

MEMES ET COVID-19 : FAIRE RIRE ET CRITIQUER

Anne-Laure SABATIER, Maxime BUONOCORE
& Éléonore DE LUCA

Université de Lausanne

anne-laure.sabatier@unil.ch, maxime.buonocore@unil.ch,
eleonore.deluca@unil.ch

Résumé

Le COVID-19 a eu un impact sur bon nombre d'aspects de notre quotidien. Les pratiques communicatives en ligne et hors ligne n'ont pas échappé à la pandémie : ici nous traitons plus spécifiquement du genre digital des memes. Ayant notamment pour fonction de faire rire, ce sont souvent des sujets d'actualité qui sont traités au travers de ceux-ci. Il s'agira ici de comprendre d'une part comment le registre comique se met en place – notamment avec des symboles et des références accessibles par le plus grand nombre – et d'autre part de considérer, outre leur fonction comique, la fonction critique que prennent certains memes.

Mots-clés : meme, COVID-19, humour, communauté en ligne

1. Introduction

La crise du covid-19 est peut-être le sujet le plus incontournable pour les instances de communication (des médias de masse aux conversations familiales) cette année. Les *memes* n'ont pas échappé à l'omniprésence médiatique, puisqu'ils ont été massivement investis de références au coronavirus : il existe même des pages leur étant dédiées¹. Les crises favorisent souvent la dédramatisation au moyen de l'humour. Or, par définition, les *memes* font rire. La pandémie du coronavirus n'étant pas un sujet anodin, la fonction de ce rire doit être interrogée. Nous postulons que le comique remplit dans ce contexte plusieurs buts, allant de la dédramatisation à la critique. Pour se réaliser, ces fonctions s'appuient notamment sur des références culturelles et sur des éléments symbolisant la pandémie.

Outre leur fonction comique, de telles références favorisent une lecture rapide des *memes* et permettent de rassembler une communauté. En effet, les *memes* sont conçus pour circuler : qu'ils soient transmis sur des réseaux sociaux ou d'individu

¹ Par exemple, le subreddit/coronavirusMemes, exclusivement composé de *memes* en rapport avec le covid-19.

à individu, ils visent à toucher le plus de personnes possible, par un format qui ne permet pas de présenter beaucoup de contenu. Aussi, les *memes* doivent utiliser des éléments immédiatement identifiables pour leurs destinataires. Au plan de la structure de cette contribution, nous exposerons d'abord la manière dont nous avons récolté, classé et justifié nos données. Puis nous mettrons en évidence les références et symboles mobilisés. Enfin, nous procéderons à une analyse du corpus en trois temps, selon les buts recherchés par les *memes* en question. En dernier lieu, nous reviendrons sur la thématique générale de la communication digitale dans le cadre d'une crise comme celle du Covid-19.

2. Données

Dans le cadre de cette étude, nous nous sommes intéressés au phénomène des « *memes* », c'est-à-dire à un « concept (texte, image, vidéo) massivement repris, décliné et détourné sur Internet de manière souvent parodique, qui se répand très vite, créant ainsi le buzz »². Nous avons récolté 72 *memes* entre le 10.03.20 et le 15.05.20, essentiellement sur les plateformes suivantes : Whatsapp (32), Facebook (14), Reddit (12), Instagram (8), Gmail (6) et Twitter (1). Bien évidemment, en regard de la production mondiale de *memes* autour de la crise sanitaire, notre corpus ne peut prétendre à la représentativité et c'est une analyse qualitative qu'il faut privilégier. Pour les opérationnaliser, les données récoltées ont été organisées en 3 catégories et 2 sous-catégories, en fonction de l'aspect de la crise du coronavirus que les *memes* exploitent et sur lequel se fonde le ressort humoristique.

2.1 *memes* relatifs à l'origine du virus

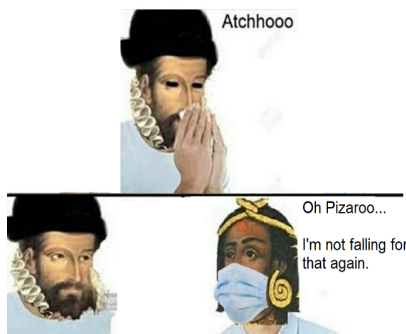
Le contexte d'émergence du covid-19 est au centre de ces *memes*, ainsi que la comparaison avec d'autres maladies qui ont marqué l'histoire. Cette catégorie est illustrée par les *memes* ci-dessous :

² Selon la définition proposée par le dictionnaire Larousse, www.larousse.fr/dictionnaires/francais/meme/10910896

LE PANGOLIN MENACÉ
PAR L'HOMME.
PANGOLINS:



ID_56



ID_57



ID_59

2.2 memes relatifs aux nouvelles pratiques liées au virus:

On a réparti ces *memes* en deux sous-catégories :

a) peur et "bêtise" face au virus

Ces *memes* illustrent l'illogisme et l'irrationalité de certaines pratiques reconfigurées ou émergentes, suite à la pandémie. Cette catégorie est illustrée ci-dessous.



ID_61



ID_67

Gouvernement: stay home
People qui n'ont pas faire d'exercice
since 2003:



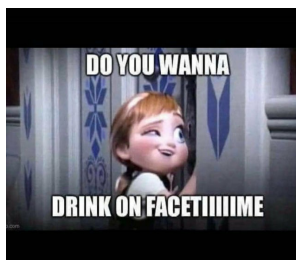
ID_76

b) vacuité de l'existence lors de la quarantaine

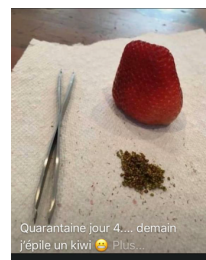
Ces *memes* mettent en exergue le sentiment d'ennui et de vacuité occasionné par la vie en confinement et/ou ses conséquences (prise de poids, activités stériles, nettoyage à outrance, etc.), ou l'absurdité des comportements décrits, comme ci-dessous.



ID_80



ID_85



ID_100

2.3 *memes* relatifs à une critique des organes officiels

Ces *memes* posent un regard critique sur les instances officielles – gouvernementales, académiques ou médicales – et sur leurs décisions et leurs choix de communication par rapport à la pandémie. Cette catégorie est illustrée par les *memes* ci-dessous :



ID_105



ID_107



ID_113

À noter qu'un déséquilibre quantitatif apparaît entre nos catégories : la première classe est moins fournie que les autres. Cela peut s'expliquer par la randomisation de notre sélection, puisque nous avons récolté les *memes* avant de constituer nos catégories, plutôt que par une différence quantitativement significative dans la production de *memes*.

3. Analyse

Une dimension est commune à tous les *memes* de notre corpus : ils reposent sur des éléments partagés par l'émetteur et le récepteur. Ces références communes permettent en tout cas deux visées : la création d'une communauté et la réalisation d'effets comiques. Que leurs références soient propres à la pandémie ou antérieures à celle-ci, tous les *memes* s'appuient (explicitement ou non) sur le cadre situationnel partagé par les émetteurs et récepteurs : la pandémie du covid-19.

3.1 Références communes et symboles

Les références utilisées dans les *memes* sont multiples. Pour ce travail, nous en considérons deux types : les références à des réalités sociétales antérieures à la pandémie et des références propres à la crise du covid-19. Dans notre corpus, les

références antérieures à la pandémie concernent principalement la « culture populaire » des produsagers (Bruns 2009) de *memes*.

- ID_56 : présence de lunettes pixelisées que l'on retrouve dans beaucoup d'autres *memes* et une carte issue du jeu UNO, qui a rencontré un succès mondial entre les années 1990 et 2000 ; période durant laquelle une partie des produsagers de *memes* étaient enfants.
- ID_59 : utilisation d'un *template* connu et usité dans d'autres *memes*. Seul le texte qui identifie les individus se modifie ; les photos restent. De plus, le trope « cette année sera la bonne » est fréquemment utilisé ces dernières années dans les *memes*.
- ID_100 : utilisation d'une scène tirée du film *Frozen*, qui a connu un énorme succès dès sa sortie au cinéma en 2013 aussi avec l'entextualisation de la chanson « Do You Wanna Build a Snowman ? ».
- ID_113 : présence d'une instance connue par la population française : le président Emmanuel Macron. Mise en scène également d'une photographie du jeu télévisé *Motus*, diffusé en France de 1990 à 2019.
- ID_105 : recours à deux scènes tirées du film *Titanic*, mondialement connu, et représentation détournée de trois instances académiques, l'UniL, l'EPFL et l'ETH.
- ID_107 : entextualisation et détournement du slogan « Make America Great Again » et reprise de la casquette rouge, emblème de la campagne de Donald Trump.

Un second type de références antérieures à la pandémie émerge : le renvoi à des connaissances ou des événements historiques.

- ID_57 : représentation de la conquête espagnole du Pérou.
- ID_67 : présentation qui fait référence aux bas-reliefs gréco-romains, représentant souvent des faits historiques et des épisodes mythiques.

Certains *memes* ne présentent pas de références antérieures à la crise du covid-19 : ID_61, ID_76, ID_80 et ID_85. Ceux-ci mettent uniquement en scène des références que l'on peut considérer comme émergentes, puisqu'elles sont propres à l'épidémie du covid-19. Ces références concernent plusieurs éléments qui ont marqué la pandémie et qui sont devenus des symboles, compréhensibles par ceux qui ont vécu le cadre situationnel de la pandémie.

- ID_56 : mise en scène du pangolin
- ID_57 : présence du masque chirurgical
- ID_59 : mention de la Chine et de Wuhan
- ID_61 : peur de la toux et ruée dans les magasins
- ID_67 : ruée dans les magasins
- ID_76 : pratique sportive en dépit des consignes
- ID_80, ID_85 et ID_100 : activités pour passer le temps
- ID_105 et ID_113 : problèmes de gestion de la crise

- ID_107 : proposition de Donald Trump de s'injecter du désinfectant pour éliminer le virus, détournée en « make America drink javel [bleach] again ».

Toutefois, la majorité des *memes* de notre corpus – 8 *memes* sur 12 – utilisent un mélange de références antérieures à la pandémie et des références propres à la crise du covid-19 : ID_56, ID_57 ID_59, ID_67, ID_100, ID_113, ID_105 et ID_107. Tous les types de références peuvent aussi bien se situer au niveau des images que des textes ou encore des couleurs. Dès lors, nous constatons que le langage n'est pas le seul moyen de communication utilisé dans les *memes* et que d'autres modes ont "the potential to contribute equally to meaning" (Jewitt 2015 : 69). Les *memes* sont donc multimodaux, du fait de la conjonction [texte] + [image (dessin, photo)].

3.2 Réunir une communauté

Selon Baym & boyd "online community should be understood as emergent, taking shape as people unpredictably appropriate elements of different influences" (Baym & boyd 2012 : 36). Dans le cas des *memes* relatifs à la crise du coronavirus, ce sont plusieurs éléments (masque, toux, etc.) qui servent de références pour constituer une communauté. Ces symboles sont, *a priori*, compréhensibles par tous ceux qui ont vécu la pandémie. De plus, en associant références propres au covid-19 et à la culture populaire, les occasions d'affiliation épistémiques sont multipliées pour les récepteurs. Autrement dit, l'agencement de références permet de rassembler une communauté spécifique.

Comme précédemment expliqué, l'un des buts des *memes* est de circuler et de toucher un public le plus large possible. Il n'est donc pas surprenant que plusieurs *memes* mettent en scène des références de la culture populaire, touchant des utilisateurs nés entre 1990 et 2005. Il faut d'ailleurs garder à l'esprit que les individus qui ont récolté les *memes* pour ce travail correspondent à cette tranche d'âge. Aussi, il est possible de trouver des références plus anciennes ou plus récentes, mais qui auraient pu échapper à la compréhension des rédacteurs et rédactrices de ce travail.

Nous distinguons trois échelles de communauté dans notre corpus :

- une communauté *internationale*, qui regroupe des références pour le plus grand nombre : films, jeux, etc.: ID_56, ID_59, ID_57, ID_61, ID_100, ID_107.

- une communauté *nationale* ou *régionale*, qui regroupe d'autres langues que l'anglais et des références plus locales, comme le jeu "Motus" : ID_67, ID_76, ID_80, ID_85, ID_113.
- une communauté *spécifique*, qui utilise des références restreintes, comme les campus universitaires suisses : ID_104, ID_105, ID_106.

Ainsi, le type de références utilisé permet de définir en partie la communauté dans laquelle le *meme* circule et pour laquelle il a été désigné lors de sa création.

3.3 Faire rire : comment et pourquoi ?

Les *memes* font rire au sein d'une communauté. Les références mises en scène permettent non seulement une connivence avec celui ou celle qui reçoit le *meme*, mais elles permettent également de créer un décalage, auquel on peut imputer le ressort comique propre aux *memes*. De plus, le comique permet d'assurer plusieurs fonctions aux *memes*.

- ID_56 : la carte de UNO permet la mise en place d'un renversement comique : le pangolin menacé devient menace. Les lunettes pixelisées ajoutent une forme de moquerie. Le renversement permet de dénoncer des pratiques jugées trop extrêmes (consommer un animal menacé).
- ID_57 : Le comique réside dans le décalage entre la gravité de l'événement historique présenté (décès massifs d'une population autochtone) et la solution proposée (port du masque). Le décalage crée ainsi une satire des moyens (jugés dérisoires) employés pour lutter contre le covid-19.
- ID_59 : le comique réside dans le format du *meme*, employé en d'autres occasions, qui permet un parallèle entre une situation de séduction ratée et le déroulement de l'année 2020. La principale fonction de l'humour est ici le rire.
- ID_61 : Le lien tissé entre deux pratiques (le fait de tousser et le fait de stocker du papier toilette) par un jeu de mots "shit their pants" illustre le comique de la situation. Le jeu de mots permet de dénoncer le manque de bon sens d'une partie de la population qui panique.
- ID_67 : Le comique est mis en place grâce au décalage entre un phénomène (faire les courses) et sa représentation (bataille homérique). Ce *meme* critique également la « bêtise » engendrée par la quarantaine.
- ID_76 : Le comique réside dans la tendance de certaines personnes à faire l'inverse de ce qui leur est demandé : l'injonction de rester chez soi (confinement) est ainsi mise en parallèle avec une passion nouvelle pour la course à pied. À nouveau, l'humour permet de critiquer le comportement humain et le non-respect des consignes.
- ID_80 : Le ressort comique est tissé grâce à deux chaînes causales : manger trop et ne pas s'habiller qui mèneraient à l'impossibilité de rentrer dans son jeans à la fin du

confinement. L'humour a principalement pour tâche de dédramatiser la situation et de faire rire.

- ID_85 : Le comique prend place dans l'exagération d'une action (épiler une fraise) laborieuse et inutile. Par l'exagération, l'humour permet de prendre du recul sur les activités adoptées pendant la quarantaine et fait rire.
- ID_100 : Le comique se base sur l'entextualisation « Do You Wanna Drink on Facetime ? ». Le parallèle entre la scène du film *Frozen* et la quarantaine est comique, du fait que la question s'adresse à un personnage du film qui est séquestré durant des années par ses parents. Le but de l'humour est ici le rire : malgré la quarantaine, les apéritifs continuent.
- ID_105 : Le comique est créé par un parallèle entre la situation des campus universitaires (UniL, EPFL et ETH Zürich) au début de la pandémie et le naufrage du Titanic. Le comique critique ici les institutions universitaires et leur gestion de la crise.
- ID_107 : Le comique réside dans la parodie du slogan « Make America Great Again », selon des propos de Trump proposant de s'injecter du désinfectant pour combattre le virus. L'humour et l'entextualisation permettent de dénoncer l'absurdité du raisonnement et le manque de bon sens de Donald Trump.
- ID_113 : Le ressort comique repose sur le fait que, dans le jeu télévisé présenté (*Motus*), le sort du joueur est décidé par le hasard et que ce hasard est mis en parallèle avec les décisions du président Emmanuel Macron. La mise en parallèle permet non seulement de se moquer du Président français, mais également de critiquer ses prises de décisions en ce qui concerne la gestion de la crise.

Ainsi nous constatons deux sortes de fonctions principales dans les *memes* de ce corpus : certains ont pour but de dédramatiser et de faire rire, tandis que d'autres ont en sus une fonction critique, qui dénonce aussi bien les instances officielles que les individus et leurs comportements face à la crise sanitaire engendrée par le covid-19.

4. Conclusion

Dans notre étude, nous avons pris comme point de départ la production et la diffusion de *memes* relatifs à la crise du covid-19. Nous avons constaté que, s'appuyant sur des références antérieures, c'est-à-dire des symboles et des formats déjà connus, les "produsagers" ont reconfiguré des *memes* pour y inclure des dimensions propres à la pandémie, voire ont innové en proposant des modèles tout à fait nouveaux.

En outre, nous avons montré que nombre de *memes*, sous couvert d'être humoristiques, dépassent cependant la dimension comique pour atteindre d'autres

fonctions, allant de la dédramatisation de la crise sanitaire majeure à la critique acerbe de la gestion de la pandémie par les institutions officielles. On voit donc que, derrière le rire, les *memes* peuvent servir d'exutoire émotionnel lors de périodes d'insécurité, ou d'outils critiques, et donc se révéler véritablement subversifs. Ainsi, bien que la communication digitale autour de la crise du coronavirus ne se réduise pas au phénomène des *memes*, notre étude montre que ce dispositif est très versatile, et peut remplir différentes fonctions, selon le contexte de production, d'émission et de réception, au vu de sa vitesse de diffusion et de sa capacité à constituer des communautés.

Références

- ANDROUTSOPOULOS, Jannis (2014). Moments of sharing: Entextualization and linguistic repertoires in social networking. *Journal of Pragmatics* 73, 4-18.
- BAYM, Nancy & Danah BOYD (2012). Socially Mediated Publicness: An Introduction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56 (3), 320-329.
- BRUNS, Axel (2009) From Prosumer to Prosumer: Understanding User-Led Content Creation. In: *Transforming Audiences 2009*, Paper presented at Transforming Audiences, 3-4 Sept. 2009, London.
- HERRING, Susan (2013). Discourse in Web 2.0: Familiar, reconfigured and Emergent. In: TANNEN, D., TESTER, A. M. et al. (eds), *Georgetown University Round Table on Languages and Linguistics 2011: Discourse 2.0: Language and new media* (pp.1-28), Washington DC, Georgetown University Press.
- JEWITT, Carey (2015). Multimodal analysis. In: GEORGAKOPOULOU, A., SPILIOTI, T. et al. (eds), *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication* (pp.69-84.), Londres/ New-York, Routledge.
- Larousse (s. d.), "Mème", dans *Le Dictionnaire Larousse en ligne*. Consulté le 29 mai 2020 sur <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/mème/10910896>.