : Sur des ouvrages spécifiques (2.3.4.)



*Neurchi littéraire* (Facebook), publié le 28/12/2021.

Monte-Cristo dès que ça trashtalk  
sur Edmond Dantès aux repas mondains

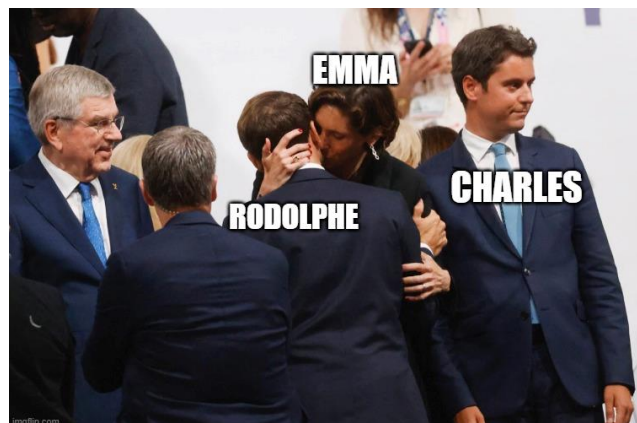


*Neurchi de Littérature* (Facebook), publié le  
07/08/2022.





*Neurchi littéraire* (Facebook), publié le 02/01/2023.



*Neurchi de Littérature* (Facebook), publié le 28/07/2024.

### 9.8. Annexe n° 8 : Un compte Instagram public : *memes\_litteraires* (3.1.)



*memes\_litteraires* (Instagram), publié le 18/09/2019.



*memes\_litteraires* (Instagram), publié le 30/09/2019.



memes\_litteraires (Instagram), publié le 06/05/2020.

**"Et là elle me fait  
"Mais c'est bon t'as  
assez de livres!"**



memes\_litteraires (Instagram), publié le 12/09/2021.



memes\_litteraires (Instagram), publié le 04/01/2021.

**My friends at age 29**



**Me at age 29**



memes\_litteraires (Instagram), publié le 23/01/2021.

### 9.9. Annexe n° 9 : Un groupe Facebook fermé : *Neurchi de Camus* (3.2.)

- Vas-y j'aime pas lire tu me  
fais un résumé de Camus stp ?  
- moi, un intellectuel :



*Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 06/04/2020.

Quand t'as lu un seul Camus il  
y a genre 6 ans mais que tu  
sors des détails sur sa vie et  
son oeuvre grâce au Neurchi :



*Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 15/10/2020.

Le temps est bon  
Le ciel est bleu



*Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 09/08/2020.

Her : J'adore Camus  
Me (trying to impress  
her) : ma mère est morte



*Neurchi de Camus* (Facebook), publié le 09/05/2021.



**\*Camus meurt dans un accident  
de voiture\*  
Sa tuberculose :**



Neurchi de Camus (Facebook), publié le 13/08/2021.

Quand le date se passe bien,  
qu'elle te ramène chez elle, que tu  
regardes sa bibliothèque mais que  
tu n'y vois aucun Camus



Neurchi de Camus (Facebook), publié le 17/09/2022.

#### 9.10. Annexe n° 10 : Les mèmes sur les réseaux sociaux de maison d'édition françaises (5.)



Être  
raisonnable  
et finir sa  
PAL



Ouvrir la  
porte d'une  
librairie

Flammarion

flammarionlivres (Instagram), publié le 02/06/2024.



Quand tu es  
enfin disposé.e  
à lire  
tranquillement  
au bord de  
la piscine



Mais que ton  
frère se met à  
faire des  
plongeon à 30  
cm de toi...

Flammarion

flammarionlivres (Instagram), publié le 07/07/2024.



*pocket\_jeunesse* (Instagram), publié le 26/11/2021.



*pocket\_jeunesse* (Instagram), publié le 18/03/2022.



*editionsalbinmichel* (Instagram), publié le 05/02/2023.



*editionsalbinmichel* (Instagram), publié le 04/06/2023.



*editions1018* (Instagram), publié le 20/11/2021.



*editions1018* (Instagram), publié le 08/09/2022.

