

## **Le bouillon de culture des « mèmes Internet »**

Dans le passage du processus médiatique de « un à un » à un processus « de plusieurs à plusieurs », on sort en effet de la logique de la diffusion pour entrer dans un autre mode de circulation des goûts à travers les plateformes du Web. On peut ainsi s'arrêter sur la notion de propagation dans la mesure où elle permet de mieux comprendre la « *trivialisation des êtres culturels* » (selon l'expression souvent convoquée de Yves Jeanneret) que j'analyse ici. Les blogs, forums Web, plateformes de marque-page et réseaux sociaux apparaissent comme des vecteurs de propagation de « plusieurs à plusieurs » particulièrement performants dans l'optique d'une théorisation culturelle des phénomènes de diffusion de l'information. En effet, ils permettent d'observer des mécanismes de transmission de l'information en tant qu'ils sont pris dans la logique de signification que sont la formation et l'influence réciproque des goûts sur le réseau : l'information n'a pas qu'une valeur mathématique, mais elle est observable dans des réseaux de sens. En ceci, la très populaire théorie vulgarisée des « mèmes » Internet est importante à prendre en compte ici.

### **4.3.2.1. « A la sauce 4chan » : où se cuisinent les mèmes Internet**

Le forum d'image (*image board*) fait le lien entre les newsgroups de Usenet (eux-mêmes considérés comme les ancêtres des forums), la métaforme blog (matérialisée sous sa forme collective et participative) et les plateformes de marque-page sociaux. C'est un forum qui organise les fils de discussion et le commentaire autour de la publication d'une ou plusieurs images. L'un d'eux, appelé 4chan, est devenu l'un des forums les plus populaires du Web depuis qu'il s'est auto-proclamé « *usine à mème* » (*meme factory*). S'y retrouvent les passionnés d'Internet qui échangent sur le mode de Usenet, c'est-à-dire dans un environnement auto-organisé (parfois considéré comme chaotique) et traversé de sujets de prédilection (manga, technologies, animaux, pornographie, sujets insolites et polémiques) formant un folklore à part entière, ou plus exactement un méta-folklore, dans la lignée du vernaculaire Internet.

#### ***A. 4chan : plateforme d'expansion et de propagation du vernaculaire Web***

L'appellation « 4chan » est une sorte de franchise non commerciale et relevant des sous-cultures du Web : elle est construite à partir du suffixe \*chan qui signale l'appartenance

du bouquet de forums à une chaîne de références communes et au modèle du forum d'images. \*chan est l'abréviation de « channel », terme consacré sur les plateformes de Internet Relay Chat pour nommer les « salons » de conversation synchrone. Il est d'abord utilisé pour nommer 2chan.org, un site japonais qui réinvente dès 1999 le modèle du forum en s'inspirant des BBS (cf. 3.1.1.3) : une interface graphique très simple, la possibilité pour n'importe qui de publier du contenu sous couvert d'anonymat et sans enregistrement sur le site, et l'absence d'archivage des contenus une fois qu'un fil de discussion se tarit. 2chan.org et son successeur 2chan.net (Futaba Channel) sont empreints de la sous-culture otaku et deviendront immensément populaires sur le Web, où les internautes japonais occupent une place prépondérante.

4chan.org, créé en 2003 par un adolescent américain de 15 ans (Christopher Poole), reprend non seulement la structure du forum d'image mais aussi ses références culturelles. La « sauce » 4chan reprend l'idée que ces forums sont avant tout des espaces de citations où l'on publie des images trouvées ailleurs sur Internet. Si la communauté répond favorablement à ces images, elle crierait « sauce ! », c'est-à-dire une déformation argotique du mot « source », afin de pouvoir remonter à la source de l'image et éventuellement d'en trouver d'autres du même type.<sup>181</sup> Jusqu'à très récemment, 4chan représentait la « *face cachée du Net* », selon l'expression du livre éponyme de Xavier Malbreil (2008), les « *univers tantôt délirants, tantôt envoûtants, voire parfois franchement déroutants ou carrément sordides* » des bas-fonds du Web. Bien qu'un peu mieux comprise et appréciée aujourd'hui, la communauté de 4chan a longtemps été considérée comme le lieu où tous les « voyous » du Web se retrouvaient : du troll raciste au pédophile prédateur des réseaux en passant par la piraterie et toutes les variations sur l'image pornographique possibles et imaginables, tout cela sur un ton de dérision permanente et systématique.<sup>182</sup>

---

<sup>181</sup> L'exclamation « Sauce ! » est utilisée en particulier pour les images à caractère pornographique (amateur ou professionnelles), dont 4chan est extrêmement friand : en effet, les sites pornographiques publient souvent gratuitement des images tirées des films qu'ils produisent et/ou commercialisent afin d'allécher les visiteurs/clients potentiels. Donner la source d'une image permet donc d'aller consulter d'autres images promotionnelles, voire des extraits ou l'intégralité des films d'où elles sont tirées.

<sup>182</sup> Selon la célèbre « Rule 31 » de l'Internet, si quelque chose existe dans la réalité, alors vous en trouverez une version pornographique dans le monde virtuel. Cette règle joue sur la prolifération hétérogène de nombreuses formes de fétichismes sur le Web, et pousse la logique jusqu'à l'absurde (par exemple : il existe sûrement des fétichistes des petites cuillères, puisque les petites cuillères existent dans la réalité).

Ces voyous du Net ont créé une identité collective : l'entité Anonymous (puisque les participants du forum sont non seulement anonymes, mais aussi non enregistrés sur le site) que l'on désigne parfois sous l'abréviation « Anon ». Plus qu'un groupe, pas tout à fait une communauté, une organisation sans hiérarchie ni chef,<sup>183</sup> Anonymous se manifeste quand des internautes proches des forums de 4chan décident de défendre une cause à l'échelle du réseau en adoptant la logique territoriale de la « bande » qui en attaque une autre. Leurs causes vont de la dénonciation de l'Eglise scientologique (et de son représentant médiatique, l'acteur hollywoodien Tom Cruise) au soutien actif apporté aux causes perdues telles que Wikileaks en 2010. Leurs actions empruntent la forme du hacking de réseau, avec une préférence donnée à l'attaque DDOS de sites Web, c'est-à-dire la multiplication des requêtes sur une page Web afin de faire planter le serveur qui l'héberge – un type d'hactivisme privilégié du fait que la force des Anon, c'est le nombre (« *We are legion* » est un de leurs slogans). Les attaques DDOS sont le plus souvent augmentées de la programmation de requêtes massives via des ordinateurs zombies, donc sans individus aux commandes. Comme chez les hackers (Black Hat et White Hat), de qui Anon est relativement proche, deux facettes de cette figure sous-culturelle de réseau font jour :

- le côté obscur, proche des « forces du mal » qui se matérialisent dans le nombre (« *mon nom est légion* »), la zizanie et le rire diabolique (« qui sépare »), et qui est héritée de la figure du troll (née chez les Master Flamers de Usenet) ;

- le côté éclairé, héritant de l'éthique hacker en faveur de la liberté de l'information, et soutenant le personnage angélique qu'est Julian Assange (porte-parole de Wikileaks).

Dans les deux cas, la figure d'Anonymous est belliqueuse, toujours prête à prendre les armes que ce soit pour des causes nobles ou (le plus souvent), « *juste pour rigoler* » (« *we did it for the lulz* »<sup>184</sup> est un de leurs nombreux slogans, figurant par exemple en sous-titre de leur bible, *Encyclopedia Dramatica*<sup>185</sup>). Anon joue sur le phénomène de « panique morale », un concept

---

<sup>183</sup> Bien qu'utilisant l'anglais comme langue de référence (augmentée d'un lexique d'argot Web), cette communauté hétérogène est internationale.

<sup>184</sup> Le terme « *lulz* » est dérivé de « *lols* », le pluriel de « *LOL* », l'acronyme dialectal de réseau le plus connu (« *Laughing Out Loud* », traduit en français par « *mdr* » pour « *Mort de Rire* »)

<sup>185</sup> *Encyclopedia Dramatica*, une parodie « à la sauce 4chan » de *Wikipedia*, propose les lumières (et les talents d'écriture et d'imagination) des Anonymous pour des articles sur le folklore Web. La lecture y est tout autant informative sur ces sous-cultures des bas-fonds que hautement ludique (chaque article étant une petite pièce de littérature folklorique Internet). L'encyclopédie a tout récemment été reconvertie et réécrite pour être

forgé par Stanley Cohen en 1972<sup>186</sup> élaboré et relayé par les médias traditionnels à propos des pratiques de réseau échappant à l'idéal d'ordre et de transparence généralement véhiculé par l'utopie Internet, et mélangeant *hackers*, *crackers*, pirates informatiques, pédophilie, adolescents irresponsables, activisme extrémiste, terrorisme cyber, etc. Anon se nourrit de cette confusion médiatique pour construire un personnage collectif qui jette de l'huile sur le feu dans un art de la provocation. Trouvant ses ressources dans des communautés de webonautes extrêmement actifs, il est devenu un modèle d'usage ludique de réseau, figure d'inspiration ou repoussoir, dans tous les cas un des hauts lieux, sinon le cœur du folklore Web.

### ***B. WTF ? Quand l'Internet insolite devient un hobbyisme à part entière***

Les « WTF ? pages » - c'est-à-dire, pour expliciter l'acronyme, de pages « What The Fuck ? », expression argotique américaine pour qualifier des phénomènes que l'on ne comprend pas au premier abord et largement passée dans la culture Web – sont symboliques des loisirs les plus triviaux de l'Anon. L'expression « WTF ? » n'est pas si anecdotique qu'on pourrait le penser : au contraire, elle s'insère dans l'économie de la trivialité qui a émergé des bas-fonds vers la surface du Web 2.0.

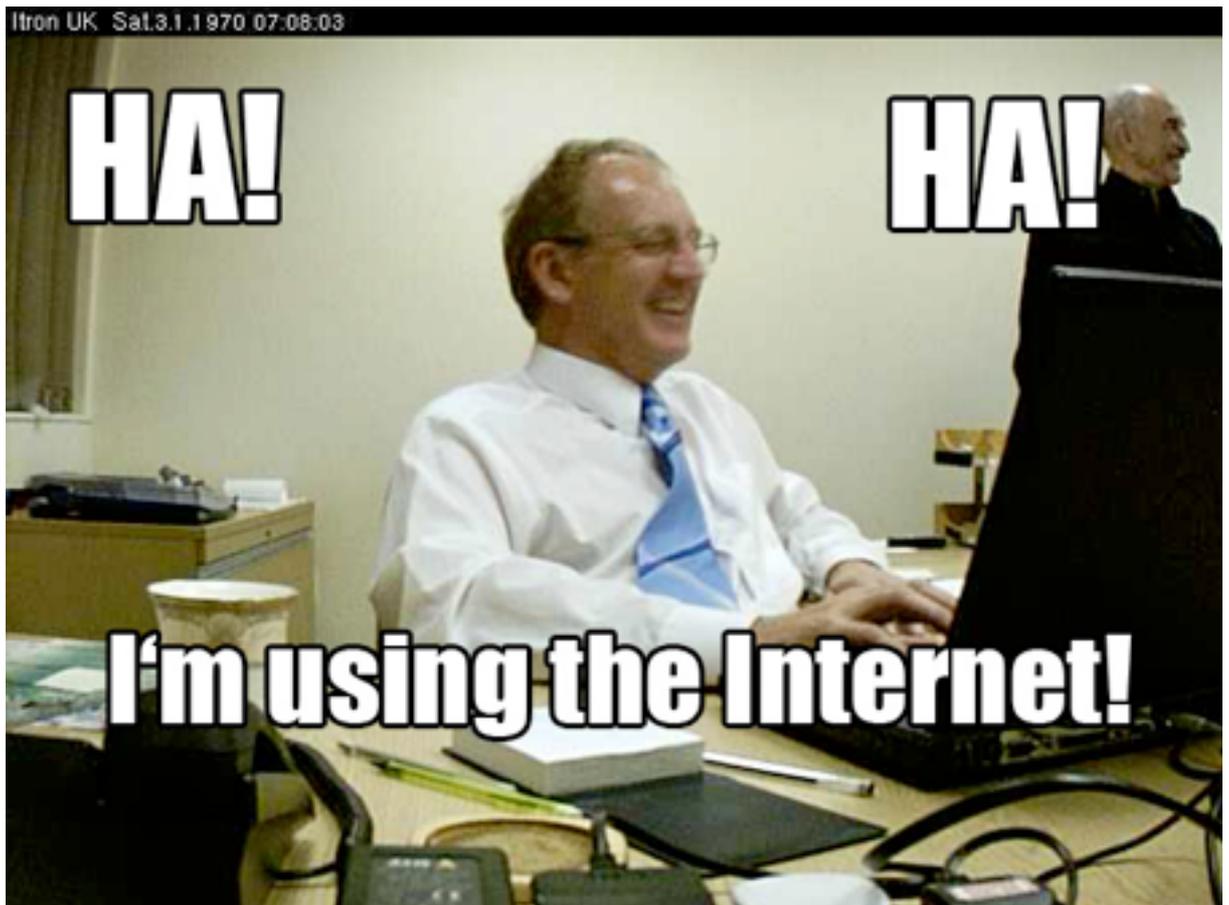
En effet, une multitude de sites collectionnent ainsi des images insolites. Il s'agit d'abord des sites de fans au premier degré, qui confessent un amour pour un genre médiatique qu'ils érigent comme le totem d'une sous-culture (fig.14). Mais un deuxième type de collectionneurs a pris le relais : des fans au second degré, c'est-à-dire des fans du fan art en tant qu'expression des idées les plus bizarres produites dans la sociétés des médias. Les premiers à s'intéresser au phénomène sont les « voyous » que nous avons évoqués plus haut, adeptes de l'insolite, de l'étrange et de la provocation. Les forums d'images, où les « voyous » font leurs armes, sont en effet des dispositifs dédiés à la publication et l'échange d'objets médias récoltés dans le grand fouillis du Web, et qui se distinguent par leur

---

lisible par le grand public, expurgée de ses contenus les plus moralement répréhensibles et de ses publicités pour des sites pornographiques, et finalement rebaptisée *Oh Internet* [<http://ohinternet.com/>], dans le droit de fil de l'émergence de sites pédagogiques informant la population générale de l'Internet sur la culture des bas-fonds, avec humour mais sans la provocation et la transgression originelles. Cf. un site miroir ayant conservé l'encyclopédie d'origine en l'état (mais sans possibilité d'ajout de contenu) [<http://encyclopediadramatica.ch>] ainsi que l'article correspondant sur [en.wikipedia.org](http://en.wikipedia.org) qui donne des détails sur le sort du site [[http://en.wikipedia.org/wiki/Encyclopedia\\_Dramatica](http://en.wikipedia.org/wiki/Encyclopedia_Dramatica)].

<sup>186</sup> Article « Panique morale » sur [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org/wiki/Panique_morale) [[http://fr.wikipedia.org/wiki/Panique\\_morale](http://fr.wikipedia.org/wiki/Panique_morale)].

appartenance à un genre (images manga, photographies d'animaux, etc.) ou par leur idiosyncrasie totale. Ces fans au second degré ne font pas que collectionner ces objets, ils les mettent en abyme dans des productions de « fan de fans » : des images qui ont tellement circulé sur le Web qu'elles deviennent des icônes du goût Internet, des plaisanteries d'initiés qui prennent une dimension globale.



**Figure 14 :** poster de motivation trouvé dans la catégorie « Internet » du site Macrochan.org

Émerge alors un nouveau type de hobbyisme : le hobbyisme Internet, dans lequel la culture du Web dans tous ses états devient un objet de fascination, mais aussi de création pour les initiés. Une des formalisations de ce fan art au deuxième degré sont les images « macros » : des images trouvées auxquelles ont été ajoutées par superposition un commentaire, souvent sous la forme d'un encadrement de type « posters de motivation ». Un « poster de motivation » (*motivational poster*, ou *motivational*) est à l'origine une image bucolique et positive, « généralement accompagnée d'une légende et imprimée au format

*poster, destinée à insuffler de la motivation dans le cadre professionnel ou scolaire*»,<sup>187</sup> et qui fait partie de l'art populaire naïf américain. Son dispositif d'encadrement a été détourné par la culture hobbyste d'Internet pour être appliqué à des images insolites en accompagnant celles-ci de messages de motivation parodiques ou de commentaires sarcastiques : ils deviennent par la même occasion des « *demotivonnals* » (des « posters de démotivation »), dans la mesure où ils tournent en ridicule toutes les formes de culture. Le site *Macrochan*,<sup>188</sup> est dédié à la collection de ces images. Un sous-genre des *demotivonnals* d'Internet est précisément la mise en abyme qui consiste à tout interpréter comme phénomène relatif à l'Internet, dans sa dimension de blague généralisée (cf. figure 13). Le pendant du « WTF ? » est le « *We did it for the lulz* » décrit plus haut : Internet devient un générateur de contenus surprenants, curieux et insolites que l'on approprie au carré pour redoubler leurs qualités, dans une « rigolade » généralisée.

Le hobbyisme « voyou » du Web est récemment passé d'une sous-culture à une culture de surface sur le Web, propageant dans la foulée la pratique de la collection des *curio* Web. Une quantité innombrable de sites a appliqué les technologies et les pratiques du Web 2.0 à cette nouvelle matière, jusqu'à en faire un nouveau type de start up comme en témoignent trois exemples, qui mettent en place des systèmes de réputation en permettant aux visiteurs d'évaluer les images et de les diffuser sur le réseau au moyen d'outils automatisés :

- l'agrégateur de nouvelles populaires *Buzzfeed*, qui consacre une très grande partie de ses contenus au hobbyisme Web ;

- le réseau de blogs *Cheezburger*, consacré à la publication d'images macro générées et soumises par les utilisateurs à partir d'un générateur intégré – et qui commercialise un certain nombre de produits dérivés (des t-shirts par exemple) ;

- la plateforme de blogs *Know Your Meme*, qui se consacre à l'explicitation pour le grand public de ces plaisanteries d'initiés et des objets folkloriques devenus des lieux communs de la culture Web.

Ces trois exemples accompagnent le surgissement de la mise en abyme des collections de *curio* Web dans une culture du divertissement de réseau qui est devenu un des phénomènes incontournables sur Internet aujourd'hui.

---

<sup>187</sup> « Poster de motivation », article de Wikipedia [[http://fr.wikipedia.org/wiki/Poster\\_de\\_motivation](http://fr.wikipedia.org/wiki/Poster_de_motivation)].

<sup>188</sup> Le nom est dérivé de la série des forums de type \*chan évoqué plus haut (cf. 3.3.1).

Ces forums Web, que l'on n'étudiera pas plus avant dans cette thèse par manque de temps et d'espace, sont des exemples frappants d'émergence de références folkloriques appartenant aux sous-cultures et aux bas-fonds du réseau à la surface de la culture populaire, voire *mainstream*, d'Internet, où ils occupent aujourd'hui une place très importante. Ils sont exemplaires d'une traduction du vernaculaire au véhiculaire telle que je la décris ici.

#### 4.3.2.2. Le « mème Internet » : une théorie folklorique vulgarisée de la mémétique

Le « mème Internet » est un objet média (le plus souvent une image fixe ou animée, mais il peut être un texte ou un son) qui a été republié tel quel et/ou modifié par un nombre d'individus assez grand sur le Web pour que sa circulation soit jugée massive : « *Un mème (de l'anglais meme) est un élément culturel reconnaissable (par exemple : un concept, une habitude, une information, un phénomène, une attitude, etc.), répliqué et transmis par l'imitation du comportement d'un individu par d'autres individus* »<sup>189</sup>. C'est aussi un acte : est considéré comme « mème » le fait de l'imitation/variation de l'objet sur le réseau. Dans la culture Web de la deuxième moitié des années 2000, les « mèmes » Internet sont l'exemple le plus flagrant du passage du vernaculaire au véhiculaire. Les mèmes Internet ont pris une dimension véritablement globale depuis la mise en place des outils du Web 2.0 qui facilitent les appropriations intertextuelles (copie, citation, republication, etc.) et métatextuelles (commentaires, parodies, etc.). D'une série de niches sous-culturelles, ils ont émergé dans une culture de masse propre à Internet qui se propage même dans les médias télévisés ou partage certains de leurs motifs (les faits divers insolites par exemple).

Ce terme de jargon de réseau est une appropriation des théories de la mémétique, développée par les défenseurs de l'évolutionnisme systématique, une démarche intellectuelle « *transdisciplinaire par nature, une branche extrême de l'anthropologie sociale intégrant les apports de l'intelligence artificielle, des sciences cognitives et des sciences de la complexité* » (Jouxte, 2005 : 56). Rapprochée du sociobiologisme, de la psychologie évolutionniste et plus généralement des théorisations sociales du darwinisme, elle tente de s'en distinguer en postulant une coévolution radicale de la biologie et de la société, pour laquelle la théorie de l'évolutionnisme peut s'appliquer littéralement et non par analogie selon Pascal Jouxte dans *Comment les systèmes pondent* (2005). Selon la formulation de Richard Dawkins, initiateur de la théorie mémétique proposée dans l'ouvrage *The Selfish Gene* (1976), les mèmes sont à la culture ce que les gènes sont à la biologie : des unités minimales auto-répliquantes qui se

---

<sup>189</sup> Définition issue de l'article « Mème » sur fr.wikipedia.org [<http://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A8me>].

« servent » d'un hôte (le cerveau, le corps, le média) pour se propager le plus amplement possible. Dans la réalité mémétique, seuls les mèmes les plus résistants sont le plus largement adoptés et donc se transmettent et survivent le mieux. Les éléments de cette « résistance » restent encore à définir précisément par les méméticiens, mais il est évident que le contexte du réseau est un environnement favorable à ce qui pourrait être une propagation de type mémétique. Les méméticiens font des mèmes des entités autonomes (mais pas indépendantes, car parasites) et donc qui se propagent d'elles-mêmes

La propagation mémétique sur Internet est intéressante pour mon propos dans la mesure où elle s'appuie sur une logique « méta » : le même est par définition récursif comme l'explique Pascal Jouxte, puisqu'il contient des instructions pour sa propre propagation. Sa nature implique ainsi une réécriture métatextuelle permanente dans les textes culturels. Le « même Internet » naît sur 4chan, lieu de la provocation et de la mise à mal des idées reçues. Une figure telle que celle de Richard Dawkins, grand provocateur qui a propagé l'évolutionnisme mémétique en mettant en avant son athéisme radical, est une de celles appréciées par les forums de 4chan, d'où la traduction et la vulgarisation de la théorie scientifique en théorie folklorique.

Si la vulgarisation de la mémétique dans le folklore Internet – on pourrait même dire, la folklorisation de sa théorie – est perçue d'un œil très méfiant par certains méméticiens (Jouxte le premier, qui condamne le « *dévolement* » du concept dans le jargon de réseau), cette « traduction » latourienne semble pourtant exécuter le programme mémétique lui-même : le « *mème au carré* » (Jouxte, 2005) est un mème qui fait parler de lui en tant qu'il est un concept accrocheur et séduisant, même s'il n'est pas rigoureux sur le plan scientifique. Le « même Internet », approprié et réinventé par la population du Web n'est ainsi pas un mème en particulier mais une nouvelle entité qui désigne la propagation des objets médias du folklore de réseau : il est tout ce qui fait référence à la culture Internet et qui se propage en se nourrissant de cette référence.

#### **4.3.2.3. Spécificités du mème en termes d'écologie informationnelle de réseau**

Je détaillerai ici trois spécificités qui définissent sa propagation de mème en général et de « même Internet » en particulier.

## ***A. Imitation***

Le mème est un « réplicateur » (« *replicator* »), selon le terme de Richard Dawkins, qui tout en transmettant de l'information se propage lui-même par un processus de copie, ou, plus exactement, d'imitation. Le mot « mème » (*meme*, prononcé /mi:m/ en anglais, et /mɛm/ en français) choisi notamment pour sa consonance avec le terme « gène » (*gene*), est aussi une abréviation grec *mimene*, qui désigne « la chose imitée » (lui même dérivé de *mimesthai*, le verbe « imiter »). Le mème, ainsi, permet de réunir en un même concept :

- une théorie de la réplication génétique héritée explicitement du darwinisme : le mème « lutte » pour sa survie qui n'est due qu'à son succès et à sa propagation optimale ;
- une théorie sociale de l'imitation, héritée de manière plus ou moins revendiquée de la modernisation de la psychologie quand elle se sépare des thèses biologiques pour inclure l'observation des comportements de l'individu face au groupe.

Ainsi, *Les lois de l'imitation* (1890) de Gabriel Tarde, un des premiers scientifiques à opérer le tournant sociologique et un des grands théoriciens de l'imitation sociale comme facteur de propagation d'information, est une figure tutélaire pour les penseurs du réseau, dont Auray et Gensollen qui le convoquent à propos de leur analyse de la « *synthèse collective des goûts* » sur Internet :

Pour lui, les relations sociales sont complexes mais les régularités sociales, dont font partie les goûts stables, peuvent être rattachées à deux mécanismes fondamentaux : l'imitation et son contraire, la contre-imitation [...]. Le phénomène d'imitation est l'application dans le domaine du social d'un phénomène universel, celui de la "répétition", qui dans l'ordre physique se traduit par la propagation ondulatoire et dans l'ordre biologique par l'hérédité ou par la reproduction cellulaire. L'imitation a un rôle spectaculaire : elle explique l'expansion des langues, religions, procédés techniques, us et coutumes. (Auray et Gensollen, 2007)

Le rôle « spectaculaire » de l'imitation se joue de manière optimale dans le déploiement du folklore Web à partir des curiosités des pages personnelles du Web 1.0 jusqu'aux mèmes Internet du Web 2.0 en passant par les images rumorales propagées par email. La répétition des mêmes tropes et figures est un facteur de propagation ainsi qu'un indicateur de performance : un langage vernaculaire se folklorise quand on le retrouve parlé par un grand nombre d'utilisateurs du Web ; il se véhicularise quand ce grand nombre devient un public de masse qui légitime ce folklore en créant des systèmes qui le reproduisent et le propagent à grande échelle, quand la répétition devient une imitation supportée par des médias de communication, médiatisée par ces systèmes mêmes. La « systématisation » du Web social (dans des plateformes d'évaluation, de réputation et de délégation) participe ainsi à la

« mémétisation du folklore Web », qui est aussi un processus de vulgarisation dans la mesure où le phénomène peut s'observer dans tout l'univers Web (un modèle réduit du « phénomène universel » tel que décrit par Tarde).

## **B. Variation**

Le mème va plus loin que son nom l'indique : dans la réplication, il est toujours en position d'être approprié par son hôte dans un détournement créatif. L'environnement Web est alors le terrain d'élection de l'appropriation mémétique, un bassin fertile pour le « mème Internet » : un « *fichier numérique ou hyperlien [qui] se propage d'une personne à une autre en utilisant des méthodes disponibles à travers tout Internet (par exemple les emails, les blogs, les sites de réseau sociaux, la messagerie instantanée, etc. [...] en restant le même ou en évoluant dans le temps par accident ou à travers un processus de commentaire, d'imitations et de versions parodiques, ou même en collectionnant les mentions de lui dans les nouvelles.* »<sup>190</sup> L'originalité du mème, c'est qu'avant d'être instruit comme mème (par le programme d'auto-réplication) il est soumis à la sérendipité (il apparaît sur le réseau, est repéré, partagé et propagé dans une circulation de hasard et non contrôlée). Un mème naît sur le réseau, non pas à partir d'un objet au préalable fait pour l'être, mais dans l'acte d'appropriation qui fait émerger les conditions de la mémétisation. C'est dans le geste de collection et de republication – la citation – que se crée le mème, et seulement à partir de ce geste acquiert-il son statut. Le Web 2.0 a moins créé des mèmes<sup>191</sup> qu'il n'a renforcé les conditions de la fabrication de courants de propagation mémétique. « *Les mèmes apparaissent souvent comme étant stockés et distribués en réseau, connectés à travers des réseaux d'association [...]. Il n'existe pas forcément de programme qui indique quand l'un démarre et l'autre s'arrête* » explique Liane Gabora à propos des « dérives mémétiques » (combinaisons de propagation et de variation)<sup>192</sup>. Pourtant, sur Internet, il existe un tel programme :

---

<sup>190</sup> « *An Internet meme is an idea that is propagated through the World Wide Web. The idea may take the form of a hyperlink, video, picture, website, hashtag, or just a word or phrase. The meme may spread from person to person via social networks, blogs, direct email, news sources, or other web-based services. An Internet meme may stay the same or may evolve over time, by chance or through commentary, imitations, parody, or by incorporating news accounts about itself. Internet memes can evolve and spread extremely rapidly, sometimes reaching world-wide popularity and vanishing within a few days.* » Définition issue de l'article « Internet Meme », sur [en.wikipedia.org](http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_meme) [http://en.wikipedia.org/wiki/Internet\_meme].

<sup>191</sup> Les mèmes fabriqués pour être des mèmes sont ce qu'on appelle des buzz, à la recherche de la popularité plutôt que la rencontrant dans des circonstances de sérendipité.

<sup>192</sup> « *Memes often appear to be stored in a distributed, network-like fashion, connected through webs of*

conformément au double emploi du mot, en termes socio-culturels d'un côté, et informatiques de l'autre, des agencements de structure permettent non pas de prévoir mais de suivre la propagation véhiculaire. C'est dans l'automatisation et la systématisation des systèmes d'interactivité triviale que l'on peut comprendre la diffusion globale. En effet, les outils de gestion de contenu en ligne proposés par les réseaux sociaux et les sites à contenus générés par utilisateur ouvrent des canaux de diffusion très larges aux niches des fans de culture Web en général localisées sur les forums ou les webrings. A partir de là, des stratégies culturelles (les motifs culturels du « lulz »<sup>193</sup> et les énoncés humoristiques qui l'accompagnent) et économiques (la création systématique des *single serving sites*, des blogs dédiés à une forme de variation mémétique et qui génèrent des revenus par les publicités) se mettent en place. Ces stratégies nouvelles, co-évoluant avec le développement des outils de propagation, sortent le vernaculaire de son milieu tactique et lui donnent une portée institutionnelle : la référence à des normes communes, un langage parlé par la majorité, et la mise en place de règles structurelles. La mémétisation de la culture de réseau signerait ainsi le début de sa véhicularisation.

Le mème est donc défini par ses intertextes folkloriques et sa tendance à apparaître à la surface de la culture de réseau, dans une forme de consensus qui emprunte les formes de la « synthèse collective du goût » que décrivent Auray et Gensollen : il s'agit d'une

appropriation plus active par les consommateurs des variantes qui sont devenues dans de nombreuses formes de culture populaire la modalité de consommation majeure des œuvres. La communauté des utilisateurs actifs dans la production des variantes s'élargit bien au-delà du public restreint des fans. Elle peut s'étendre à un grand nombre d'utilisateurs qui sont par rapport aux produits culturels issus des TIC dans le même rapport qu'un auditeur de conte par rapport au récit oral. Son plaisir provient de ce qu'il goûte à chaque fois une nouvelle variante du même schéma originel (Auray et Gensollen, 2007).

### ***C. Ecologie de l'information***

Enfin, la dernière spécificité « méta » du mème est sa récursivité : il réplique non pas seulement des objets mais tout l'environnement pour mieux agir sur lui et le transformer. Selon Pascal Jouxte : « *les répliqueurs ont la capacité de transformer les contraintes de leur*

---

*association [...] there is not necessarily a definitive rationale for saying where one stops and another begins, in semantic space [as well as] in physical space » (Gabora, 1997).*

<sup>193</sup> Le « lulz » est le motto de la culture mémétique Web, qui définit une posture de divertissement radical : tout ce que l'on fait, c'est pour rire. « We did it for the lulz » (« On l'a fait pour se marrer ») est ainsi le slogan de 4chan.org, défense bouffonne contre les accusations de mauvais goût et d'extrémisme des opinions qui lui sont adressées.

*environnement en créant de nouvelles formes, à travers une série infinie de recommencements* » (Jouxtel, 2005 : 45). Ces contraintes sont d'abord celles de récepteurs, les hôtes qui les accueillent, les stockent, les modifient et les font circuler. Mais si les mêmes sont une « *machinerie aux structures évolutives qui comptent sur les cerveaux de leurs hôtes pour être générés, sélectionnés et répliqués* », <sup>194</sup> dans la logique de co-évolution ils font évoluer les conditions machiniques qui leur permettent de se propager. Ainsi la face du Web change dans l'acclimatation des systèmes de traitement de l'information aux phénomènes de propagation.

Guthrie Lonergan, l'un des fondateurs du blog collectif *Nasty Nets*, qui nous occupera entièrement dans les chapitres suivants, réfléchit de même aux implications de la coévolution des technologies et des usages : « *nous [les membres de Nasty Nets] partageons un intérêt pour l'effet qu'Internet a eu sur nous, comment cela affecte la culture et la conscience.* » <sup>195</sup> Derrière la posture subjectiviste pointe en fait une conception issue de la culture Web et de la folklorisation des théories mémétiques : le sujet et l'objet sont des éléments agents, hybrides et symétriques, <sup>196</sup> dans un environnement technologique où ils co-évoluent. Internet constitue, répondant alors aux visions de Vannevar Bush, une mémoire prosthétique qui sert de culture et de conscience aux utilisateurs qui ne sont plus seulement des hôtes mais des passeurs et des transformateurs, miroirs des métaformes de réseau ; le réseau est une interface à travers les affects circulent. Les mêmes devraient plutôt être appelés, selon Henry Jenkins qui milite pour une définition agentielle et non passive de la mémétique, des « *médias propageables* » (« *spreadable media* », Jenkins, 2009) par l'écologie du Web constituée des blogs et autres agents socio-techniques qui modifient tout en répétant, et qui se modifient tout en propageant l'information.

#### **4.3.2.4. Vers la prise en charge des « médias en propagation » par le Net Art**

J'ai ici débroussaillé une trajectoire techno-sociale d'appropriation des outils d'auto-publication, de réputation, d'évaluation de « *médias propageables* », perçue du point de vue de la publication et de la lecture de nouvelles trouvées sur Internet, la nouvelle étant définie

---

<sup>194</sup> « *They rely on the pattern-evolving machinery of their hosts' brains to create, select, and replicate them* » (Gabora, 1997).

<sup>195</sup> « *I think a lot of these artists are going in subtly different directions, though we share an interest in what the Internet has done to us, how it affects culture and consciousness* » (Lonergan, 2008).

<sup>196</sup> Selon le concept de traduction latourienne (cf. 2.1.1).