



HAL
open science

Convoquer la mémétique en Sciences de l'information et de la communication. Propositions pour une collaboration disciplinaire

Daiana Dula

► To cite this version:

Daiana Dula. Convoquer la mémétique en Sciences de l'information et de la communication. Propositions pour une collaboration disciplinaire. *Epistémè: revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées* / , 2013, Homme-trace, 9. hal-04614722

HAL Id: hal-04614722

<https://hal.science/hal-04614722v1>

Submitted on 13 Jul 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Convoquer la mémétique en Sciences de l'information et de la communication.

Propositions pour une collaboration disciplinaire

Daiana Dula, IUT de Rouen
daiana.manoury@univ-rouen.fr

Mots clés :

mème, médias informatisés, transmission culturelle, mimesis, interacteurs, « informème ».

Résumé :

L'étude interroge les possibilités d'exploration que la mémétique pourraient ouvrir en sciences de l'information et de la communication. S'il est une chose que les médias informatisés nous révèlent avec une constance immuable, c'est leur « itérabilité » (DERRIDA), c'est-à-dire leur capacité à se répéter, inlassablement, à se répliquer, dans leurs supports comme dans leurs contenus. Pour aller au-delà du constat et pour comprendre la force qui entraîne les rouages de cette machine mimétique, nous proposons de convoquer les outils d'analyse de la transmission culturelle que défend la mémétique : les mèmes.

A la condition d'éviter tout emploi excessif ou erroné (le mème internet), cette collaboration peut révéler des ressorts épistémologiques inédits pour l'analyse de deux processus fondateurs, la copie et la transmission, et de leurs relations contiguës. Sur le modèle d'organisation suggéré par certains contenus médiatiques (les campagnes de prévention), nous postulons l'émergence d'un « Informème » : unité de sens élémentaire circulant entre les dispositifs électroniques, il incorpore et propage une unité informative, cependant qu'il la reproduit indéfiniment.

Key words :

Meme, digital media, cultural transmission, mimesis, interactors, « informème ».

Summary:

This study addresses memetic's potential to open new directions in information and communication sciences. If there is one thing that digital media faithfully reveal, it is their « itérabilité » (DERRIDA), that is their capacity to tirelessly duplicate themselves, in their supports as in their content. In order to go beyond the simple observation and to understand the depth of this mimetic machine, we will use the cultural transmission tools at the center of memetic: memes.

Pending an excessive or erroneous use (the Internet meme), this collaboration can reveal exclusive epistemological means for an analysis of two founding processes, copy and transmission, and their contiguous connections. On the organizational model that suggest some mediatic content (preventive campaigns), we argue the emerging of an « Informème »: an elementary unit that circulates in between electronic apparatus and that incorporates and spreads an information unit, while reproducing it indefinitely.

Les dispositifs médiatiques contemporains reposent clairement sur des répétitions de contextes et d'énoncés antérieurs. Symptomatique, à ce titre, l'omniprésence de la particule « e- » (devenue un préfixe à part entière), qui indique littéralement que les contenus en question sont des versions, des variantes (électroniques) de contenus préexistants : e-agenda, e-book, e-barreau, e-commerce, e-formation, e-immobilier, e-job, e-journal, e-mail, e-orthophonie, e-réputation, e-services, e-ticket, e-tourisme, etc. Quel est le sens de cette sorte de redite et quel est son domaine ?

Dans le propos liminaire à *La communication électronique en questions*¹, Christian Licoppe invoquait le principe derridien de l'« itérabilité » en tant que « propriété fondamentale du langage et de la communication, et plus généralement de toute expérience », marquant « la vulnérabilité de tout événement de communication à être répété, reformulé, cité, rejoué, parodié, détourné. »². Il s'agirait d'une répétabilité constitutive qui, ne pouvant être satisfaite, assouvie, ni par les contextes ni par les interlocuteurs, abolirait de fait les distinctions traditionnelles entre parole et écriture et, par extension, entre communication immédiate, ou en présence, et communication médiée, ou à distance.

Opportune, cette réflexion reste néanmoins partielle parce qu'elle n'évoque pas les différences qui subsistent au sein même des répétitions et qui, ce faisant, les justifient. Or, pour interroger ces différences, il faut vouloir se saisir de ce qu'elles révèlent du fonctionnement de la citation, de l'analogie, du renvoi, de la référence, de l'imitation etc., mais aussi des modes de leurs disséminations.

Opter pour un abord des dispositifs médiatiques actuels *via* le principe de l'itérabilité ouvre sur des hypothèses épistémologiques absolument essentielles mais immensément complexes.

D'abord, parce que cela engage à questionner le sens de l'innovation induite par le numérique ; problématique d'une sensibilité extrême car y souscrire, c'est admettre de la rattacher à une interrogation subsidiaire mais inéluctable : quel sens recouvre l'invention aujourd'hui, quand tout, absolument tout, est le prolongement (par répétition) de contenus, de techniques, de technologies, de médiations, etc. déjà là, incontestablement antérieurs ?

D'autre part, l'itérabilité suscite une équation multiple, dans laquelle les variables débordent clairement les sciences de l'information et de la communication et mobilisent nombre de domaines de la connaissance, l'anthropologie, la biologie, la sociologie, la philosophie, l'informatique, pour n'en citer que quelques-unes parmi les plus manifestement ancrées dans l'évolution du vivant³.

Ailleurs, nous avons montré en quoi la communication des médias informatisés est une communication virale⁴, comment elle s'emploie à enrôler « l'homme de parole » (HAGEGE, 1985 ; SFEZ, 1988) parce qu'il est le garant de la transmission culturelle. Pour comprendre le sens des différences qui subsistent au cœur des répétitions, il faut s'en référer à la mimesis et à son corollaire représentationnel. Pour autant, bien qu'on en entrevoie les intérêts (la nature répliquative des dispositifs numériques), il nous faut un réducteur de complexité, une méthode nouvelle, un outil d'emprunt capable de dépasser les évidences et d'aller au cœur des processus. Nous postulons que les Mêmes⁵, unités fondatrices de la

¹ Zlitni, Sami, Liénard, Fabien (dir), Berne : Peter Lang, 2013.

² Ibid., p.1.

³ Nous y consacrons une large partie dans l'ouvrage *Mimesis et médias informatisés. L'Homme mimétique et ses communications*. A paraître.

⁴ « Tous des copieurs ? La communication électronique à l'épreuve de la mimesis », in Zlitni, Liénard, op. cit., p. 139-152.

⁵ Nous employons la majuscule pour donner une meilleure visibilité à la notion et pour éviter d'éventuelles confusions paronymiques.

« sélection culturelle » (GUILLO, 2009 : 21) que défendent aujourd'hui les méméticiens, peuvent jouer ce rôle de réducteurs de complexité. Nous étudierons ici les possibilités de connexion entre la mémétique et les sciences de l'information et de la communication, deux domaines que les dynamiques interactionnelles et la circulation des idées définissent structurellement.

Après un rappel de l'histoire notionnelle du Mème, nous évoquerons quelques particularités de ses emplois actuels. Puis, nous formulerons des pistes pour à la fois adopter et adapter le Mème en sciences de l'information et de la communication ; nous postulerons notamment l'existence d'un « Informème » et verrons en quoi son fonctionnement peut se révéler intéressant pour traiter les questionnements soulevés par la mimesis communicationnelle.

I. Qu'est-ce que le Mème ?

Le Mème a une histoire conceptuelle qui lui vient principalement de l'anthropologie, mais qui est enrichie par de nombreux apports d'autres sciences⁶. Issue d'une certaine sociologie de la culture, il peut être vu comme « l'unité centrale » qui fonde le processus de l'imitation. Le Mème signifie cette unité ordonnatrice de tout apprentissage, qui fonde de la culture humaine en agissant sur un mode analogue au gène⁷. Théorisé par l'éthologiste Richard Dawkins (1976), il signale tout « élément de culture qui peut se transmettre par des moyens non génétiques, et plus particulièrement par l'imitation »⁸, autrement dit comme toute information susceptible d'être copiée puis transmise d'une personne à autre personne, d'un cerveau à un autre.

Pour la mémétique, la discipline qui le porte aujourd'hui, il s'agit de tenter de déterminer, sur le modèle du néo-darwinisme, quels sont les mécanismes par lesquels certaines idées plutôt que d'autres finissent par s'imposer dans un groupe ou dans une société, et surtout ce qui motive leur répétition, leur copie, ainsi que leur transmission par les mêmes individus. La mémétique considère qu'il n'est pas d'idée qui soit innée (contrairement à la sociobiologie, pour laquelle les gènes sont les porteurs héréditaires de la culture), mais que toutes résultent d'un processus de sélection dite « culturelle » et qu'elles ne cessent d'évoluer en circulant, au contact des comportements, des croyances, des rituels sociétaux.

Avant de poursuivre, notons que, peu de temps avant Dawkins, Marcel Jousse avait entrepris la construction d'une « anthropologie mimismologique »⁹. Il y postulait qu'en tant qu'il est un être profondément cosmique, au sens littéral du terme, c'est-à-dire qu'il est constamment soumis aux forces, aux influences, aux violences parfois du cosmos, l'homme reproduit toujours ces mêmes forces, influences et violences, à sa façon, avec ses propres moyens (puis, progressivement, face aux exigences de la vie sociale, ces échos se figent et deviennent des stéréotypes). Tout, dans la réalité des objets qui l'entourent, est source, point de départ de mimétisme pour l'homme : il est alors tour à tour « cinémimeur », « photomimeur », porteur de « mimogrammes » ; et quand il imite les autres êtres vivants par l'action, il est amené à les nommer dans leur spécificité: le « tétant », le « chancelant », le

⁶ Comme la sociologie qui, sans forcément le nommer en tant que tel, le convoque constamment comme un repère dans toutes les discussions autour du rôle agrégateur de l'imitation.

⁷ A l'exception toutefois du facteur héréditaire.

⁸ In G. Ayache, *Homo sapiens 2.0. Introduction à une histoire naturelle de l'hyperinformation*. Paris : Max Milo Editions. 2008, p.60.

⁹ *L'Anthropologie du Geste*. Paris : Gallimard. 1974, 1975 et 1978.

« nageant », etc. Et Jousse en appelait alors aux « Mimèmes »¹⁰ en tant qu'unités fondamentales à partir desquelles les interactions deviennent possibles, car c'est par cette dimension interactionnelle que se signale la réalité de la réception, que l'homme « 'intelligé' les interactions du réel » (55). Partant, le « Mimage » (54) prévaudrait sur le langage dans le fonctionnement de la pensée, « la Pensée étant simplement une intellection de 'Mimèmes' » (54). Le Mimème symbolise donc l'ensemble des gestes qui conduisent l'homme vers la création, dans un mouvement de répétitions perpétuelles et de « rejeu » des informations reçues (du cosmos), triées, puis réinvesties dans l'élaboration de ce que Jousse appelle des « outils anthropologiques », des sortes d'archétypes destinés à nourrir la marche vers la civilisation.

Construit par le moyen de la copie, le Mème qualifie tous les objets culturels, tous les supports documentaires dont il révèle les progressions, les évolutions. Puisqu'il formule et regroupe des unités d'information qui circulent et qui se transmettent d'individu à individu, de cerveau à cerveau, le Mème est prédominant dans toutes les dynamiques qui concernent les groupes¹¹. Dès lors, la culture dans son ensemble peut être vue comme la collection perpétuelle de ces unités d'information, des idées, des représentations présentes chez les individus d'une même société.

Le Mème n'a aucun fondement génétique. En revanche, comme les gènes, il ne cesse de se répliquer, de muter. Il est soumis à une sélection culturelle qui garantit son évolution au sein d'un groupe, d'une société, d'une population. Son efficacité peut être évaluée en regardant son pouvoir d'influence, c'est-à-dire en estimant sa capacité à se révéler prépondérant, non pas pour sortir gagnant d'un combat ou d'une confrontation avec d'autres Mèmes, mais plus simplement, en réussissant à occuper le plus grand nombre d'esprits, dans « un processus de reproduction différentielle interne à la culture » (GUILLO, 2009 : 23). Indifférent à la densité de la population dans laquelle il s'insère, continuant de se répliquer quelle que soit la reproduction des individus, le Mème ne peut néanmoins évoluer qu'à partir d'un préexistant, d'un préalable – de la même façon qu'il ne peut y avoir de copie sans princeps, sans original.

Les Mèmes sont diversement adaptables, mais chacun est soumis à des processus de variation et de mutation qui fondent les croyances et les pratiques d'une société. Dès l'instant où les représentations sont adoptées, elles produisent des comportements publics qui ont tendance à « contaminer » les individus et à se propager entre les acteurs qui communiquent ; elles sont alors modifiées en représentations publiques par les protagonistes, puis de nouveau en représentations mentales. Par la suite, ces modifications (qui ne se répètent qu'à de rares occasions) se stabilisent par la communication ou bien au travers de l'imitation. De simples représentations, en se diffusant, en devenant persistantes, voire permanentes, les représentations deviennent alors culturelles.

En vertu des microprocessus à l'œuvre dans cette dynamique, Sperber (1996) invoque une « épidémiologie des représentations » mentales. La diffusion est dite « épidémiologique » au sens où il n'est pas possible de connaître les raisons exactes qui font que la propagation a lieu. C'est d'ailleurs là une interrogation persistante pour les méméticiens : comment procéder pour isoler le facteur décisionnel de la sélection de tel trait culturel ou de tel autre, sachant qu'il est impossible de faire l'impasse sur le rôle du vécu des individus impliqués dans la transmission ?

¹⁰ « Le coup de génie pour l'homme, ce fut de prendre claire conscience du Mimème spontanément jailli dans ses muscles modelés. Ce 'Mimème' n'est, en effet, que la réverbération du geste caractéristique ou transitoire de l'objet dans le Composé humain, dans cette vivante et mystérieuse synthèse que nous pouvons voir jouer globalement, mais dont nous ne saurions dissocier l'élément qui serait esprit pur et l'élément qui serait corps pur [...]. ». Ibid., p.54.

¹¹ A l'exception du pouvoir de décision.

La mémétique semble souffrir de l'absence d'un processus identique à la réplication biologique (et non seulement analogue). Elle concède également ne pas pouvoir déterminer pourquoi certains traits de culture restent invariables et constants en dépit des transformations inhérentes à leur circulation. Cependant, elle promeut une pensée de la culture tout à fait inédite. Elle fait une place considérable aux modes, aux conventions, voire aux stéréotypes communicationnels ; surtout, elle ne se contente pas d'en dresser l'inventaire, mais cherche à les justifier, de façon systématique et systémique, en employant des dispositifs analytiques propres, telle la sélection culturelle.

II. Du pareil au Même

Les individus composant une société ou un même groupe social « mutualisent » donc les unités d'information présentes dans leurs esprits. Dépourvues de fondement génétique, les représentations, les idées, les modes, les règles sociales, etc., sont triées et sélectionnées en fonction de leur contenu, mais aussi par rapport à leur fréquence au sein de la population concernée. Du fait de leur circulation et à la faveur d'un mécanisme de réplication analogue à celui des gènes dans la reproduction biologique, les unités d'information se perpétuent d'un cerveau à l'autre (y compris dans la variante préjugés) en créant des copies d'elles-mêmes.

Au-delà de son efficacité et son pouvoir incorporateur, le Même doit rester ouvert à des variations théoriques récentes parfois significatives¹². De plus, il doit neutraliser des tentatives définitionnelles hâtives et imprudentes, des emplois excessifs qui le déroutent de ses principes épistémologiques.

En cause, à nos yeux, la tentation de penser que les répliques formelles représentent elles-mêmes des véhicules de transmission des informations. Or, c'est faire l'impasse sur les transformations, sur les métamorphoses occasionnées par la circulation des idées. Il n'est pas de simulacre qui n'intègre, synthétise et reformule les différences qui subsistent au cœur des contenus copiés ou répétés. Pour le dire simplement, ce sont les évolutions, les transformations qui nous renseignent sur le sens des idées, des codes, des principes, et même des objets, et non l'identité (répliquée) des formes. Et c'est justement ce que les Mêmes ambitionnent : identifier ces différences, les caractériser et, bien sûr, analyser leurs impacts sur la culture des hommes.

II.1. Le « Même internet », une réduction à l'excès

A l'image des gènes qui ont besoin des génotypes pour s'assurer le transfert héréditaire, le Même a besoin de « moyens de transports » pour pouvoir circuler : c'est le rôle joué par les acteurs, ou les « communicateurs » (SPERBER), ou encore les « interacteurs » (HULL in BLACKMORE), autrement dit les individus. Vus comme des véhicules servant à la communication des idées, les hommes agissent en médiateurs ou en propagateurs des unités d'information en circulation. Outre la sélection, les interacteurs sont donc déterminants puisque seuls les individus sont capables d'activer des énergies mimétiques afin de les adapter aux impératifs et de la communication. En s'imitant, ils opèrent une transmission culturelle, dans la mesure où les unités d'information qu'ils répliquent sont empreintes du milieu dont elles sont issues. D'ailleurs, cela se passe selon un mode comparable à celui dont procèdent tous les supports médiatiques en général, les livres, les ordinateurs, etc. La dynamique dans laquelle ils s'inscrivent alors crée naturellement des interférences et des intermissions. Parce que les répliqueurs – les unités d'information qui se copient – sont issus des données matérielles de leur milieu, ils en sont aussi une synthèse ponctuelle, un écho immédiat mais

¹² Telle la « mimesis sociale » de Christoph Wulf. Cf. « Mimesis et rituel », in *Mimesis, Imiter, Représenter, Circuler, Hermès* n°22. Paris : CNRS Editions. 1998.

également conditionnel¹³, prédéterminé par le succès plus ou moins grand des variantes et des mutations qu'ils suscitent. Pour les méméticiens, il s'agit de considérer que cette reproduction différentielle ou « sélection culturelle » est le résultat de l'adaptabilité variable (la *fitness*) des répliqueurs, de la concurrence qui s'enclenche entre les différentes variantes suscitées. Pour autant, il n'y a pas d'identité de pensée totale entre les acteurs, celle-ci peut être supposée, certes, mais la valeur du postulat demeure relative¹⁴.

Depuis peu, certains discours médiatiques n'ont cessé d'évoquer des occurrences de « mêmes Internet », et le syntagme semble s'imposer au point de faire penser qu'il s'agit d'une formule d'ores et déjà attestée, voire consacrée. C'est, bien plutôt, un mot-valise imprécis, qu'on a chargé de désigner « un élément ou un phénomène repris et décliné en masse sur internet », « une idée simple propagée à travers le web. Cette idée peut prendre la forme d'un hyperlien, d'une vidéo, d'un site internet, d'un hashtag, ou simplement d'une phrase ou d'un mot. Ce même peut être propagé par plusieurs personnes par le biais de réseaux sociaux, de blogs, de messageries instantanées, d'actualité, et autres services internet. »¹⁵.

Réemployé machinalement dans des discours de critique des médias (typiquement les chroniques télévisuelles sur les actualités d'internet¹⁶), le « même Internet » repose sur un artifice, c'est une fabrication de toutes pièces, un outil de recyclage qui méconnaît les principes fondateurs de la notion. Parmi les rares observateurs qui dévoilent la ruse, Pascal Jouxte¹⁷ montre bien en quoi cet emploi est faillible, voire erroné et, au passage, préjudiciable pour les efforts de reconnaissance menés par les méméticiens depuis une trentaine d'années¹⁸. Il dénonce un abus de langage des médias qui imaginent circonscrire, à l'aide d'un « nom savant », des codes culturels reproductibles. Or, rectifie Jouxte, pour pouvoir postuler l'existence d'un « même internet », il faudrait que les contenus reproduits sur et par le web (« photos de chats, trucages, vidéos imitant d'autres vidéos, hybridation et transposition de blagues, etc. »), souvent humoristiques, soient d'authentiques « éléments de codes culturels reconnaissables et reproductibles », conformément à la définition consacrée par la mémétique.

Ces codes culturels peuvent être aussi larges que « public/privé », « interdit/autorisé », « individuel/collectif » (je les montre ici pour simplifier comme des paires d'opposés, à la manière des allèles), ou encore aussi concrets et matériels que « lunettes/lentilles », « fourchette/baguettes » ou aussi spécifiques que « signaler un abus ». Ils sont parfois porteurs d'une charge symbolique lourde, à la façon des symboles religieux, des héros ou des marques.¹⁹

Ledit « même Internet » ignore la complexité de cette règle fondatrice, du savoir qui migre, s'installe, se réplique puis circule de nouveau sous la forme de variantes. Loin de considérer les impacts de l'imitation et de la propagation, le syntagme « même internet » se contente de nommer un phénomène de pure copie puis de diffusion ; il fait l'impasse sur les conditions et

¹³ A la différence des gènes dont la reproductibilité est libérée de tout conditionnement.

¹⁴ Il manquerait à la théorie de la propagation des idées certains outils psychiques et psychologiques (qui font également défaut à la conception darwinienne de la culture) qui rendraient possible la prise en compte des mécanismes cognitifs qui sont à l'œuvre.

¹⁵ http://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A8me_Internet. Consulté le 20/04/2013.

¹⁶ Ainsi de la chronique de Vincent Glad sur la chaîne Canal plus. Voir annexe.

¹⁷ Pascal Jouxte est un des membres fondateurs de la mémétique.

¹⁸ « Mêmes internet : cherchez plus loin que la surface ! ». http://lecercle.lesechos.fr/221117979/pascal_jouxte. Consulté le 20/04/2013.

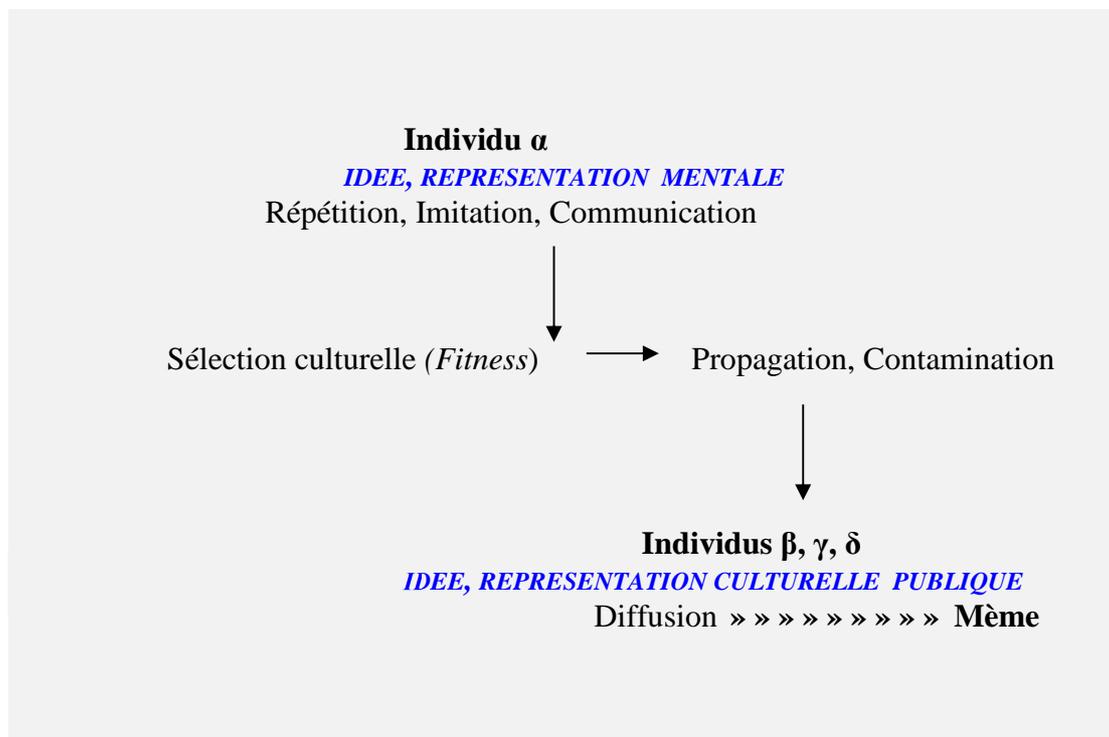
¹⁹ Id.

les conséquences d'une authentique transmission et fait fi de tout ce que la seule réplique formelle ne peut prendre en charge : l'interprétation, la connaissance, le symbolique.

II.2. L'exemplarité médiatique du Mème

Depuis notre perspective générique, qui est l'étude des mécanismes mimétiques de la communication, le Mème est un « rhizome culturel » capable de rassembler et d'essentialiser les processus majeurs qui fixent l'imitation : *la copie et la transmission* dans leurs relations contiguës tout particulièrement.

On l'aura compris : pour devenir publique, une idée migre et, ce faisant, se transforme. Cette progression peut être représentée comme suit :



EMERGENCE D'UN MEME DANS LA COMMUNICATION

On voit ici les métamorphoses auxquelles se soumettent les différentes représentations mentales avant de devenir culturelles. Et on saisit la part considérable occupée par les mécanismes processuels qui y opèrent, qui rendent plus visible la dimension circulaire des copies, des répliques et autres « contagions ». En outre, lorsque les unités d'information sont communiquées (d'un individu à un autre), elles sont cependant capturées dans les ressorts qui la propulsent, archivées en tant que traces attestant du déroulé du processus. Quoiqu'il en soit, l'efficacité de la transmission dont procède le Mème devient visible au travers des répliques plus ou moins ressemblantes qu'il donne de ces objets et supports. Il devient alors

tout à fait envisageable de considérer le Mème comme un possible opérateur systémique impliqué dans la construction des identités²⁰.

Pour caractériser le type d'interactions que le Mème est susceptible d'activer, arrêtons-nous un instant sur un objet médiatique à part : les campagnes de sensibilisation à différentes causes collectives. Directement ancrés dans la communication interpersonnelle, ces contenus semblent se placer à la frontière entre l'avertissement et la publicité (*advertising* en anglais) – c'est pourquoi ils semblent instables, fluctuants et par trop ponctuels pour marquer durablement la réception, pour indiquer quel est le degré d'imprégnation sur un groupe social. Pourtant, l'exemplarité des messages portés repose explicitement sur une dialectique pensée/discours qui est fondamentalement collective. Entre anecdotes individuelles et phénomènes de société, les idées que l'on y convoque subissent un traitement structurel tout à fait atypique. Un message de prévention ou d'alerte n'a de sens que parce qu'il déclare son intention, son objectif de sensibilisation globale, et qu'il se destine ainsi être porté, à être distribué, redistribué, communiqué, etc. Parce qu'il illustre progressivement les étapes de la « fabrique » de la sélection culturelle, il représente, à nos yeux, un échantillon de choix pour étudier la transmission des Mèmes.

Avant d'être véhiculés (par des interacteurs ou des « communicateurs »), les contenus s'édifient en messages de prévention en employant les principes et les moyens mimétiques de l'apprentissage, depuis les potentialités qu'y ouvre la copie et jusqu'aux rapports de similitude entre des idées ou des objets, de la ressemblance immédiate entre des représentations à l'analogie la plus complexe (l'allégorie). Or, l'élaboration même d'une copie ou d'une imitation est étroitement conditionnée par un fonctionnement satisfaisant de la dissémination des unités d'information en jeu.



²⁰ Dans une étude à paraître, nous utilisons la notion de Signe-trace (Galinon-Méléne) pour accompagner l'exploration du Mème dans les SIC. Nous montrons que, plus que des notions-pivots, les termes figurent deux principes de la construction de l'identité sociale à la fois incorporateurs et transitifs. Le Signe-trace, quand il s'analyse au sein d'une situation communicationnelle d'individus en co-présence, assure la médiation entre le vécu des individus (nous l'avons appelé « indice d'expérience ») et son ancrage dans la corporalité. Le Mème, lui, témoigne de la primitivité des traits culturels, cependant qu'il en expose la reproductibilité interindividuelle.



AFFICHES DE DIFFERENTES CAMPAGNES DE PREVENTION. SOURCE GOOGLE

Constitutivement, il s'agit de mettre en scène des idées et des représentations collectives. En réalité, ces représentations sont des objets de simulacres en séries, c'est-à-dire que le circuit public qu'elles intègrent *via* la diffusion médiatique est un préalable, c'est une donnée première, un champ initial qui n'exige aucune justification. La sécurité routière, le sida, le cancer du sein, les abus sur internet, les grossesses non désirées, les violences conjugales, le monoxyde de carbone, les risques solaires, le tabac, le cannabis, l'alcool, le téléphone au volant, le suicide, la pollution, l'homophobie, le piratage sur internet, les maladies professionnelles, etc. ne forment pas une chaîne thématique graduelle, mais préexistent bel et bien dans la société en tant que réalités concrètes, signalées par le caractère majoritairement dangereux qu'elles enferment et qu'elles connotent.

Le rôle attribuable au Mème est déterminant : c'est à lui que revient la mise en circulation (l'insertion dans les campagnes médiatiques) des thèmes abordés, sans quoi ceux-ci demeureraient à un niveau fixe et inactif, celui de leur seule formulation. Pour résumer, l'opérativité du Mème peut être justifiée triplement :

- il porte (au moins) une idée
- il communique les idées en tant qu'unités d'information, selon un parcours qui va de la représentation individuelle à la représentation publique
- il exige un support pour circuler de cerveau à cerveau, le véhicule requis étant ici l'élaboration de l'objet médiatique de la campagne en elle-même et sa diffusion dans les mass media.

III. L' « Informème » : une proposition épistémologique

Nous venons de voir, à la faveur des messages des campagnes de prévention, à quel point l'information est tributaire de son impérative propagation.

Partant, qu'en est-il des messages portés par les dispositifs numérisés ? On sait leur essor, mais qu'apprend-on vraiment de leur démultiplication, outre la modernité, la vitesse, la variété des sources, etc. Par leur exemplarité, leur force paradigmatique, ils influent directement sur nos réception, compréhension et assimilation des codes culturels. Qu'elle nous vienne du quotidien ou qu'elle renvoie à des savoirs savants ou institutionnels, chaque séquence culturelle dont on s'empare ainsi n'a de cesse d'évoluer sur un mode original et exclusif : elle se diffuse, se copie et transite à nouveau *via* des variantes non plus, pour le dire vite, immédiatement, d'un cerveau à l'autre, mais médiatement, d'un dispositif à l'autre.

L'analyse de la nature répliquative des interacteurs (ou véhicules) informatisés ne saurait être le terrain exclusif de la sociologie ou de l'anthropologie, à nos yeux. Les SIC, premières parmi les sciences humaines à éclairer les dynamiques instituées par les modes de communication des informations, peuvent aller plus loin, notamment en dépassant le constat

de l'homogénéisation des contenus et des connaissances²¹. Bien entendu, il est toujours pertinent d'emprunter des pistes théoriques attestées, d'interroger, par exemple, « l'opérativité symbolique d'internet » (JEANNERET), la « redocumentarisation » (PEDAUQUE), la « prédilection sémiotique », le « textiel » (SOUCHIER et al.), l'« hexis numérique » (DETREZ in GEORGES), ou le « signe trace » (GALINON-MELENEC). Mais accorder les outils existants aux postulats de la mémétique pourrait faire émerger une méthodologie authentique, apte à saisir la circulation des savoirs au cœur de ses plus intimes processus. Pour cela, il faut entendre le numérique comme un *réplicant* global, en référence aux pratiques, toujours plus innovantes, qui métamorphosent la relation entre l'homme et le dispositif.

Comme toute voie d'accès à la connaissance, le numérique instaure des techniques et des modèles destinés à se propager – nombre d'entre eux sont d'ores et déjà d'authentiques « méthodologies de la culture » (le principe collaboratif, par exemple). Mais ce mouvement n'est pas juste un rayonnement, une diffusion élargissant le champ pragmatique, il est un irradiant au fonctionnement remarquablement itératif, (par copies, par redoublements, par répétitions). Les particules informatives qu'il véhicule imprègnent tous les domaines du savoir, telles des empreintes, et ont l'imitation à la fois pour principe et pour paradigme.

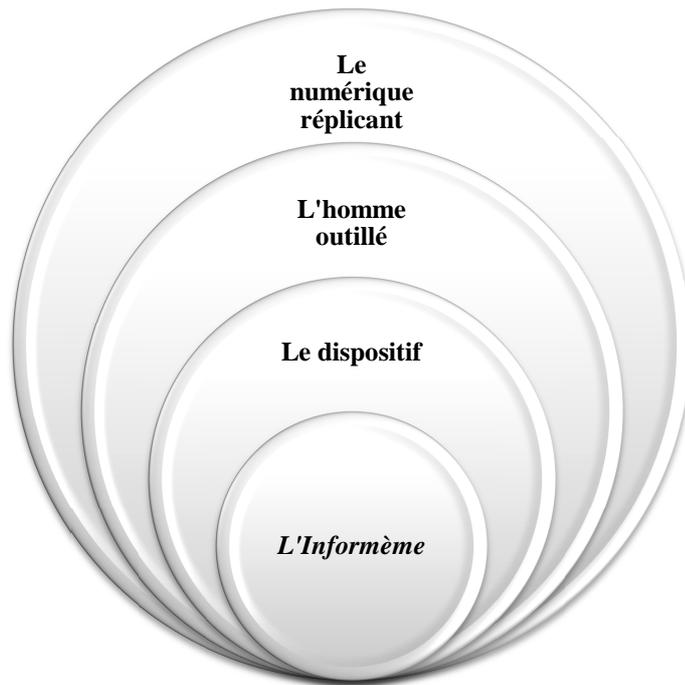
Nous proposons le terme *Informème* pour désigner *les unités de sens élémentaires, issues des pratiques numériques*. Loin de vouloir d'un néologisme de plus, le mot est calqué sur le Mème, mais il est aussi analogue à ceux utilisés par la linguistique pour caractériser les unités radicales ou les plus discrètes de la langue (lexèmes, phonèmes, morphèmes, sémèmes). Combinaison de « infor- » et de « -mème », il identifie des informations répliquées transportées d'un réplicant à l'autre (d'un véhicule à l'autre), cependant qu'il dénote les moyens de la circulation, leur nature informatisée. Ces moyens sont, bien sûr, les dispositifs (écrans, tablettes, logiciels, etc.), mais également les hommes, ces transmetteurs qui répliquent les « technologies de l'intelligence » (MACHADO DA SILVA, 2008 : 135), les diffusent et œuvrent pour la réussite de leur dissémination. L'homme représente, dans ce contexte, un véhicule doublé d'un utilisateur, souvent utilisé (par autrui), voire d'un *ouillé* quand les dispositifs sont la condition *sine qua non* des communications.

L'Informème identifie et exprime les mouvements imitationnels qui servent à la mise en relation entre les hommes et les dispositifs²². Il objectivise les unités d'information (idée, code culturel, objet, représentation, etc.) répétées, copiées, transmises vers et par les médias informatisés, dans le cadre générique d'un numérique considéré comme réplicant. L'Informème incorpore, formule l'idée ou la représentation et s'emploie surtout à la faire circuler, cependant qu'il la reproduit indéfiniment. Si on admet d'y voir un opérateur communicationnel effectif, alors on percevra la performance de sa dynamique plurielle, reposant notamment sur:

- le repérage des identités et des expériences façonnées par la transmission,
- la fixation du processus d'intériorisation qui y est perpétuellement en jeu,
- les conséquences de la sélection culturelle sur la circulation des savoirs.

²¹ Tragique pour certains, menaçante pour d'autres, on en appelle tout de même à l'uniformisation langages informatiques parce que leur standardisation garantirait un accès aux informations utile et correct, efficace et lisible, diversifié et ordonné.

²² Pour Susan Ossman, toute étude qui prendrait la mimesis pour angle d'observation se devra de fixer la « dynamique » de la relation entre modèle et copie : « L'étude de terrain nous conduit à expliciter non seulement les 'émetteurs' et les 'récepteurs' des images ou des discours qui circulent, mais aussi à comprendre à quel point ces images et ces discours n'existent que grâce aux mouvements. La mimesis, cet opérateur de la mise en relation, doit être étudié dans cette dynamique. » *Mimesis, Imiter, Représenter, Circuler, Hermès* n°22. Paris : CNRS Editions. 1998, p. 11.



L'INFORMEME, UNITE DE SENS ELEMENTAIRE DU NUMERIQUE EN TANT QUE REPLICANT

Les rapports qui gouvernent les Informèmes peuvent être appelés homogéniques²³ car, sur un plan interne, propre, ils signalent les unités d'information qu'ils reproduisent, les idées, les représentations, les pratiques ou les expériences, et sur le plan de leur transmission, ils mettent en exergue les relations, les liens, les productions connexes ou analogues (quand elles ne sont pas identiques), conditionnés par la reconnaissance unanime du groupe qu'ils occupent²⁴.

Nous consacrerons un développement spécifique à l'étude détaillée des Informèmes, à leur dynamique permettant d'identifier, d'organiser et d'objectiver les unités informatives qui circulent d'un interacteur à l'autre, aux manières dont la « contamination » mène à les reclasser en unités culturelles. Mais concluons en évoquant ce qui constituera notre point de départ : les rapports analogiques qui s'établissent, dans la communication, entre les savoirs stockés dans les cerveaux et les contenus transplantés dans les dispositifs électroniques.

La métaphore du cerveau microprocesseur postule le fonctionnement de l'ordinateur comme un cerveau²⁵, et on mentionne aujourd'hui l'existence d'un « web neuronal »²⁶, de même qu'on parle de « connexions » entre deux neurones. Inutile de chercher à savoir si le nombre de neurones logés dans le cerveau humain est ou n'est pas comparable à la quantité de processeurs contenus dans un ordinateur, pas plus qu'on ne cherchera de similarité physique entre eux (une dimension que seuls les cyborgs peut-être rêveraient d'intégrer). En revanche, les permutabilités que les termes font émerger pourraient devenir d'autant plus signifiantes

²³ Le terme est emprunté à la physiologie, où il indique qu'un être est engendré par des parents de la même espèce.

²⁴ A l'image des Mêmes.

²⁵ Hypothèse crédible au-delà de certaines réserves évidentes, comme le fait que nous ne connaissons pas le « programmeur » du cerveau humain.

²⁶ « Comme pour le développement de notre cerveau pendant l'enfance, le web ne suit pas de règle préétablie, y compris par l'ADN : les liens, comme les synapses se font et se défont au gré de leur pertinence et des apprentissages. Les liens utiles ou utilisés se renforcent, les autres disparaissent. Sur le web, une page pertinente sera bien classée par Google, et donc facilement trouvée, et donc facilement liée par un autre webmaster. Le succès attire le succès, l'échec génère l'échec. Le cerveau fonctionne aussi sur ce principe. ». Cf.

<http://www.webneuronal.com/>.

que la venue d'Internet a amené une révision de la fonction médiatrice de la technique. Si les rapprochements entre l'homme et la machine sont favorisés, c'est parce que les technologies remplissent désormais un rôle de médiation, et non plus un rôle médial²⁷, qu'elles y sont fortement intéressées, notamment en tant qu'elles portent, entre autres, le principe de la collaborativité, et qu'elles ne s'interposent plus artificiellement en appelant la fameuse séparation, autrefois vue comme immuable, entre l'esprit et le corps. Désormais, c'est l'accès à des formes de parole, si ce n'est pas à la pensée, qu'on peut reconnaître aux machines, surtout quand elles se présentent comme des interfaces : écrans, logiciels, graphismes, etc.²⁸. D'obstacle, la médiation technologique a évolué vers un statut d'intermédiaire dialogique. Pour C. Papilloud (2007), à partir de l'instant où l'utilisateur ne l'envisage plus exclusivement comme un outil, l'intercession technologique devient une part active dans les communications usuelles, telle la conversation collaborative, et y opère avec les moyens qui lui sont propres. Symptomatique de ce que l'on a pu appeler l'« anthropomorphisation »²⁹, l'intercession technologique montre l'efficacité des modèles et des modalités interactionnels. Elle ne fait pas obstacle entre l'homme et la machine, tout au contraire, elle prolonge l'écho de l'un vers l'autre. Sans abandonner sa nature d'intermédiaire, elle contribue à favoriser les reflets, les projections réciproques entre l'homme et la machine. Le cerveau et l'ordinateur déploient tous deux des univers symboliques médiés : des technologies de l'intelligence pour l'un, des technologies digitales pour l'autre.

Bibliographie

- Ayache, Gérard (2008) Homo sapiens 2.0. Introduction à une histoire naturelle de l'hyperinformation. Paris : Max Milo Editions. 256 p.
- Blackmore, Susan (2006) La théorie des mèmes. Pourquoi nous nous imitons les uns les autres. Paris : Max Milo. 415 p.
- Davallon, Jean (1999) L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symboliques. Paris : L'Harmattan. 1999. 384 p.
- Dawkins, Richard (1976, 2003) Le Gène égoïste. Paris : Odile Jacob. 459 p.
- Dortier, Jean-François (dir) (2008) Le Dictionnaire des sciences humaines. Auxerre : Sciences Humaines Editions. 829 p.
- Dula, Daiana (2013) « Tous des copieurs ? La communication électronique à l'épreuve de la mimesis », dans Zlitni, Liénard, dans La communication électronique en questions. Berne : Peter Lang. 402 p., p. 139-152.
- Galinon-Méléneq, Béatrice (2012) « Homme-trace » et « signes-traces », deux paradigmes à l'épreuve des faits. Série Handicap psychique et recrutement, tome 2, Rouen : Klog éditions, 2012, 115 p.
- Georges, Fanny, « Représentation de soi et identité numérique », *Réseaux*, n°154, La Découverte, 2009.
- Guillo, Dominique (2009) La culture, le gène et le virus. La mémétique en question. Paris : Hermann Editeurs. 125 p.

²⁷ Au sens premier du terme, « qui occupe le milieu ».

²⁸ Entendons par « parole » le terme générique pour désigner toute capacité de reformulation, plus ou moins synthétisée ou symbolisée.

²⁹ Autrement dit, « la tendance des individus à croire que les ordinateurs sont semblables aux hommes » (Nass et al., 1995). Cité par C. Papilloud, *La Société collaborative. Technologies digitales et lien social*. Paris : L'Harmattan, 2007 p. 112.

Hagège, Claude (1985) L'homme de paroles. Contribution linguistique aux sciences humaines. Paris : Fayard. 314 p.

Jeanneret, Yves (2007) Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ? Lille : Presses Universitaires du Septentrion. 200 p.

Jousse, Marcel (1974, 1975 et 1978) L'Anthropologie du Geste. Paris : Gallimard. 1006 p.

Jouxte, Pascal (2005) Comment les systèmes pondent. Une introduction à la mémétique. Paris : Le Pommier. 333 p.

Machado da Silva, Juremir (2008) Les technologies de l'imaginaire. Paris : La Table ronde. 159 p.

Papilloud, Christian (2007) La Société collaborative. Technologies digitales et lien social. Paris : L'Harmattan. 219 p.

Pedauque, Roger T (2007) La redocumentarisation du monde. Toulouse : CEPAD. 231 p.

Quéré, Louis (1982) Des miroirs équivoques. Aux origines de la communication moderne. Paris : Aubier Montaigne. 214 p.

Souchier, E., Jeanneret, Y., Le Marec J. (dirs) (2003) Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés. Paris : BPI/Centre Pompidou. 349 p.

Sfez, Lucien (1988) Critique de la communication. Paris : Seuil. 311 p.

Sperber, Dan (1996) La contagion des idées. Paris : Odile Jacob. 243 p.

Webographie

Electron libre. « Le phénomène des 'mèmes' envahit la Toile ». (14/03/2013)
<http://www.memetique.org/>
<http://www.france24.com/fr/20120317-2012-03-17-0946-wb-fr-le-net>

Biss, Bertrand. « La mémétique pour les nuls ». (10/04/2013)
<http://www.memetique.org/>
<http://www.memetique.org/2010/04/la-memetique-pour-les-nuls/#more-339>.

Jouxte, Pascal. « Mèmes internet : cherchez plus loin que la surface ! ». (23/09/2012)
www.lesechos.fr.
<http://lecercle.lesechos.fr/entreprises-marches/high-tech-medias/internet/221154744/memes-internet-cherchez-plus-loin-surface>
<http://www.webneural.com/>.

Annexes

Canal plus. Chronique de Vincent Glad. Septembre 2012



Actualités correspondant à association des amis de nicolas s



Nice-Matin

Une poupée gonflable de Sarkozy candidate à la présidence de

Brave Patrie (Satire) - il y a 2 jours

Le député-maire de Nice a profité d'une réunion de l'Association Nationale des Amis de Nicolas Sarkozy pour présenter la botte qui ...

Sarkozy, futur conférencier

Le Parisien - il y a 2 jours

Association Nationale des Amis de Nicolas Sarkozy

anans.fr/

Association Nationale des Amis de Nicolas Sarkozy : Site Officiel de l'ANANS, découvrez les news, l'actualité de **Nicolas Sarkozy** et les événements dans votre

Adhésion ANANS - ANANS en région - Contacter l'ANANS - Bureau National

EAP TWEET FAIL VIDÉO MÈME OMG FAKE

25 août 2012 - Pour une **association** sans moyens, les **Amis de Nicolas Sarkozy** la société Agence Publics, déjà chargée des grands meetings de la ...