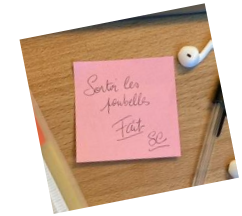




ELLIADD

LA COMMUNICATION POLITIQUE D'EMMANUEL MACRON AU CŒUR DE LA CULTURE MÊME



Justine Simon

Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication
Université de Franche-Comté
Unité de Recherche ELLIADD (EA 4661), Pôle DTEPS
Chercheur associé au CREM (EA 3476), Pôle PIXEL

justine.simon@dynamots.fr

 @Simon_dynamots

Objectifs de la présentation

- ✓ Expliciter les différentes caractéristiques de la culture participative en régime numérique à partir de l'analyse des buzz #Républigram et #Post-it
- ✓ Interroger la dimension stratégique de la communication politique d'Emmanuel Macron pensée à partir de la modélisation théorique du triangle de la communication politique

Chaque geste compte.



 J'aime  Commenter  Partager

 28  345  2 286 



4:17 PM · 31 janv. 2022 · Twitter for iPhone

2 024 Retweets 5 740 Tweets cités 19,2 k J'aime

#RÉPUBLIGRAM

GÉNÉRATEUR DE PHOTOS *Présidentielles*

Verbe (max. 20 caractères)

Complément d'objet direct (max. 20 caractères)

Image de fond
 Aucun fichier sélectionné.

TESTÉ ET APPROUVÉ PAR

+ de 300 000 photos générées - Conception et développement : @lehenandmartin - Mentions légales
 #Républigram est un service gratuit et sans publicité, vos données ne sont ni conservées, ni revendues : soutenir ✨

Martin Le Hénand



J'ai fait un générateur de posts à la Macron si ça vous intéresse : republigram.mlh.cool #RÉPUBLIGRAM



1:48 PM - 8 févr. 2021 - Twitter Web App

2 689 Retweets 430 Tweets cités 9 810 J'aime



Culture participative

- Culture participative en régime numérique
 - *Interactivité* : pratique d'interaction entre l'utilisateur et la technologie numérique
 - *Participation* : expérience sociale au sein d'une communauté virtuelle (Jenkins, 2013 ; Jenkins et al., 2017)
 - *Fans studies* (Bourdaa, 2015 ; 2021)
 - *Culture même studies* (Bonenfant, 2015 ; Simon, 2021) : les mêmes constituent des nœuds au sein de la grande toile du web, aux forts potentiels de (re)productions. Ces créations inscrivent implicitement la réaction possible de sa (ses) communauté(s) : par *réplication* (partager, commenter, aimer) ou par *variation* (détourner à son tour)
- Participation encouragée par le déploiement de nouveaux modes d'accessibilité à des technologies créatives
- Circulation de contenus au sein du web social facilitée par les fonctionnalités technodiscursives

Approche théorique

- Questionnement de la **culture participative** en régime numérique (Bourdaa, 2015 ; 2021 ; Cardon, 2019 ; Gunthert, 2015 ; Jenkins, 2013 ; Jenkins *et al.*, 2017)
- Intérêt prononcé à l'**écriture hypertextualisée** (Paveau, 2017 ; Saemmer, 2015 ; Simon, 2018 ; Souchier *et al.*, 2019)
- Analyse des logiques conflictuelles présentes au sein des **arènes socionumériques** (Badouard *et al.*, 2016 ; Cervulle et Julliard, 2018)
- Mise en évidence des différents **régimes de visibilité** (Gunthert, 2018 ; Riboni, 2019 ; Siguier, 2020 ; Voirol, 2005)
 - *La participation des publics est considérée comme un enjeu pour les « anonymes » d'utiliser les dispositifs socionumériques pour combler leur **invisibilité sociale***
 - *« Capitalisme médiatique » (Jeanneret, 2014) : récupération par les industries culturelles de modes d'expression amateurs : il ne s'agit plus de sortir de l'invisibilité sociale, mais de répondre à l'**injonction à la visibilité**. Partis politiques, personnalités médiatiques, institutions publiques, collectivités, associations, clubs sportifs, entreprises, etc. vont capitaliser le buzz Républigram*

Méthodologie

■ Corpus 1

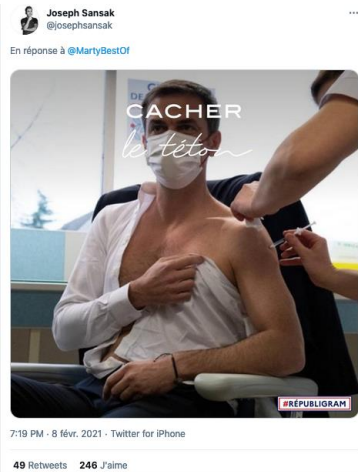
- *Veille février 2021*
- *133 publications*
- *81% des comptes « anonymes » (pseudos)*
- *1/3 : rebondissements sur l'actualité (LPR, Sécurité globale, etc.)*
- *Forte présence de références intericoniques*

■ Corpus 2

- *Recherche mot-clé Avril 2021 (API Twitter)*
- *87 publications*
- *31% des comptes « anonymes » (pseudos)*
- *18% : rebondissements sur l'actualité*
- *Faible présence de références intericoniques (publications originales)*

Méthodologie

■ Corpus 1



■ Corpus 2



Discours hypertextualisé

- Dynamiques d'interactivité : importance des **technodiscours** et des **matérialités** représentées sur Twitter
- Hashtag #Républigram : fonction d'indexation et de participation
- Mentions : texte, réponses et citations



Participation au débat public

- Articuler la question du détournement créatif à celle de la démocratie participative (Fourmentaux, 2015)
- Différents positionnements
 - *Adéquation ou rejet de la politique d'Emmanuel Macron*
 - *Critique de la politique de gestion de crise (confinements, fermetures des lieux « non-essentiels », vaccins, etc.)*
 - *Proposition d'un autre modèle idéologique concurrent*
 - *Dénonciation d'autres faits d'actualité socio-politiques (réforme de la Loi Recherche LPR, plan de continuité pédagogique, précarité étudiante, loi sur la Sécurité globale, violences policières, débat sur l'islamogauchisme, etc.)*

Adéquation ou rejet de la politique d'Emmanuel Macron

Labiche David
@labiche_david

On se prépare pour les régionales ! La Région Nouvelle Aquitaine devra compter avec La Charente-Maritime
#REPUBLICGRAM #NouvelleAquitaine
#charenteMaritime @svillain @imbertycorinne17
@didierquentin @veroniqueLAPREE @SMarcilly
@JeanLouiLEONARD @herveblanche @PoGerard
#DanielLaurent



2:42 PM · 10 févr. 2021 · Twitter for iPhone

5 Retweets · 2 Tweets cités · 21 J'aime

🗨️ 🔄 ❤️ 📤

EM! En Marche Hauts-de-Seine
@92enmarche

SOUTENIR @EmmanuelMacron

#Ensemble avec les parlementaires, les élus locaux, les animatrices et animateurs locaux et les équipes départementales de #LaRem92 @enmarche #HautsdeSeine 🤝👉 @LaREM_AN

#Neuilly - 13 Mai 2019
#REPUBLICGRAM



Laurianne Rossi et 9 autres personnes

10:36 PM · 10 févr. 2021 · Twitter for iPhone

30 Retweets · 59 J'aime

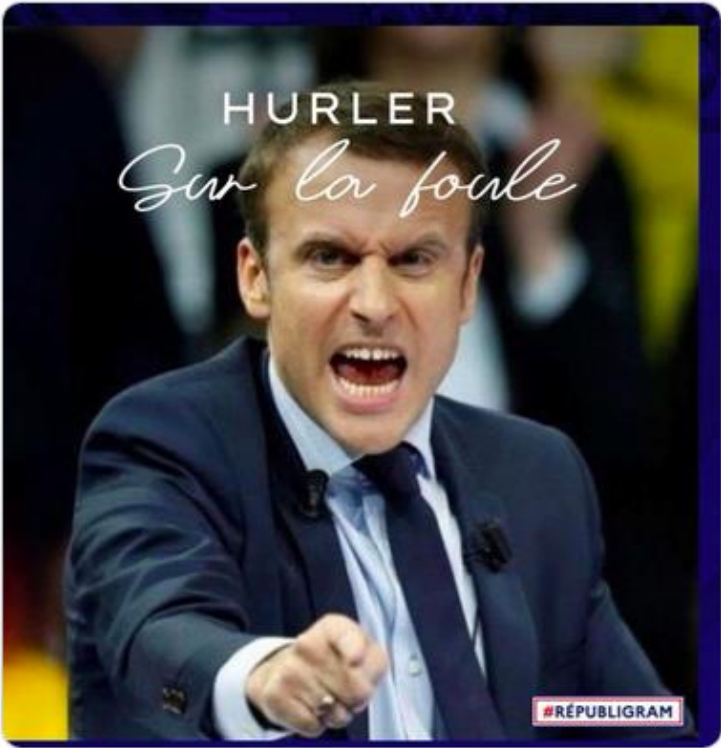
🗨️ 🔄 ❤️ 📤

Adéquation ou rejet de la politique d'Emmanuel Macron



Maanyaa
@AssihManyaa

En réponse à @MartyBestOf



12:09 PM · 10 févr. 2021 · Twitter for Android



cpolitic
@blogcpolitic

#Macron et l'Hôpital Public



8:10 PM · 12 févr. 2021 · TweetDeck

5 Retweets 2 Tweets cités 9 J'aime



Médecins du Monde
@MdM_France

À #Calais, le @Prefet62 prend un 7ème arrêté étendant les zones d'interdiction des distributions alimentaires pour les personnes exilées.

Poursuite d'une politique indigne
@EmmanuelMacron
@GDarmanin

#Républigram #DirectAN @CNCDDH



3:35 PM · 12 févr. 2021 · Twitter Web App

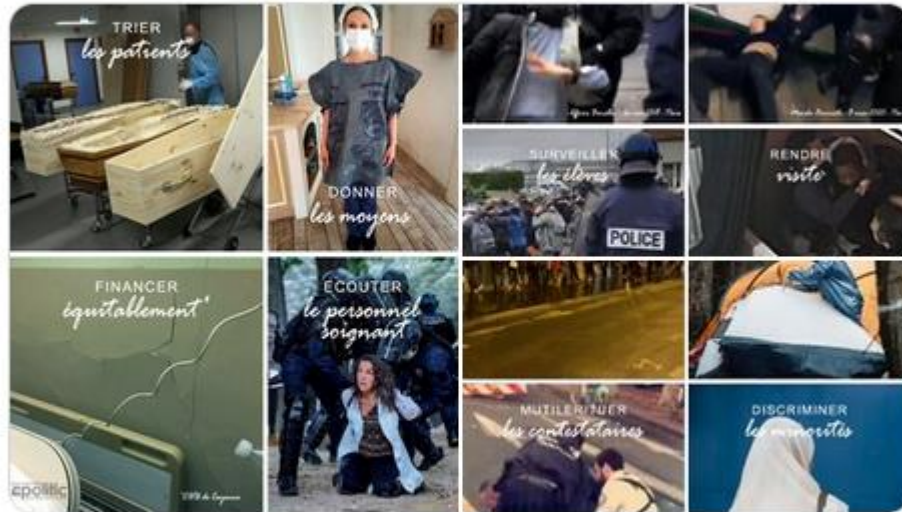
1 987 Retweets 132 Tweets cités 2 380 J'aime



Adéquation ou rejet de la politique d'Emmanuel Macron

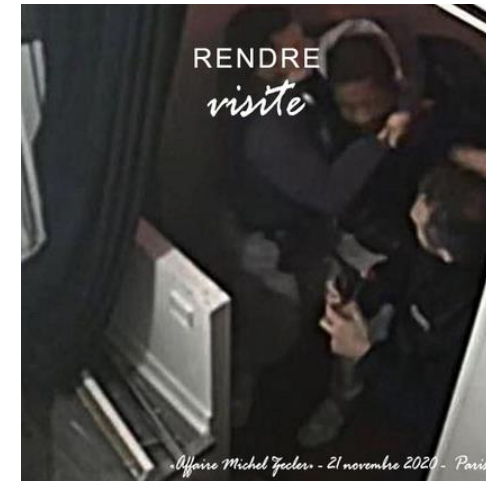


Le Politique de Macron en 3 images
[#Macron20h](#)



8:55 PM · 2 mars 2022 · TweetDeck

6 Retweets 1 Citer le Tweet 10 J'aime



Critique de la politique de gestion de crise



J'ai craqué... mais pour la bonne cause! #horeca
#monpèrecehéros #REPUBLICGRAM



8:52 AM - 12 févr. 2021 · Twitter for iPhone

3 Retweets · 2 Tweets cités · 51 J'aime



Courage à lui et aux autres 🙏🙏🙏



Proposition d'un autre modèle idéologique concurrent



La gauloise bleu Marine
@Alexlagauloise



Vous pouvez dire tout ce que vous voulez sur elle je la défendrai toujours et je lui serai toujours fidèle tant qu'elle se présentera! Ça fait 10 ans qu'elle se bat pour la France face a toute la classe politique et les médias pour moi elle mérite d'être présidente ❤️ #Marine2022



6:02 PM · 20 févr. 2021 · Twitter for Android

33 Retweets 10 Tweets cités 79 J'aime

Dénonciation d'autres faits d'actualité socio-politiques



Frédéric Tomas
@Tomas_Frederic

Ca fait des semaines que je cherchais de quoi utiliser judicieusement @republigram.



9:06 PM - 16 févr. 2021 - Twitter Web App

14 Retweets 96 J'aime



Frédéric Tomas
@Tomas_Frederic

En réponse à @Tomas_Frederic

C'est un peu la version moderne de ça, quoi.



9:18 PM - 16 févr. 2021 - Twitter Web App

6 J'aime



Paul Bertin
@PaulBertin_

En réponse à @Tomas_Frederic

Pas pu m'en empêcher...



11:10 PM - 16 févr. 2021 - Twitter Web App

1 J'aime





Mr Phelps ★★🇫🇷
@Fred_Dorville

Du coup avec l'image ça passe mieux ?
(Merci #REPUBLICGRAM)



12:37 PM - 5 janv. 2022 - Twitter Web App

2 Retweets 1 Citer le Tweet 7 J'aime



Sacha Touille-Z (compte à suivre absolument) 🇫🇷
@SachaTouilleSec

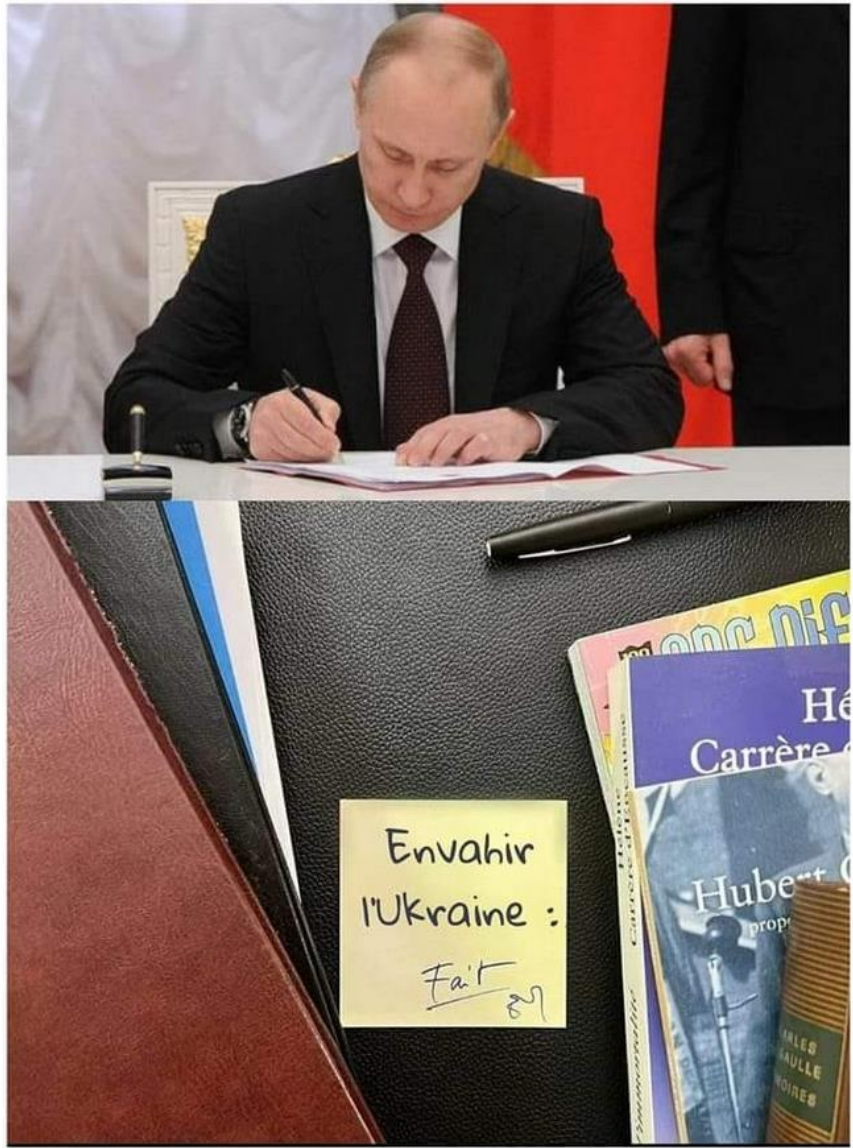
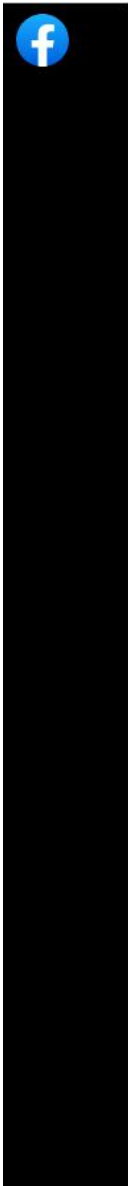
En réponse à @EmmanuelMacron



5:11 PM - 31 janv. 2022 - Twitter for iPhone

47 Retweets 1 Citer le Tweet 419 J'aime





Bonnie Blue
21 février, 21:23 · 🌐

- Neurchi de meme d'actualités

👍 😄 6

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

👤 Écrivez un commentai... 😊 📷 📺 🗣️

Imaginaires sémiodiscursifs

- Forts potentiels de (re)productions
- Références à la **popculture**
- Détournements : Problématique de l'**intericonicité**
- Détournements de mèmes ou Double mème (fusion de deux références) ?



Références à l'actualité socio-politique



Références à la popculture



Julien Noël
@LionelJune

En réponse à @MartyBestOf

Quelqu'un l'a déjà faite ?



5:18 PM · 9 févr. 2021 · Twitter Web App

2 J'aime



Catherine Renault ★★
@cat_woman76

En réponse à @MartyBestOf



12:38 AM · 9 févr. 2021 · Twitter for Android

1 J'aime



antoine btx
@antoinebtx

En réponse à @MartyBestOf



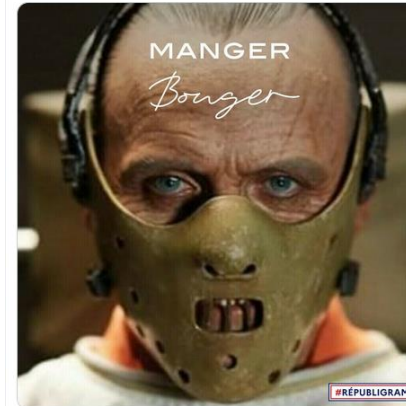
9:41 PM · 8 févr. 2021 · Twitter for Android

1 Retweet 4 J'aime



Vincent Poulain
@vincentloic_p

En réponse à @vincentloic_p et @MartyBestOf



12:13 AM · 9 févr. 2021 · Twitter for Android

7 J'aime



Manny Peterson
@Emmanue24003933

En réponse à @MartyBestOf

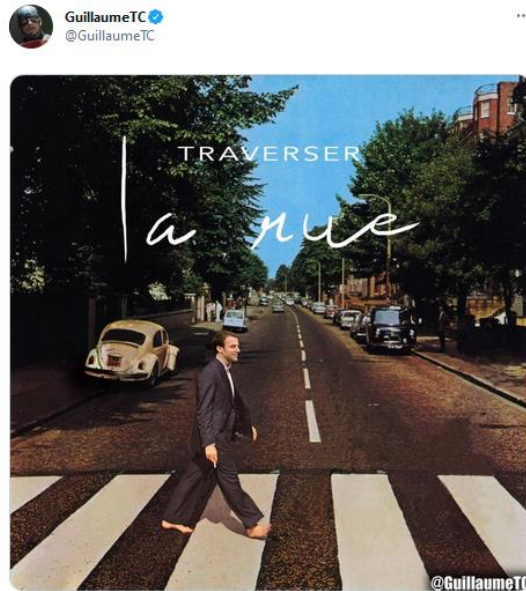
#RÉPUBLIGRAM
republigram.mlh.cool



4:28 AM · 9 févr. 2021 · Twitter Web App

1 J'aime

Références à la popculture



10:39 AM · 7 févr. 2021 · Twitter Web App

1 686 Retweets 56 Tweets cités 10,8 k J'aime



9:34 AM · 9 févr. 2021 · Twitter for Android

10 J'aime



11:45 PM · 8 févr. 2021 · Twitter for iPhone

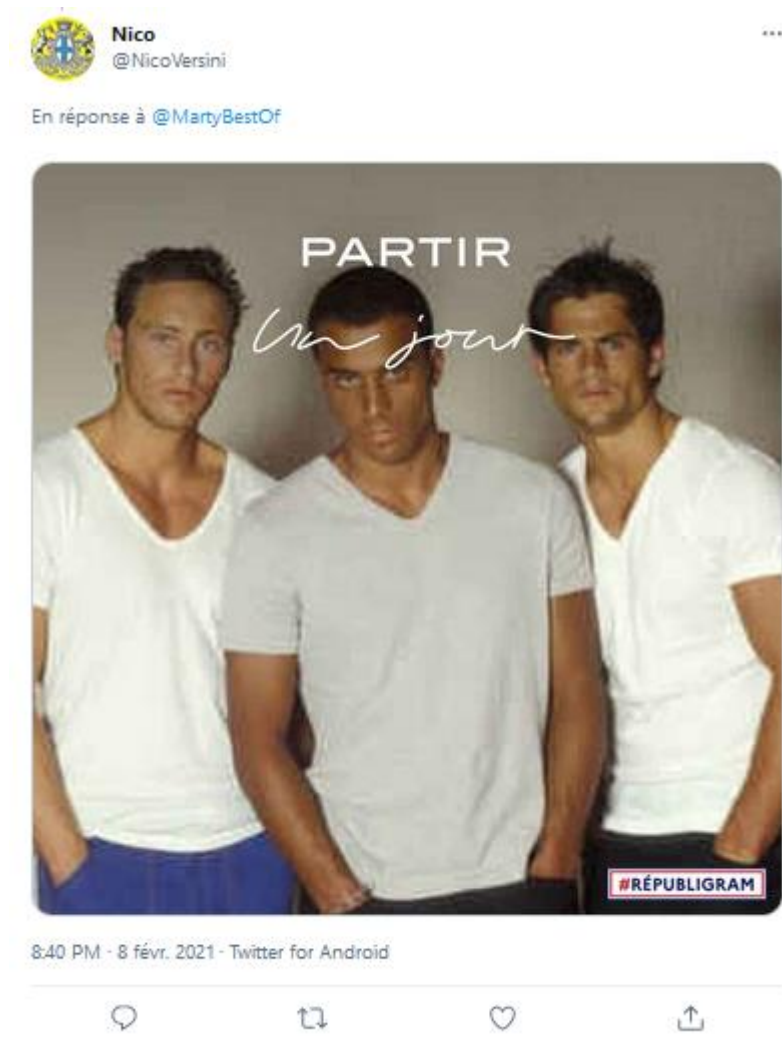
6 Retweets 54 J'aime



9:56 PM · 8 févr. 2021 · Twitter for Android

17 J'aime

Texte et image redondants



Texte et image opposés



ka woua
@wouachna



En réponse à [@MartyBestOf](#)



8:14 PM · 8 févr. 2021 · Twitter Web App

20 Retweets 1 Tweet cité 162 J'aime

Rapport texte / image décalé, humoristique



Phylloscopus
@Taigasangare

...

Quand t'as pas la patience d'attendre que les bars
rouvrent [#REPUBLIGRAM](#)

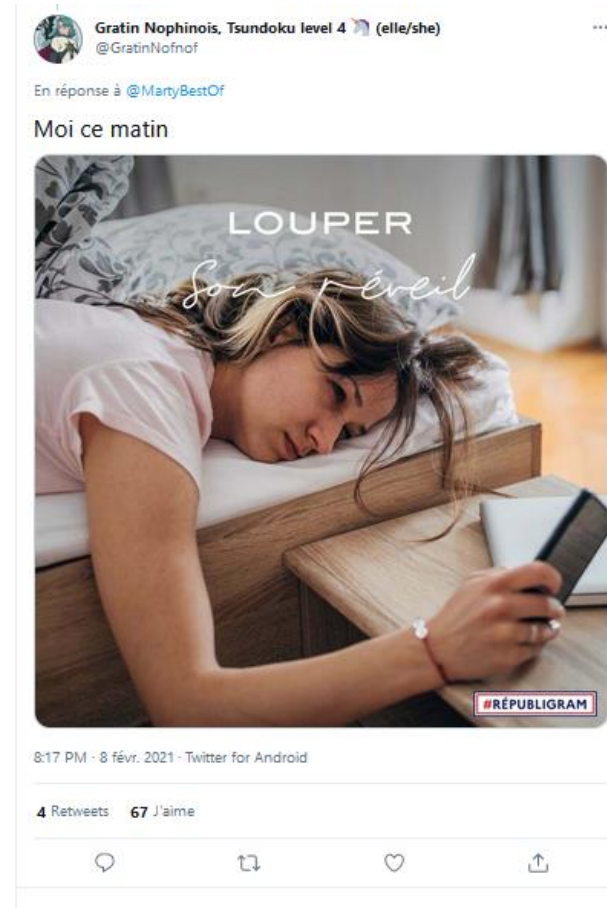


12:24 PM · 9 févr. 2021 · TweetDeck

8 Retweets 3 Tweets cités 91 J'aime

Présentation de soi

- **Scénarisation** des images : mise en scène d'Emmanuel Macron
- Effet miroir et personnalisation du pouvoir
- Participation : se représenter dans son **intimité** ou projeter une image de soi
- Enonciation « Moi ce matin » : imitation comme dans les mèmes



Présentation de soi

- **Ethos transgressif** : souligner l'absurdité et pousser l'absurdité (surenchère)
- **Ethos stratégique** : authenticité, proximité voire familiarité : principe d'extimité



Compte professionnel : « maire adjointe aux mobilités actives »



Engagement émotionnel

- **Culture du défi** : Idée de se constituer en tant que partenaire de jeu

 **CieSkay** #HorizonEsport #DeltaCompany
@CieSkay

Voici ma petite contribution au mouvement #REPUBLICGRAM 😊

Je vous partage ma passion du jeu vidéo à travers ce petit best of ❤️

J'attends donc maintenant votre best of spécial JV 😊

#Ubisoft #PGW #Gaminglife #gamer #cosplayer #Cosplay #gaming #game

@UbisoftFR @ParisGamesWeek



Ubisoft Paris Studio et 8 autres personnes

4:32 PM · 11 févr. 2021 · Twitter for Android

5 Retweets 1 Citer le Tweet 27 J'aime

🗨️ ↻️ ❤️ 📤

 **Picsandzik**
@Bad_bouille

Mince j'ai raté le #REPUBLICGRAM Game sur Twitter ! Semaine chargée... Je sais qu'on a dit "Stop" en plus mais vous m'accordez au moins celui-là ?



7:06 AM · 14 févr. 2021 · Twitter for Android

22 J'aime

🗨️ ↻️ ❤️ 📤

 **Louise.**
@L_tcsb

On n'a pas pu résister à #REPUBLICGRAM chez les #JeunesVeneurs ! 🐣🐤

#LibertéRuralité
#IlsSachentNouschassons



12:17 PM · 11 févr. 2021 · Twitter for iPhone

34 Retweets 1 Citer le Tweet 62 J'aime

🗨️ ↻️ ❤️ 📤

 **Lucie Arcovio**
@LucieArcovio

J'ai testé #REPUBLICGRAM 😊



Groupe SNCF et 7 autres personnes

6:33 PM · 13 févr. 2021 · Twitter for iPhone

7 Retweets 1 Citer le Tweet 38 J'aime

🗨️ ↻️ ❤️ 📤

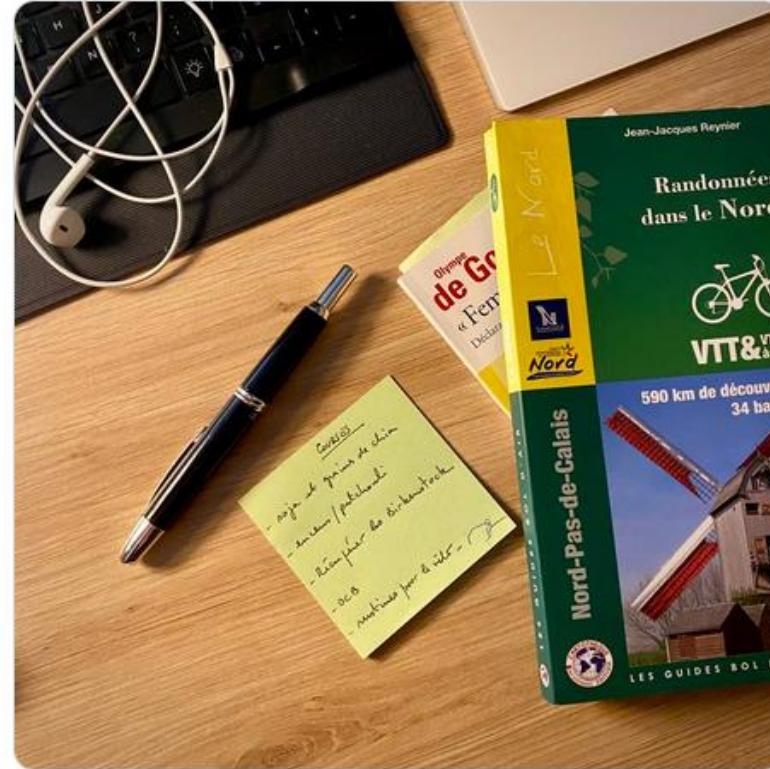
yann bisiou
@yannbisiou

Toi aussi tweete comme #Macron ! Pense à bien te pencher pour qu'on puisse lire les titres... #Compol



Yannick BROHARD 🇫🇷
@YannickBrohard

Il est rigolo ce jeu du #PostIt.



7:09 PM · 31 janv. 2022 depuis Wattignies, France · Twitter for iPhone

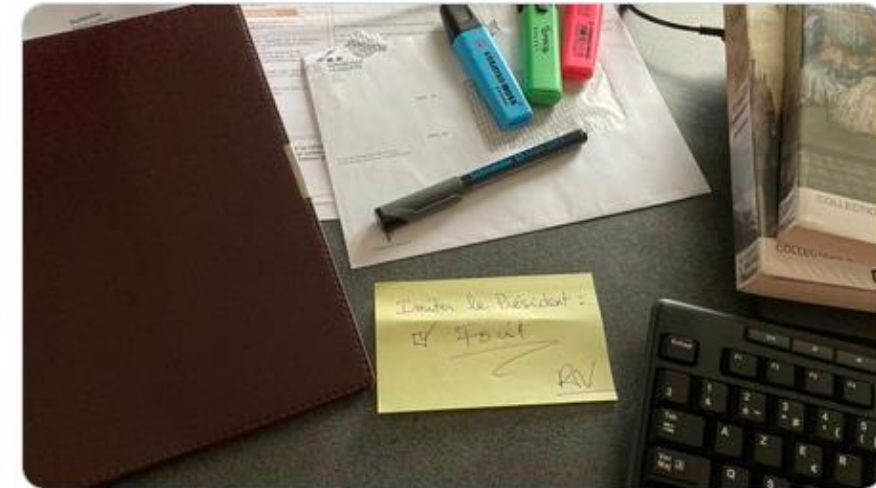
6 J'aime



REALITE VIRTUELLE #TurbulencesFastenYourSeatBelts
@Real_Virtuelle

Joue la comme Macron...* 🖋️
Nous aussi, on a un feutre noir qui écrit en couleur. 💜

(* Ne me jugez pas sur la taille de mon post-it ! 🤪 😊)



Engagement émotionnel

- Buzz transcédé avec humour au-delà des espaces socionumériques



Engagement émotionnel

- 20% de présence des animaux domestiques
- Réappropriation du buzz par des communautés de fans de chats
#ChatonsMignons



@magbigey

Hashtag détourné : #Republicat



#republicat



10:09 PM · 8 févr. 2021 · TweetDeck

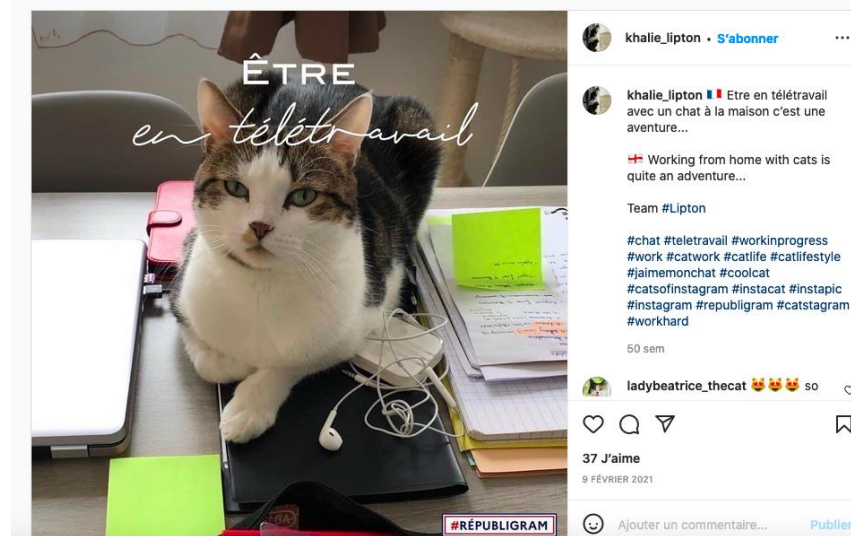
2 Retweets 15 J'aime



Koko yom @Kokoyom · 11 févr. Parce que les chats comprennent mieux que nous... #REPUBLIGRAM



1 1



khalie_lipton · S'abonner

Être en télétravail avec un chat à la maison c'est une aventure...

Working from home with cats is quite an adventure...

Team #Lipton

#chat #teletravail #workinprogress #work #catwork #catlife #catlifestyle #jaimemonchat #coolcat #catsofinstagram #instacat #instapic #instagram #republicat #catstagram #workhard

50 sem



37 J'aime

9 FÉVRIER 2021

Ajouter un commentaire... Publier



Référence culturelle « clin d'œil »



Détournement d'une œuvre d'art





Chats et politique
(élections
départementales
et régionales de
2021)



5:41 PM - 9 févr. 2021 - Twitter Web App

1 Retweet 3 J'aime

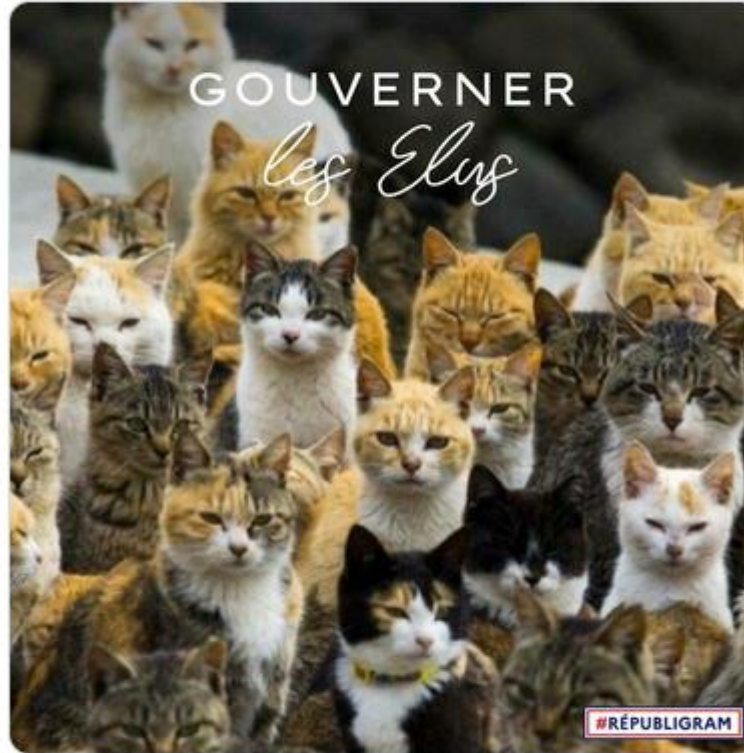




alisée vent
@aliseenvent



#RÉPUBLIGRAM | Générateur de photos
présidentielles mlh.cool/republigram/



4:20 PM · 13 déc. 2021 · Twitter Web App

1 Retweet



Claire Sécaïl
@clairesecaïl

Vous n'avez donc pas la preuve... 😏



5:33 PM - 31 janv. 2022 - Twitter for iPhone

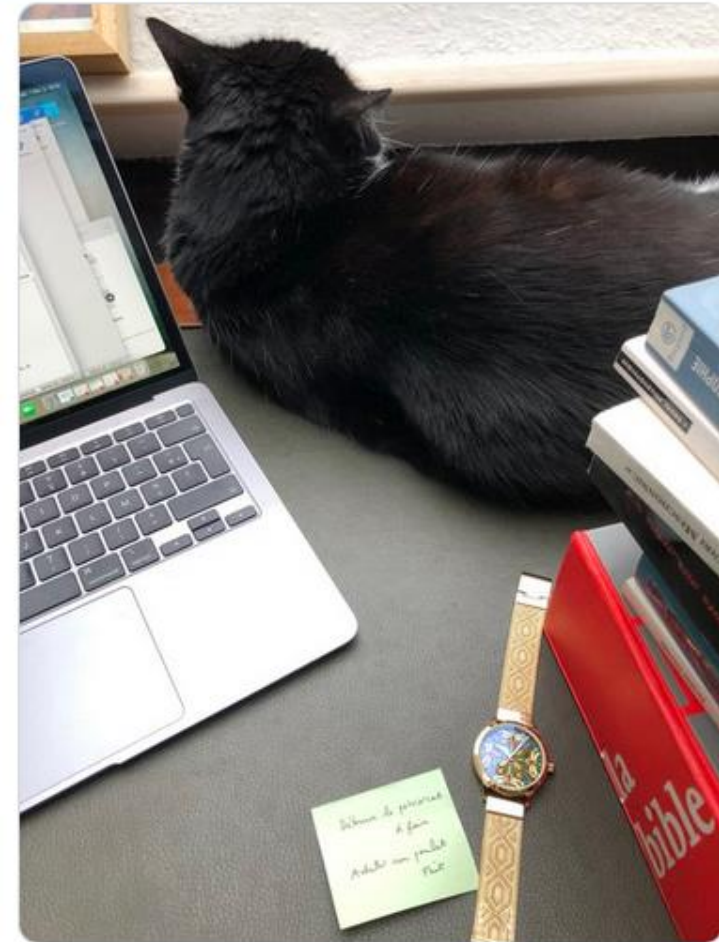
6 Retweets 85 J'aime



Isa Garcin-Marrou et Delphine Diaz ont aimé

Claire Placial
@claireplacial

Moi aussi je joue



10:05 AM - 1 févr. 2022 - Twitter for iPhone

8 Retweets 2 Tweets cités 187 J'aime



Engagement émotionnel

- Commentaires positifs et marquage affectif des publications

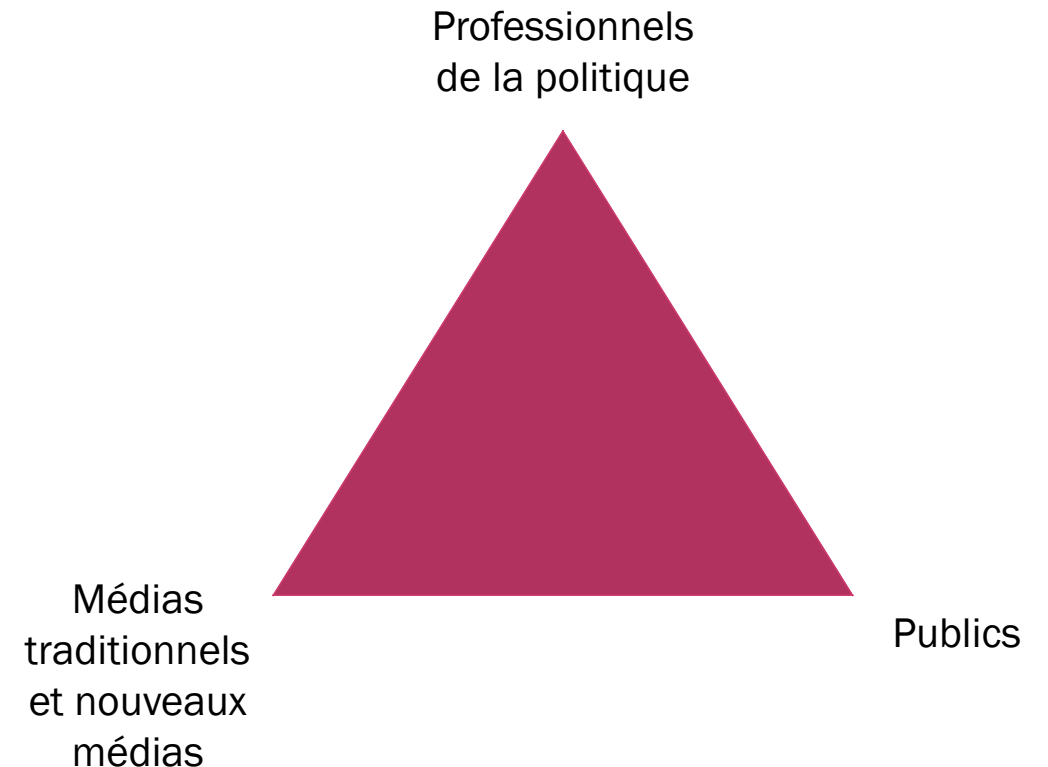


Objectifs de la présentation

- ✓ Expliciter les différentes caractéristiques de la culture participative en régime numérique à partir de l'analyse des buzz #Républigram et #Post-it
- ✓ Interroger la dimension stratégique de la communication politique d'Emmanuel Macron pensée à partir de la modélisation théorique du triangle de la communication politique

Communication politique stratégique ?

- **Triangle de la communication politique** : vision globale de la communication politique mettant en exergue les interactions complexes entre politiques, médias et publics (Mercier dir., 2017 ; Wolton, 1989)



Communication politique stratégique ?

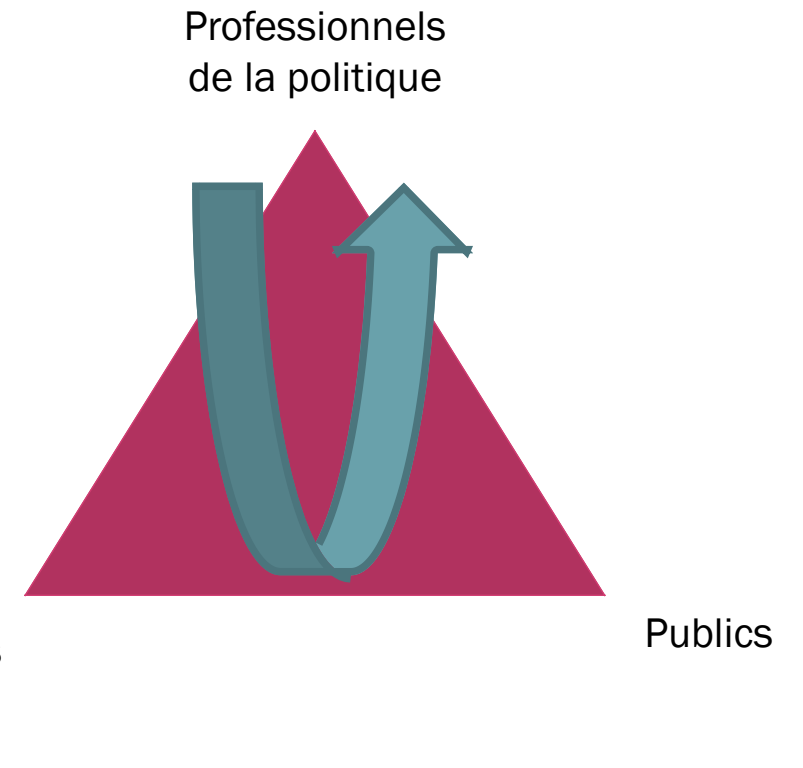
- Interrogation de la **dimension stratégique** de l'équipe de communicants d'Emmanuel Macron
- **Potentiel mémétique** des publications qui sont scénarisées (Wagener, 2022)



06/02/2021



31/01/2022



Communication politique stratégique ?

- Questionnement du **déterminisme technologique** des plateformes socionumériques dessinant de nouvelles formes de participations des citoyens
- La **culture du partage** révolutionne l'« image connectée » (Gunthert, 2015) : démocratisation de la production et de la circulation d'images dans les espaces socionumériques
- Logique de **popularisation d'une technique** au départ complexe et destinée à des spécialistes
- Capitalisation de modes d'expression amateur par la sphère politique pour gagner d'**autres espaces de visibilité**

Communication politique stratégique ?

- Une **viralité des contenus** « maîtrisée » ? Hypothèse de la stratégie pour les personnalités politiques de provocation de phénomènes viraux, de « buzz »
- « La grande partie des polémiques politiques sur ces réseaux semble échapper aux acteurs politiques, car très souvent ils en sont la cible. Mais dans certains cas, on peut soupçonner que des dérapages ou des bourdes peuvent être orchestrés afin de donner de la visibilité au personnage lui-même. Selon la phrase attribuée au propriétaire de cirque américain, Phineas Barnum, il n'y a pas de publicité négative (« there's no such thing as bad publicity ») et de telles stratégies visant à assurer la notoriété de leur auteur ne sont pas nouvelles en communication politique » (**Frame, 2017**)

DÉPASSER

Le temps accordé ?



REMERCIER

Son auditoire !



RESPECTER *Ces gestes humains* CAPTURER *avec les photographes*

#RÉPUBLIGRAM

#RÉPUBLIGRAM ferme ses portes après plus de 300 000 photos générées ! Merci à tous pour vos créations et vos partages, [suivez-moi sur Twitter](#) pour de nouvelles aventures...

FELINDRA *Félicité de la tigre* Martin POUPI POUPI *Poupi Poupi*

Références bibliographiques 1/4

- AMOSSY Ruth (2010). *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*, Paris, Presses universitaires de France.
- APPEL Violaine, BOULANGER Hélène et MASSOU Luc (dirs), (2010). *Les dispositifs d'information et de communication : concept, usages et objets*, Bruxelles, De Boeck.
- ARRIVÉ Mathilde (2015). L'intelligence des images – l'intericonicité, enjeux et méthodes. *E-rea*, n°13.1. Accès : <http://journals.openedition.org/erea/4620>.
- BADOUARD Romain, MABI Clément et MONNOYER-SMITH Laurence (2016). Le débat et ses arènes. *Questions de communication*, n°30, pp. 7-23. Accès : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/10700>.
- BIGEY Magali (2018). Twitter et l'inscription de soi dans le discours. L'Ethos pris au piège (ou pas) de la frontière sphère privée/sphère publique. *Les Cahiers du numérique*, n°14, pp. 55-75. Accès : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2018-3-page-55.htm>.
- BONENFANT Maude (2015). Le même numérique : étude sémiotique des réseaux à partir des concepts de trace et d'indice. *RISCP*, n°12, pp. 27-42. Accès : <https://journals.openedition.org/communiquer/1295>.
- BOURDAA Mélanie (2021). *Les fans. Publics actifs et engagés*, Caen, C&F Éditions.
- BOURDAA Mélanie (2015). Les fans studies en question : perspectives et enjeux. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°7. Accès : <http://journals.openedition.org/rfsic/1644>.
- CARDON Dominique (2019). *Culture numérique*, Paris, Presses de Sciences Po.
- CERVILLE Maxime et JULLIARD Virginie (2018). Le genre des controverses : approches féministes et queer. *Questions de communication*, n°33, pp. 7-22. Accès : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/12076>.

Références bibliographiques 2/4

- ERTZSCHEID Olivier (2017). *L'appétit des géants. Pouvoir des algorithmes, ambitions des plateformes*, Caen, C&F Éditions.
- FOURMENTRAUX Jean-Paul (2015). Quand l'art cultive le numérique. *Interfaces numériques*, n°4(3), pp. 451-472. Accès : <https://www.unilim.fr/interfaces-numeriques/426>.
- FRAME Alexander (2017), (nouvelle édition revue et augmentée). Personnel politique et médias socionumériques : nouveaux usages et mythes 2.0. Dans MERCIER A. (dir.), *La communication politique*, Paris, CNRS éditions, pp. 175-202.
- GUNTHERT André (2018). La visibilité des anonymes. Les images conversationnelles colonisent l'espace public. *Questions de communication*, n°34, pp. 133-154. Accès : <https://www-cairn-info.scd1.univ-fcomte.fr/revue-questions-de-communication-2018-2-page-133.htm?contenu=article>.
- GUNTHERT André (2015). *L'image partagée : la photographie numérique*, Paris, Textuel.
- JEANNERET Yves (2014). *Critique de la trivialité, Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Paris, Éditions Non Standard.
- JENKINS Henry (2013), trad. [2006]. *La culture de la convergence : des médias au transmédia*, Paris, Armand Colin.
- JENKINS Henry, ITO Mizuko et boyd danah (2017). *Culture participative. Une conversation sur la jeunesse, l'éducation et l'action dans un monde connecté*, Caen, C&F Éditions.

Références bibliographiques 3/4

- LAMBERT Frédéric (2014). Performances et performativité des images, L'agir image et les nouveaux territoires médiatiques. Dans BALLARINI L. et DELAVAUD G. (dirs), *Nouveaux territoires médiatiques*, Paris, Mare et Martin Éditions, pp. 57-76.
- MERCIER Arnaud (dir.), (2017). *La communication politique*, Paris, CNRS Éditions.
- MERCIER Arnaud (2015). Twitter, espace politique, espace polémique. L'exemple des tweet-campagnes municipales en France (janvier-mars 2014). *Les Cahiers du numérique*, n°11, pp. 145-168. Accès : <https://www-cairn-info.scd1.univ-fcomte.fr/revue-les-cahiers-du-numerique-2015-4-page-145.htm>.
- NERLICH Michael (1990). Qu'est-ce qu'un iconotexte ? Réflexions sur le rapport texte-image photographique dans *La Femme se découvre* d'Evelyne Sinnassamy. Dans MONTANDON A. (dir.), *Iconotextes*, Paris, Ophrys, pp. 255-302.
- PAVEAU Marie-Anne (2017). *L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris, Hermann.
- RIBONI Ulrike Lune (2019). Images anonymes, registres de visibilité et espace(s) public(s). *Questions de communication*, n°35, pp. 153-169. Accès : <https://www-cairn-info.scd1.univ-fcomte.fr/revue-questions-de-communication-2019-1-page-153.htm>.
- SAEMMER Alexandra (2015). *Rhétorique du texte numérique : figures de la lecture, anticipations de pratiques*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib.
- SIGUIER Marine (2020). Donner à voir le lecteur sur les réseaux sociaux numériques : « Bookstagram », entre nouveaux régimes de visibilité et iconographies standardisées. *Études de communication*, n°54, pp. 113-134. Accès : <https://www-cairn-info.scd1.univ-fcomte.fr/revue-etudes-de-communication-2020-1-page-113.htm>.

Références bibliographiques 4/4

- SIMON Justine, à paraître 2022. Twitter et la mobilisation de la communauté scientifique opposée à la future #LPPR / #LPR : enjeux théoriques et défis méthodologiques. Dans MASSOU L., MPONDO-DICKA P. et PINÈDE N. (dirs), *Analyser les sites web*, ISTE Éditions.
- SIMON Justine (2021). Partage social des mèmes : un remède en situation de crise sanitaire ? Analyse sémiotique de détournements humoristiques en contexte numérique. Dans BÉDARD M. et GIRARD S. (dirs), *Pour que tu mèmes encore. Penser nos identités au prisme des mèmes numériques*, Montréal, Éditions Somme Toute, pp. 75-99.
- SIMON Justine (2019). L'infox par l'image sur les réseaux socionumériques. Détournements, Circulation et Mises en récit. *Interstudia*, n°25, pp. 41-52.
- SIMON Justine (dir.), (2018). *Le discours hypertextualisé : espace énonciatifs mosaïques*, Besançon, Presses Universitaires de Franche-Comté.
- SOUCHIER Emmanuël, CANDEL Étienne et GOMEZ-MEJIA Gustavo (2019). *Le numérique comme écriture, Théories et méthodes d'analyse*, Paris, Armand Colin.
- VOIROL Olivier (2005). Les luttes pour la visibilité. Esquisse d'une problématique, *Réseaux*, n°129-130, pp. 89-121. Accès : <https://www-cairn-info.scd1.univ-fcomte.fr/revue-reseaux1-2005-1-page-89.htm>.
- VOLOCHINOV Valentin Nikolaevič (BAKHTINE Mikhaïl), (1977), trad. [1929]. *Le marxisme et la philosophie du langage*, Paris, Minuit.
- WAGENER Albin (2022). Le Post-it, le président, les mèmes et nous, *The Conversation France*. Accès : <https://theconversation.com/le-post-it-le-president-les-memes-et-nous-176190>.
- WOLTON Dominique (1989). « La communication politique. Construction d'un modèle », *Hermès*, n°4, pp. 27-42.