

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

MÉMOIRE PRÉSENTÉ À
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAITRISE EN LETTRES (COMMUNICATION SOCIALE)

PAR
COLLEEN MCCOOL

RIGOLADES MÉMÉTIQUES ET PARTICIPATION POLITIQUE : MOTIVATIONS ET
PRATIQUES DE GESTION DES RESPONSABLES DE PAGES DE MÈMES

JUILLET 2022

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

Sommaire

Le mème et son créateur sont les sujets de ce mémoire. Limor Shifman définit le mème comme des « [...] informations culturelles partagées de personne à personne, devenant graduellement des phénomènes sociaux partagés » (2014, p. 18, [traduction libre]). L'étude de mème est en pleine effervescence depuis près d'une décennie (Shifman, 2014, Douglas, 2014, Penney, 2017, Lalancette, Small et Pronovost, 2019, Fitzay, 2020). Toutefois, son créateur reste méconnu. Notre étude vise à combler ce vide et s'intéresse aux créateurs de mèmes politiques qui partagent leurs créations par l'entremise de pages Facebook et Instagram.

Nous concevons la création de mèmes politiques comme une forme de participation politique, dans la lignée de la culture participative, théorisée par Jenkins (2009). Nous mobilisons également le concept d'espace d'affinités de Gee (2004), selon lequel les pages Facebook et Instagram de nos créateurs deviennent des espaces de partage et d'apprentissage. Toutefois, nous soulignons qu'en tant que principaux responsables de leurs pages, les créateurs de mèmes sont imbus de responsabilités envers leur public et leur plateforme, faisant d'eux des modérateurs.

Nous avons procédé à une série de neuf entretiens semi-dirigés avec neuf créateurs de mèmes. Notre analyse s'est faite de façon inductive à partir des transcriptions de ces entrevues. Nos résultats démontrent que les créateurs de mèmes politiques sont doublement motivés par un désir d'expression politique et humoristique. Ils sont peu influencés par leur public dans leur processus de

création. Toutefois, leurs pratiques de gestion de page sont en partie influencées par ce public et par les normes de la plateforme ou ils partagent leurs mêmes.

Table des matières

Sommaire	iii
Liste des figures	vi
Remerciements.....	viii
Introduction.....	1
Chapitre 1 : Définir le mème et identifier son créateur - une mise en contexte..	3
Les nuances du mème internet : répétition, réimagination, esthétique....	6
Mèmes et politique : un très bref historique.....	10
Revue de la littérature.....	13
Chapitre 2 : Mèmes et participation politique : conceptualisations, débats et méthodologie.....	18
La participation politique à l'ère numérique	19
Espaces en ligne : dynamiques de groupes et responsabilités	22
Méthodologie.....	25
Critères d'inclusion	26
Recrutement.....	27
Processus d'analyse	28
Chapitre 3 - La révolution se fera par les mèmes : motivations et pratiques de gestion des créateurs des pages de mèmes	29
Résumé	30
Cerner les nuances du mème.....	32
Mèmes et politique	34
Revue de la littérature.....	37
L'expression politique par les mèmes - activisme et culture participative	40
L'activisme en ligne amène aussi sa contrepartie : le <i>slacktivisme</i>...	43
Méthodologie.....	44
Critères d'inclusion	45
Recrutement.....	47
Processus d'analyse	48
Résultats	48
Portrait démographique.....	48

Motivations des créateurs	49
Le recours à l’humour : faire rire, mais aussi débattre de questions d’actualité	49
Le mème : outil de propagande pour apporter des changements politiques	52
Le mème comme contre-discours et la création de communautés de pensée	54
Engagement et interactions avec les publics : gestion des pages par des créateurs passionnés	55
Rôles des plateformes	55
Gestion – travail de care et de relations publiques	57
Processus de validation	59
Discussion	60
Limites et pistes de recherches futures	62
Chapitre 4 : Discussion	64
Motivations : faire rire, faire changer d’idée	65
Gestion de page : des rôles imposés	67
Limites de l’étude	68
Futures pistes de recherche	69
Références bibliographiques	71

Liste des figures

Figure 1 - Exemples du costume de servante écarlate utilisé comme symbole de contestation.	4
Figure 2 - Exemple de mème exprimant de la frustration envers le milieu académique, de : High Impact PHD Memes.....	5
Figure 3 - Mème qui commente la saga de Marie-Pier Morin, de : Analyses politiques complexes nuancées.....	8
Figure 4 - Mème qui utilise le même gabarit que celui à la Figure 4 pour commenter le peu de différence entre les élections canadienne de 2019 et 2021 de : Bilingual memes d'ascendance lavalloise or some shit.....	8
Figure 5 - Mème qui emploie l'esthétique du moche à l'internet - tirée de Rentschler et Thrift, 2015	10
Figure 6 - Exemple d'un mème "Pepe the Frog" partagé par Donald Trump, via son compte Twitter - tirée de de Know Your Meme.....	12
Figure 7 - Exemples des mèmes mentionnées ci haut. À partir du coin droit supérieur : Old Economy Steve, Confession Bear, Binders Full of Women et Texts from Hillary- tirée de de Know Your Meme.....	14
Figure 8 - Mème tirée de la page Bilingual memes d'ascendance lavalloise or some shit, publié le 8 juin 2022.	30
Figure 9- Exemple de mèmes. Les deux mèmes utilisent le même gabarit pour partager des messages différents.....	34
Figure 10 - Exemple d'une mème « Pepe the Frog » partagé par Donald Trump sur son compte Twitter - tiré de de Know Your Meme.....	36
Figure 11 - Exemples des mèmes mentionnés ci-haut. À partir du coin droit supérieur : Old Economy Steve, Confession Bear, Binders Full of Women et Texts from Hillary - tirés de Know Your Meme.....	38

Figure 12 - Mème tirée de la page Mémés Badement Translatés pour Felquistes Fâché.es
publié le 17 mars et mettant en scène un soldat de l'Armée républicaine irlandaise.54

Remerciements

Un mémoire ne s'écrit pas seul. Mon passage à la maîtrise m'a plutôt appris qu'il est le cumul de maintes discussions et de débats ; de lectures suggérées et de critiques constructives. Surtout, il serait impossible pour moi de soumettre ce mémoire sans le soutien continu d'un réseau de personnes spectaculaires.

Merci à ma directrice de recherche, Mireille Lalancette. Enthousiaste dès mon premier courriel, Mireille a su diriger ma curiosité vers les bonnes ressources et donner forme à mes premières idées floues. Elle a répondu à mes mille et une questions avec patience et empathie. À la maîtrise, nous apprenons le métier de chercheur et je suis fière de la chercheuse que je suis devenue sous sa direction.

Je tiens également à remercier le corps professoral du programme de communication sociale. J'aimerais surtout souligner les apports de Stéphane Perrault et Emmanuelle Caccamo, qui ont cru en moi et qui m'ont encouragé à poursuivre ma passion pour la recherche.

Merci aux membres de mon jury, Vincent Raynauld et Fenwick Mckelvey.

Merci à mes collègues de l'UQTR : Jessica, Simon, Carol-Ann, Véronique. Je suis continuellement choyé par votre amitié et votre générosité d'esprit. Merci aussi à Lily-Ann, Al-Hassania, Nikolai et Eliante.

Je veux souligner l'apport de personnes en dehors du réseau académique. Sean était toujours disponible pour discuter de mêmes et m'offrir une nouvelle perspective sur mon sujet de recherche. Nora corrige mon français depuis nos années au baccalauréat et a continué de le faire lors de mon passage à la maîtrise. Dominic m'a encouragé du Saguenay grâce à ses appels périodiques.

Merci à Jay et Fran, qui m'ont prêté leur cour arrière pour que je puisse écrire les dernières pages de ce mémoire.

Merci aux personnes qui m'ont aidé dans mon recrutement pour cette étude : Duncan, Natael et tout spécifiquement Ramy, sans qui mes données seraient beaucoup moins riches. Merci aussi aux participants.

Finalement, je tiens à remercier ma famille : Carole, Shayne et Declan. Merci de votre soutien, que ce soit dans le cadre de cette maîtrise ou dans tous les projets fous dans lesquels je me lance. Je vous aime.

Introduction

Le mème internet est omniprésent. Intrinsèquement malléable, le mème se retrouve sur une panoplie de plateformes sociales et il peut aborder tous les sujets. Il peut notamment être un outil de communication politique persuasif. Le mème est depuis quelques années le sujet de nombreuses études scientifiques. Cependant, son créateur reste méconnu. Ce mémoire, réalisé dans le cadre de la maîtrise en lettres (profil communication sociale), met en lumière les motivations et les pratiques de gestion des créateurs de mèmes politiques.

Ce mémoire est ancré dans une lignée de travaux précédents sur les mèmes politiques (notamment : Milner, 2013, Ross et Rivers, 2017, Lalancette et Small, 2020a, Fitzbay, 2020, Mortensen et Neumayer, 2021) et des quelques travaux récents s'intéressant aux créateurs de mèmes (Penney, 2017, Jensen, Neumayer et Rossi, 2020, McKelvey, DeJong et Frenzel, 2021). Nous considérons que la création de mème politiques est un acte de culture participative (Jenkins, 2009) et donc une forme de participation politique. De plus, les lieux où sont partagés, ces mèmes peuvent être considérés des espaces d'affinités, en ligne avec les travaux de James Paul Gee (2004).

Nous avons pris notre inspiration des travaux de McKelvey, Dejong et Frenzel (2021) pour cibler notre terrain d'enquête. Ce mémoire comporte donc les résultats de neuf entretiens semi-dirigés avec des responsables de pages de mèmes Facebook et Instagram. Nous avons transcrit ces entretiens et procédé à une analyse par induction à partir de ces verbatims.

Le premier chapitre de ce mémoire sert de mise en contexte. Nous définissons le thème, nous présentons un bref historique du thème politique et nous présentons une revue de la littérature à son sujet.

Notre deuxième chapitre présente les concepts clés mobilisés dans le cadre de notre recherche : la culture participative, les espaces d'affinités et la micro-célébrité.

Le troisième chapitre de ce mémoire prend la forme d'un article scientifique, qui sera prochainement soumis à la revue *Politique et Sociétés* pour publication. Nous y présentons les résultats de notre recherche. Il est à noter que le format du mémoire par article induit des redondances entre l'introduction générale de ce mémoire et l'article.

Finalement, notre quatrième chapitre sert de discussion et de conclusion.

...a recondite joke requiring familiarity with several other internet jokes in order to be even vaguely comprehensible...

Sally Rooney, *Beautiful World, Where Are You?* p. 24

Chapitre 1 : Définir le mème et identifier son créateur - une mise en contexte



Figure 1 - Exemples du costume de servante écarlate utilisé comme symbole de contestation.

La série télévisée *La Servante écarlate* prend place dans un monde où les femmes n'ont plus le contrôle de leurs capacités reproductives. Lancée en 2017, l'image de la servante écarlate fut rapidement reprise comme un symbole de résistance face à l'affaiblissement du droit à l'avortement aux États-Unis et ailleurs (Ruiz, 20171). Le costume lui-même est très vite devenu un habit de contestation (voir Figure 1). Au moment de l'invalidation de Roe contre Wade, le jugement garantissant le droit à l'avortement aux États-Unis, plusieurs ont eu recours à cette image encore une fois pour exprimer leur mécontentement. Certes, l'image est empreinte de fortes connotations politiques, mais ce qui la rend intéressante dans le cadre ce mémoire est que la figure de la servante écarlate est devenue un mème

Qu'est-ce qu'un mème ? Théorisé pour la première fois par le biologiste Richard Dawkins, le concept du mème suppose que des pratiques culturelles, vestimentaires,

religieuses et autres sont répliquées et propagées comme s'ils étaient des gènes (Shifman, 2014). Sur l'Internet, le mème règne. Images, vidéos, textes - tous les formats sont bons pour partager rapidement une pensée, une expérience, une idée. Limor Shifman, chercheuse pionnière de l'étude des mèmes internet, les considère comme des « [...] informations culturelles partagées de personne à personne, devenant graduellement des phénomènes sociaux partagés » (2014, p. 18 [traduction libre]). Le mème lui-même n'est pas intrinsèquement politique. Il peut être utilisé pour partager des expériences de vie communes, des opinions sur la culture populaire et même des frustrations envers les études supérieures. La nature malléable de celui-ci peut faire du mème un puissant outil de communication politique, comme le mème de la servante écarlate le démontre.

Young researchers
struggling to find a
stable job in their field



Academia:



Figure 2 - Exemple de mème exprimant de la frustration envers le milieu académique, de : High Impact PHD Memes

Mais qui sont les adeptes du mème politique ? Et qu'est-ce qui les motive à s'exprimer par ce format ? À l'heure actuelle, nous en savons très peu sur les créateurs de

mèmes politiques. Nous savons qu'ils peuvent influencer le discours autour de certains candidat·e·s (Ross et Rivers, 2017, Fitzbay, 2020) et qu'ils peuvent être persuasifs en contexte électoral (Penney, 2017). Nous savons que leurs motivations sont variées, et que celles-ci peuvent être apolitiques, même si le mème créé utilise un gabarit politiquement chargé (Milner, 2013, Jensen, Neumayer et Rossi, 2018). Des groupes Facebook et d'autres pages hébergées sur les réseaux sociaux deviennent des lieux de partage où il est possible de propager ses créations mémétiques auprès d'un auditoire réceptif (Penney, 2017, McKelvey, DeJong, et Frenzel, 2021).

Au Québec, nous retrouvons des dizaines de pages de mèmes commentant le fait politique. Leurs noms parfois ludiques, comme *Memes de microbrasserie*, *Mémé de Lormier* et *Québec Solidank*, soulignent l'aspect humoristique de beaucoup de mèmes. Leur contenu varie, ainsi que leur positionnement idéologique et le nombre de personnes qui suivent leur page. Les publications sont parfois en français, parfois en anglais. Ces auteurs s'expriment sur la politique québécoise, canadienne, américaine, française et sur des thèmes plus généraux, comme les droits LGBTQ, la pandémie, l'environnement. Aussi disparates soient-ils, nous avons rassemblé un échantillon de ces créateurs (n=9) et nous nous sommes entretenus avec eux·elles dans le but de mieux comprendre leurs motivations, ainsi que leurs pratiques de gestion à titre de responsables de page de mèmes. Ce mémoire présente les résultats de ces entretiens de recherche.

Les nuances du mème internet : répétition, réimagination, esthétique

Tel que mentionné ci-haut, Richard Dawkins définit le mème en 1976 comme « des unités culturelles de transmission, similaires aux gènes » (Shifman, 2014, p. 9,

[traduction libre]). En effet, selon Dawkins toute une gamme de comportements culturels, de la mode vestimentaire aux croyances religieuses, peuvent être considérés comme des mèmes. Pour sa part, Limor Shifman se base sur cette conceptualisation pour définir plus précisément les mèmes internet, en identifiant trois de leurs caractéristiques clés :

« a.) Les mèmes sont un groupe d'unités numériques partageant des caractéristiques communes quant au contenu, la forme et la posture; b) Les mèmes individuels sont créés avec conscience des itérations préalables; c) Les mèmes sont circulés, imités, ou transformés via l'internet par plusieurs utilisateurs. » (Shifman, 2014, P. 41 [traduction libre]).

Cette définition s'avère utile, car elle nous pousse à envisager un seul mème comme un corpus composé d'innombrables itérations et réimaginations. Un même mème peut compter des formats variés - vidéo, photo, par exemple - et peut se retrouver sur plusieurs plateformes en même temps. Un mème peut d'ailleurs être utilisé pour exprimer des idées différentes, comme c'est le cas aux Figures 4 et 5 où il est question de Marie-Pier Morin (fig. 4) et des élections canadiennes de 2019 et 2021 (fig. 5). Dans la lignée des travaux de Shifman (2014), nous pouvons donc envisager le mème comme: un contenu numérique malléable, disponible dans une variété de formats et présent sur de multiples plateformes, nécessitant la modification et le partage de l'utilisateur pour demeurer pertinent.



Figure 3 - Mème qui commente la saga de Marie-Pier Morin, de : *Analyses politiques complexes nuancées*



Figure 4 - Mème qui utilise le même gabarit que celui à la Figure 4 pour commenter le peu de différence entre les élections canadienne de 2019 et 2021 de : *Bilingual memes d'ascendance lavaloise or some shit*

Notons que Shifman différencie le contenu viral du contenu mémétique. Alors qu'un contenu viral est vastement partagé sur la toile, celui-ci est rarement modifié. Elle

donne l'exemple de la vidéo *Kony 2012*¹. Si celle-ci fut hautement partagée, peu d'internautes se sont réapproprié son contenu pour créer leur propre version de la vidéo (Shifman, 2014). La qualité professionnelle du documentaire, ainsi que sa durée d'une trentaine de minutes, ont rendu la modification de son contenu plus complexe et donc moins attrayante aux créateurs de mèmes. À titre comparatif, créer un mème ne prend que quelques minutes d'effort. La réappropriation et la modification d'un contenu numérique sont donc des éléments clés qui servent à différencier le mème d'un contenu viral. Shifman nous invite donc à considérer un mème comme un corpus d'images réappropriées.

Or, si cette définition explique bien le fonctionnement des mèmes, l'internaute expérimenté aura noté le *look* bien particulier de ceux-ci. Nommé *Internet Ugly*, ou le moche à l'internet, par le chercheur Nick Douglas, l'esthétique du mème célèbre un contenu laid et brouillon (Douglas, 2014, p. 314 [traduction libre]). Cette laideur est dérivée de la nécessité de créer son mème rapidement pour être en mesure de participer à des phénomènes limités dans le temps, comme une discussion en forum ou une mode mémétique. Dans de telles situations, le créateur de mème doit agir rapidement et ne peut donc pas s'attarder à rendre jolie sa création (Douglas, 2014). Ces circonstances ont éventuellement consolidé cet esthétique non-finie comme étant un élément clé du mème.

¹ Campagne virale centré sur une vidéo visant à mettre en lumière les crimes du chef de guerre ougandais, Joseph Kony. Voir : <https://knowyourmeme.com/memes/events/kony-2012>



Figure 5 - Mème qui emploie l'esthétique du moche à l'internet - tirée de Rentschler et Thrift, 2015

Nuançons ce propos. L'esthétique du moche à l'internet pourrait être qualifiée de posture. En créant un mème visiblement laid et fait à la va-vite, le créateur s'associe à une posture qui rejette l'aspect professionnel du contenu en ligne. En contrepartie, la meilleure façon de s'exposer en tant que 'faux' créateur de mème est de créer un produit trop léché (Douglas, 2014). Un mème peut donc s'approprier le courant esthétique du moche à l'internet, même s'il est le fruit d'un effort considérable. À cet égard, Lalancette et Small (2020) soulèvent que les mèmes « homemade » ou faits à la main, ne peuvent pas être considéré comme du slacktivisme,² considérants l'effort de création qu'ils demandent (Lalancette et Small, 2020, p. 314). Plutôt, en adoptant cette approche esthétique, les créateurs de mèmes parviennent à communiquer une sorte d'authenticité à leur public (Abidin, 2018, Marwick et boyd, 2010).

Mèmes et politique : un très bref historique

Les mèmes internet émergent vers la fin du 20^e siècle et le début du 21^e. D’abord publiés principalement sur des forums comme *4chan* et *SomethingAwful*², les mèmes internet sont initialement associés au trolling³ (Phillips, 2015). Or, pendant cette période, la création de mèmes est limitée par des barrières technologiques : ce ne sont pas tous les internautes qui ont accès à des logiciels comme Photoshop, ni les connaissances nécessaires pour manipuler les images. L’apparition des générateurs de mèmes en ligne vers 2009 amène avec elle une adoption massive du même internet par la culture dominante (Douglas, 2014, Phillips, 2015). Tous les sujets sont bons pour un mème - incluant la politique. Les politiciens de l’époque, comme Barack Obama et Mitt Romney, deviennent le sujet de mèmes populaires (Shifman, 2014, Rentschler et Thrift, 2015). Des événements politiques inspirent à leur tour des mèmes, comme ce fut le cas du mème Pepper Spray Cop⁴, émergeant lors des démonstrations Occupy Wall Street en 2011 (Milner, 2013).

D’ailleurs, le mème peut être utilisé comme un outil de mobilisation. Un exemple notable est l’émergence de l’*Alt-Right*, ou la droite alternative en 2016 (Pollard, 2018, Glitsos et Hall, 2019, Hagen 2022). L’*Alt-Right* se fait connaître pour son soutien de Donald Trump à la présidence américaine, ses positions d’extrême droite, notamment quant à la diversité ethnique et le féminisme, et son utilisation de mèmes (Hawley, 2017). Au sein du mouvement, les mèmes ont plusieurs fonctions: ils peuvent agir à titre d’outil rhétorique ou même en tant que moyen de mobilisation et recrutement (Zhang et Davis,

² Site de partage d’images, populaires au début des années 2000.

³ Mauvais comportement en ligne, dont le but est de susciter de fortes réactions.

⁴ Mème dans lequel un policier pulvérise des manifestants avec du vaporisateur au poivre.

2022). Le même *Pepe the Frog* est d'ailleurs adopté par le mouvement et devient un de ses symboles. Il est repris par Trump (Figure 3) dans le but d'interpeller ses partisans (Glistos et Hall, 2019).



Figure 6 - Exemple d'un mème "Pepe the Frog" partagé par Donald Trump, via son compte Twitter - tirée de de *Know Your Meme*

Cette exploitation du mème à des fins politiques ne se limite pas à la droite de l'échiquier. Parallèlement à la montée de l'Alt-Right, les mèmes ont d'ailleurs joué un rôle clé dans la campagne à l'investiture démocrate de Bernie Sanders. Notamment, le groupe Facebook *Bernie Sanders' Dank Meme Stash* fut un lieu de rassemblement numérique pour ses partisans (Penney, 2017). Si cette page fut un atout important à la campagne de Sanders, le comportement de certains de ses membres a pu par moments être un détriment à celle-ci (Penney, 2017). Malgré des éléments moins savoureux, le succès du groupe *Bernie Sanders' Dank Meme Stash* a inspiré des imitateurs qui ont émergé un peu partout dans le monde. Au Canada, par exemple, le groupe *NDP Dank Meme Stash*

est un lieu où des partisans du Nouveau Parti démocratique peuvent partager des mèmes sur la politique canadienne et de gauche plus généralement (McKelvey, DeJong, et Frenzel, 2021). La page *The National Meme Board of Canada* est un autre lieu où sont partagés des mèmes sur le contexte politique canadien (McKelvey, DeJong, et Frenzel, 2021).

Dans ce même sens, nous retrouvons au Québec des pages comme *Québec Solidank* et *Horacio, notre héros* qui commentent la politique canadienne et québécoise par leurs mèmes. Ce sont ces pages québécoises qui sont l'étude dans ce mémoire. Au cœur de cet article se retrouvent deux questions clés : qu'est-ce qui motive les créateurs de mèmes politiques à s'approprier ce format étonnant pour critiquer et commenter la politique canadienne et québécoise? Et comment les interactions des créateurs avec les membres de leur communauté influencent-elles leur processus de création de mèmes?

Revue de la littérature

Passons brièvement en revue quelques-unes des études sur les mèmes publiés dans les dernières années. Notons que nous priorisons des études qui se sont intéressées au même politique. Ceci étant dit, selon la conceptualisation de Shifman, un seul mème peut composer, par ses maintes variations, un corpus d'étude à lui tout seul. Dans ce sens, nous retrouvons différentes analyses de contenu axées sur un mème en particulier (Figure 4), comme *Old Economy Steve*, *#OkBoomer*, *Confession Bear* (Carter, 2021, Zeng et Abidin, 2021, Vickery, 2013). Certains ont d'ailleurs porté ce regard à des corpus de mèmes plus explicitement politiques, comme le mème *Binders Full of Women*, qui met en scène les propos de Mitt Romney, ou le mème *Texts From Hillary*, qui met en scène l'image de la

politicienne américaine (Renshcleter et Thrift, 2015, Gilson, 2015, Glitsos et Hall, 2019, Milner, 2013).

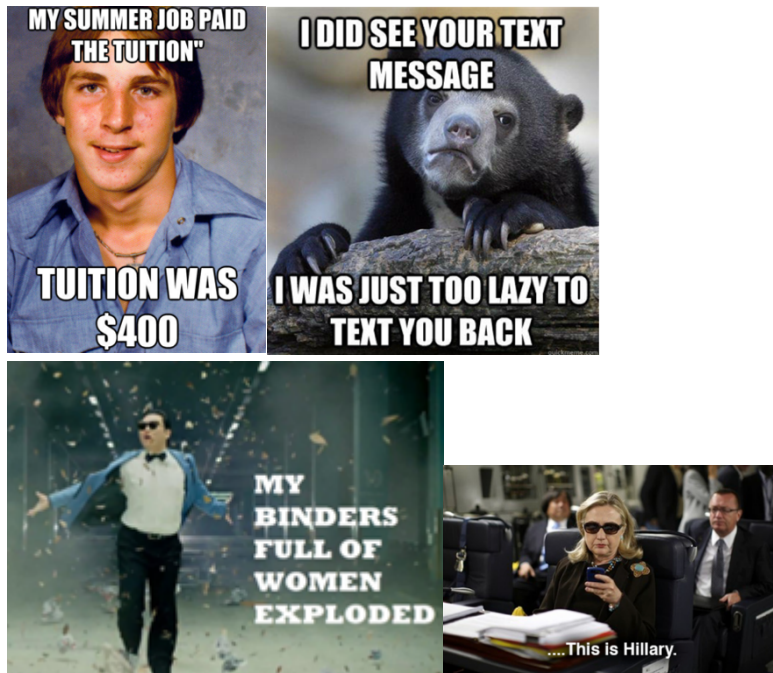


Figure 7 - Exemples des mèmes mentionnées ci haut. À partir du coin droit supérieur : Old Economy Steve, Confession Bear, Binders Full of Women et Texts from Hillary- tirés de de *Know Your Meme*

Pour leur part, les mèmes de leadership mettent en scène un politicien ou une figure politique. Ces mèmes traitent de la personnalité et des actions politiques de leur sujet, et des messages présentés quant à eux sous forme de mème (Lalancette et Small, 2020a, p. 310-11). Plusieurs politiciens sont le sujet de ce type d'études, dont Hillary Clinton (Nee et De Maio, 2019), Angela Merkel (Johann et Bulow, 2019), Justin Trudeau (Lalancette et Small, 2020a), ou Narendra Modi (Chatterjee, 2020), parmi tant d'autres (Bebić et Volarevic 2018, Stassen et Bates, 2020, Lalancette, Small et Pronovost, 2019, Lalancette et Small, 2020b).

Cependant, les créateurs de mèmes politiques ne limitent pas à aborder les politiciens et leurs propos. Par exemple, le mème a été utilisé au sein de mouvements de contestation populaire, comme en Hongrie et au Brésil (Luckas, 2021, Stalcup, 2016). Tel que mentionné ci-haut, le mème peut aussi être exploité par des utilisateurs souhaitant recruter de nouveaux membres, notamment au sein des espaces de suprématie blanche (Askinus et Keller, 2021). Selon Mortensen et Neumayer (2021), ceci est en partie possible parce que les mèmes sont empreints d'un aspect ludique (*playfulness*) qui leur permet de réimaginer les frontières entre « nous » et « eux ». Notons que ce côté ludique des mèmes n'est pas toujours effectif : Seiffert-Brockmann et al. (2018) souligne l'importance du temps perdu dans le processus de création et de propagation. Néanmoins, nous pouvons penser que l'aspect ludique des mèmes leur octroie un puissant potentiel en tant qu'outils de communication politique.

Un exemple? Le rôle que les mèmes jouent en campagne électorale. Plusieurs études ont démontré que les mèmes électoraux servent à établir ou renforcer les narratifs autour de différents candidats (Ross et Rivers, 2017, Pidkutmukha et Kiss, 2020, Fitzbay, 2020, McLoughlin et Southern, 2021). Si l'humour utilisé dans ces mèmes est généralement moqueur (Pidkutmukha et Kiss, 2020), nous pouvons tout de même noter des exemples de mèmes électoraux positifs à l'égard de leur sujet. Bernie Sanders est d'ailleurs un cas d'exemple (Penney, 2017). Au Canada, les politiciens Justin Trudeau et Jagmeet Singh ont bénéficié d'un traitement similaire (Lalancette et Small, 2020a, Fitzbay, 2020). Il est pertinent de noter que la véracité des informations partagées par le mème peut être douteuse; le mème est d'ailleurs un bon outil pour partager de la

mésinformation (Lynch, 2022). Néanmoins, il reste que plusieurs créateurs de mèmes politiques démontrent une bonne compréhension du sujet dans leur contenu (Lalancette, Small et Pronovost, 2019).

Qu'en est-il des créateurs? Si l'étude du mème lui-même est en plein essor, celle des créateurs de mèmes est moins développée. Ceci peut être en partie attribué à la nature anonyme de la majorité des créateurs de mèmes. Malgré cette difficulté, quelques études clés ont émergé au courant des dernières années, nous offrant un aperçu des motivations de ces créateurs. Dans leur étude du *Brussels Cat Meme*⁵, Jensen, Neumayer et Rossi (2018) se sont entretenus avec des créateurs de mèmes qui ont publié leurs versions du mème sur Twitter lors de son pic de popularité. Ces personnes avaient différentes motivations pour se lancer dans cette mode de création, dont certaines étaient explicitement politiques, alors que d'autres souhaitaient simplement profiter de la prédominance du mème sur la plateforme (Jensen, Neumayer et Rossi, 2018). Au Canada, McKelvey, DeJong et Frenzel (2021) ont interpellé des responsables de pages de mèmes canadiennes à la suite des élections fédérales de 2019. Ils ont conclu que ces pages hautement partisans cultivent des identités politiques fortes. Ces espaces de partage de mèmes deviennent des communautés politiques, au sein desquelles ses membres peuvent réagir face à l'actualité, élaborer et renforcer des normes de comportement partisan (McKelvey, DeJong et Frenzel, 2021, p. 9).

⁵ Le *Brussels Cat Meme* émerge en 2015, lorsque la ville de Bruxelles est sous confinement, alors que la police tente d'appréhender des terroristes. Ceux-ci demandent aux citoyens de ne pas partager des informations sur la situation via les réseaux sociaux. En réponse, les internautes inondent le *#brusselslockdown* avec des photos de chats.

Malgré ces progrès, le créateur de mèmes reste méconnu. En vue de mieux comprendre ses motivations et ses interactions avec son public, nous posons les deux questions suivantes:

QR1 : Qu'est-ce qui motive les responsables de pages et de groupes de mèmes politiques à interagir avec l'actualité ou le débat politique par la création et curation de mèmes ?

QR2 : Comment les interactions entre les responsables de pages et leur public influencent les mèmes qui sont créés et partagés au sein d'une page ?

En poursuivant ces questionnements, nous souhaitons en apprendre plus sur les motivations des créateurs de mèmes politiques, ainsi que l'impact de leurs responsabilités de gestion sur leur processus créatif. Dans le prochain chapitre, nous élaborerons les concepts clés que nous avons mobilisés dans le cadre de mémoire et nous présenterons en détail la méthodologie employée.

*Memes are the media through which we test and iterate
and envision and contest the type of society we want to live
in.*

An Xiao Mina, *Memes to Movements*, p. 190

**Chapitre 2 : Mèmes et participation politique : conceptualisations, débats et
méthodologie**

La participation politique à l'ère numérique

La participation politique est en crise. La participation politique va très bien. Quelle affirmation est vraie ? La réponse peut varier. Depuis de nombreuses années, la diminution du taux de vote, surtout chez les jeunes, est devenue une source d'inquiétude (Dostie-Goulet et Guay, 2014, Sloam, 2014). D'autres actes de participation, comme l'adhésion à un parti politique, sont également en déclin (Boulianne, et Theocharis, 2020). En contrepartie, différents chercheurs ont souligné que ces tendances ne relèvent pas d'une antipathie totale, mais plutôt d'une approche différente à la participation politique (Dalton, 2009, Bennett et Segerberg, 2012, Wray-Lake, 2019). Bénévolat, signature de pétitions, boycottage et *buycottage* : voilà quelques-unes des formes de participation alternatives qu'ils mettent en valeur. L'arrivée des réseaux sociaux et du Web 2.0 a d'autant plus permis l'expansion de ces formes de participation (Bennett et Segerberg, 2012). C'est dans un tel contexte que nous considérons juste de nommer, à son tour, le même comme forme de participation politique.

Cette reconsidération de la participation politique s'inscrit elle-même dans un contexte plus large. Différentes crises politiques et économiques ont suscité un désillusionnement envers des acteurs institutionnels, tels les politiciens ou les institutions économiques (Bennett et Segerberg, 2012, Sloam, 2014). Parmi ces changements, le déclin de la vie communautaire (Putnam, 2000) entraîne une approche politique plus individualiste. Ceci se traduit par des revendications politiques axées sur l'identité et ses griefs personnels. Chez les jeunes, nous observons donc d'importantes mobilisations politiques centrées autour d'enjeux particuliers, comme *March for Our Lives*, *Black Lives*

Matter et la grève étudiante québécoise de 2012 (Wray-Lake, 2019, Lalancette, Raynauld, et Tourigny-Koné, 2021). Au moment même où nous écrivons ces lignes, des milliers de personnes manifestent dans les rues suite à l'invalidation de *Roe v. Wade* et du droit à l'avortement aux États-Unis (Marin, 2022).

Cette désillusion envers le pouvoir institutionnel mène par ailleurs à l'établissement de nouveaux réseaux d'actions plus fluides, et généralement soutenus par les technologies du Web 2.0 (Bennett et Segerberg, 2012). Au sein de ces réseaux, le même est utilisé comme un outil rhétorique (Richardson et Ragland, 2018, Hinzo et Schofield Clark, 2019), mobilisateur (Mayes et Center, 2022), et même comme moyen de divertissement (McKelvey, DeJong et Frenzel, 2021). Plusieurs des causes soutenues par le Web 2.0 (*We Are the 99%*, *Black Lives Matter*, etc.) ont suscités le partage de hashtags et des selfies de façon mémétique, créant un sentiment de co-présence parmi leurs adhérents (Shifman, 2014, Mina, 2019). Cette utilisation inclusive et collaborative des réseaux sociaux s'inscrit d'ailleurs dans une logique de culture participative.

Définie par Jenkins, la culture participative est « une culture ayant de faibles barrières d'entrée à l'expression artistique et l'engagement civique [...] » (Jenkins, 2009, p. 5, [traduction libre]). Un même est facile à créer, surtout depuis l'arrivée de générateurs de mèmes en ligne vers 2009 (Phillips, 2015) et peut toucher sur n'importe quel sujet, incluant la politique. En effet, dans une optique de culture participative, les mèmes politiques deviennent un outil de participation accessible et divertissant (Lalancette et Small, 2020a, p. 308). D'autant plus, la culture participative peut être considérée comme collaborative. Jenkins l'approche d'ailleurs comme une communauté d'entraide et

d'apprentissage. Il envisage la culture participative comme un système par lequel les internautes absorbent et s'adapte aux changements technologiques (Jenkins, 2009). Au sein d'un tel système collaboratif, les mèmes surgissent et persistent en raison des interactions dynamiques des membres de la communauté (Wiggins et Bowers, 2015).

Certes, cette vision de la participation politique n'est pas sans ses critiques. Pour certains, des gestes comme la création et le partage de mèmes relèvent du domaine du *slacktivisme*. Portemanteau des mots slacker et activiste, le *slacktivisme* englobe des actions à faibles coûts et faibles efforts (Schumann et Klein, 2015), qui sont souvent symboliques et perçues comme ayant un faible effet pratique (Kligler-Vilenchik et Thorson, 2016). Aussi appelé clicktivism, le *slacktivisme* est accusé d'être une action collective, influencée par un réseau. Autrement dit, le slacktivist agit dans un désir de bien-être, conscient qu'il est observé (Morozov, 2011). Selon une telle perspective, le partage ou la création de mèmes ne serait pas un acte de participation politique, mais plutôt une divertissante distraction (Gladwell, 2010, Morozov, 2011).

Toutefois, plusieurs recherches réfutent cette vision cynique de la participation en ligne. Des espaces numériques rendent plus accessible la participation politique, notamment chez les jeunes qui y ont recours plus systématiquement (Bossi et al., 2022, Kwak et al., 2006, Theben et al., 2018). L'interaction avec un contenu politique en ligne peut même pousser certains à prendre des actions hors ligne (Duguay, 2020). Conformément au concept de la culture participative, ces espaces accessibles deviennent donc des lieux d'apprentissages politiques importants (Jenkins, 2009). Dans plusieurs cas, nous faisons face à un modèle hybride où les réseaux sociaux et les technologies

numériques servent comme lieu de partage d'information et de mobilisation, menant à des actions politiques hors ligne (Sloam, 2014). Même hors ligne, le recours à des tactiques dites slacktivistes peut avoir un impact. Pensons au port de t-shirts à slogans comme *I can't breathe* dans le cadre du mouvement *Black Lives Matter* (Richardson et Ragland, 2018). En ce sens, nous estimons que des actions politiques à faibles coûts et faibles efforts, incluant la création de mèmes, méritent tout de même d'être considérés comme une forme de participation légitime et étudiées conséquence.

Espaces en ligne : dynamiques de groupes et responsabilités

L'espace d'affinités est un concept complémentaire à celui de la culture participative. Défini par James Paul Gee, un espace d'affinité est un lieu de partage, généralement en ligne, où des personnes se rassemblent selon leurs intérêts ou leurs objectifs communs (2004). Spécifions que dans cette définition, le mot espace porte une signification particulière. Un espace rassemble plusieurs éléments : du contenu (dans le cadre de cette étude: des mèmes), un générateur (le créateur de mème), une structure organisationnelle pour assurer le partage de contenu et l'interactivité des membres de l'espace, ainsi qu'un portail par lequel les membres accèdent à l'espace (page Facebook ou Instagram) (Gee, 2004). Au sein d'un espace d'affinités, le principal point rassembleur sont les intérêts communs, bien avant tout autre marqueur identitaire. Ces intérêts sont variés - nous pouvons penser aux communautés d'adeptes qui se rassemblent en ligne pour discuter de leur série télévisée préférée et partager des créations qui en sont inspirées (Jenkins, 2009). Pensons aussi aux communautés qui se rassemblent autour d'un leader ou d'une opinion politique (Penney, 2017). Là où le concept d'espace d'affinités rejoint

celui de la culture participative est du point de vue des interactions. L'espace d'affinités rassemble des membres avec différents niveaux d'expertise et encourage la collaboration et l'apprentissage (Knobel et Lankshear, 2007).

Or, si nous pouvons concevoir les pages sur lesquelles nos créateurs partagent leurs mèmes comme des sortes d'espaces d'affinités, il est important de noter que la conceptualisation de Gee ne prend pas en compte toutes les dynamiques au sein d'un tel espace. Notamment, il conçoit l'espace d'affinité comme un lieu d'apprentissage ouvert à tous. Ce faisant, il néglige de prendre en considération les codes de conduite intrinsèques gouvernant un espace donné. Dans son article sur les différents adeptes des *LOLCats*⁶, Kate M. Miltner relève que la perception qu'un utilisateur est un vrai membre d'un de ces groupes dédiés à ce mème réside dans leur compréhension de la grammaire unique de celui-ci. Un individu qui reproduit mal la grammaire des *LOLCats* s'expose donc en tant qu'étranger au sein de ces espaces (Miltner, 2014). Pareillement, Gee suggère que les marqueurs identitaires externes à l'espace d'affinité impactent peu les interactions au sein d'un tel espace, soulignant entre autres le recours à l'anonymat (Gee, 2004, p. 77). Cependant, depuis la publication de ces écrits (et même avant, dans certains cas), des chercheurs ont démontré que cette vision égalitaire de l'internet ne tient pas la route. À preuve, ils évoquent les violences vécues par des femmes et les personnes racisées au sein de ces espaces soi-disant anonymes (Nakamura, 2002, Kate M. Miltner 2014; Whitney

⁶ Les mèmes LOLCats mettent en scène des photos de chats sur lesquelles est surimposé un texte en macros. Ces textes utilisent généralement une grammaire particulière à ce mème.

Phillips 2015, Banet-Weiser et Miltner, 2015). Autrement dit, les dynamiques sociales peuvent se reproduire en ligne.

Un autre élément à prendre en considération est la plateforme elle-même. Dans *The Platform Society*, van Dijck, Poell et de Waal affirment que les plateformes sociales font plus qu'imiter les structures sociales au sein desquelles nous vivons – elles les façonnent aussi (P. 2, 2019). Selon eux, une plateforme en ligne comme Facebook ou Instagram est : « une architecture digitale programmable, conçue dans l'objectif de coordonner des interactions entre utilisateurs – incluant des interactions entre corporation et clients potentiels » (van Dijck, Poell et de Waal, P. 6, 2019, [Traduction libre]). Dit autrement, ce ne sont pas toutes les interactions qui sont aussi organiques qu'elles le paraissent. De plus, le recours à une plateforme pour partager ses mêmes implique le respect de ses règles préétablies (Seering et al., 2019, Grimmelmann, 2015). Prenant en considération ces différents facteurs, nous pouvons conclure que la gestion d'une page de mêmes politiques entraîne avec elles des défis propres à l'ère numérique,

Pour mieux comprendre ces défis, nous pouvons nous tourner vers la littérature sur les modérateurs des espaces en ligne. Qu'est-ce qu'un modérateur? Généralement, il s'agit d'un membre bénévole d'une communauté en ligne responsable d'assurer le respect des règles de ladite communauté. En raison de ce statut élevé parmi ces pairs, le modérateur s'assure également de faire le lien avec la plateforme, notamment en assurant que ses règles globales soient aussi respectées (Matias, 2016). En tant que membres fondateurs de leurs pages, ainsi que principaux générateurs de contenus, les créateurs de mêmes à l'étude occupent la fonction de modérateur par défaut. En effet, selon

Grimmelmann (2015), des pratiques de modération sont nécessaires pour assurer la vitalité d'une communauté numérique saine. Or, elles peuvent être un lourd fardeau pour ceux qui doivent les appliquer (Mathias, 2016). Ceci est d'autant plus vrai au sein de petites communautés, où le travail de modération est fait de façon manuelle (réponses aux messages, exclusion d'un membre de la page, etc.) (Dineva et Breitsohl, 2022, Gillespie, 2018).

En somme, nous pouvons constater plusieurs pressions liées à la gestion d'une page de mèmes. Si ces pages peuvent servir d'espaces d'affinités, ceci n'empêche pas nécessairement la reproduction de comportements violents, notamment à l'égard des femmes et des personnes racisées. La responsabilité de protéger ces personnes revient souvent au modérateur, dont l'intervention est observée et potentiellement critiquée par les autres membres du groupe (Seering et al., 2019). De plus, les créateurs de mèmes doivent composer avec l'énorme influence des plateformes, qui jouent un rôle clé dans la portée de leurs publications (van Dijck, Poell et de Waal, 2019). Par ailleurs, ils doivent s'assurer du respect des règles globales de la plateforme sur lesquelles ils partagent leurs mèmes, au risque de potentiellement perdre leur page (Matias, 2016). À la lumière de ces informations, il nous semble clair que le fait de gérer une page de mèmes entraîne d'importantes responsabilités.

Méthodologie

Afin de répondre à nos questions de recherche, nous avons opté pour l'entretien de recherche semi-dirigé. Défini comme une méthode dans laquelle « le chercheur amène le répondant à communiquer des informations nombreuses, détaillées et de qualités sur les

sujets liés à la recherche » (Romelaer, 2005, p. 104), l'entretien semi-dirigé est par sa nature flexible. Structurées par un guide d'entretien qui nous a servi comme un point de départ (Gaudet et Robert, 2018, p. 100), nos entrevues ont bénéficié de la nature souple de cette méthode, tant au niveau individuel qu'au fil des entrevues (Haenssger, 2019). Grâce à ces entrevues, nous avons pu développer un corpus riche de données qualitatives sur lesquelles nous nous sommes basées pour répondre à nos questions de recherche.

Pour amasser ce corpus, nous avons procédé à l'élaboration des critères d'inclusion pour construire un échantillon préliminaire de pages de mèmes. Les administrateurs de ces pages ont été contactés par messagerie avec une invitation de participer à l'étude. Un total de neuf entretiens ont eu lieu sur ZOOM à la suite de ce processus de recrutement. Les entretiens ont généralement duré de 45 à 60 minutes et ont été enregistrés. À partir des enregistrements de ces entrevues, nous avons créé des verbatims qui ont servi à notre analyse. Dans les prochaines lignes, nous discuterons de nos critères d'inclusion, de notre recrutement et de notre processus d'analyse.

Critères d'inclusion

Notre échantillon préliminaire de pages de mèmes à contacter comptait plus de 50 pages. Nous avons identifié ces pages selon les critères suivants : elles devaient être hébergées sur Facebook ou Instagram, avoir un minimum de 1000 mentions j'aime et elles devaient partager un contenu politique.

Nous nous sommes intéressés aux pages sur Facebook et Instagram pour deux raisons principales. Premièrement, il existe un grand nombre de pages de mèmes qui répondent à nos autres critères de sélection sur ces plateformes. Deuxièmement, les pages

sur Facebook et Instagram sont similaires du point de vue de leur fonctionnement. Nous avons donc jugé que les différences entre ces plateformes ne seraient pas assez grandes pour poser un problème. Nous avons également choisi d'établir un nombre minimum de mentions j'aime au sein de notre échantillon pour assurer un niveau d'interactivité pertinent. Ceci a permis des réponses riches quant aux pratiques de gestion des créateurs.

Finalement, nous avons ciblé des pages partageant un contenu politique, incluant dans notre échantillon des pages avec des thèmes purement politiques, ainsi que des pages avec une mixité de thèmes (politique et autres sujets). Précisons notre utilisation du terme politique dans le cadre de l'élaboration de notre échantillon. Parmi les pages incluses dans celui-ci, rares sont celles qui se limitent à commenter seulement la joute politique de l'Assemblée nationale ou de la Chambre des communes. Le contenu mémétique de ces pages porte plutôt sur la politique au sens large. Des thèmes aussi variés que l'indépendance du Québec, les droits LGBTQ+, ainsi que les luttes environnementales et anticapitalistes sont abordées parmi les pages à l'étude. Un tel contenu est d'ailleurs réfectif des pratiques politiques alternatives mentionnées ci-haut. Dans ce sens, nous avons jugé l'inclusion des pages dédiées à ces thèmes plus que pertinents.

Recrutement

Notre recrutement pour l'étude s'est fait entre novembre 2021 et février 2022, à la suite de la réception de notre certificat d'éthique⁷. Nous avons principalement passé par les messageries des pages de thèmes pour contacter des potentiels participants. Pour

⁷ CER-21-280.07.18

établir ce premier contact, nous avons utilisé notre compte personnel, sur lequel notre affiliation auprès de l'Université du Québec à Trois-Rivières était clairement démarquée. Nous avons aussi bénéficié de l'aide de certains de nos participants pour identifier et contacter des mèmes non inclus dans notre échantillon préliminaire. Plus tard dans le processus de recrutement, alors que notre nombre total d'entrevues n'était pas encore satisfaisant, nous nous sommes appuyés sur l'aide de notre réseau, contactant des personnes dont nous savions être impliqués de près ou de loin dans la gestion de certains pages. Nous avons finalement réalisé neuf entrevues avec neuf individus.

Thèmes du questionnaire

Notre questionnaire fut divisé en trois sections, correspondant à trois thèmes généraux. D'abord, nous nous sommes intéressés aux motivations et pratiques de création des participants à l'étude. Dans la deuxième section, nous leurs avons interpellés plus précisément sur leurs pratiques de gestion. Nous avons aussi posé des questions sur leurs interactions avec leur public dans cette section-ci, et l'impact potentiel sur leur création de mèmes. Finalement, notre troisième section fut composée de questions sur le thème du politique et de son impact sur les mèmes créés par les participants.

Processus d'analyse

Nous avons d'abord effectué un processus de transcriptions de nos entrevues. Une fois ce processus terminé, nous avons procédé à une première lecture de notre corpus. Pour effectuer ce travail, nous avons eu recours au logiciels Microsoft Word et Excel. Lors de cette lecture, nous avons procédé par induction, selon les principes de la

méthodologie de la théorisation enracinée, et nous avons identifié et classés différents segments des entrevues selon de thèmes variés. Cet exercice nous a permis d'identifier les sujets récurrents qui sont ressortis de nos entretiens. Par la suite, nous avons classé ces segments une deuxième fois sous deux larges catégories : motivation et gestion. Ce classement fut effectué pour mieux répondre à nos questions de recherche. Une fois classés selon ces thèmes, nous avons identifié des sous-thèmes pour chacune de ces catégories. En ligne avec les écrits de Jason Luckerhoff et François Guillemette sur la méthodologie de la théorisation enracinée, nous avons maintenu un journal de bord tout au long du processus (Luckerhoff et Guillemette, 2012). Nous discuterons des résultats obtenus suite à ce processus dans notre prochain chapitre.

Chapitre 3 - La révolution se fera par les mèmes : motivations et pratiques de gestion des créateurs des pages de mèmes

La révolution se fera par les mêmes : motivations et pratiques de gestion des créateurs des pages de mèmes⁸⁹

Résumé

Cet article met en lumière les motivations et les pratiques de gestion des responsables de pages de mèmes politiques. À partir de neuf entretiens semi-dirigés, nous avons relevé ce qui leur pousse à s'exprimer politiquement par le mème, ainsi que l'impact des rétroactions de leur public sur leur processus de création. Nos résultats montrent qu'ils sont motivés par un double désir d'expression politique et humoristique et que certains pensent créer du changement politique par leurs mèmes. Les rétroactions de leur public ont peu d'impact sur les mèmes qu'ils publient. Cependant, les règles de la plateforme sur laquelle ils partagent leurs créations ont un effet.



Figure 8 - Mème tirée de la page *Bilingual memes d'ascendance lavalloise or some shit*, publié le 8 juin 2022.

Le 6 juin 2022, le collectif « Vire au vert » réclame un débat des chefs sur le thème de l'environnement lors de l'élection provinciale imminente au Québec. Alors que les

⁸ Article à soumettre à Politique & Société

⁹ Le format du mémoire par article induit des redondances entre l'introduction générale de ce mémoire et l'article

chefs des trois partis d'opposition acceptent rapidement l'offre, le premier ministre, François Legault, refuse de confirmer sa présence (Ouellette-Vézina, 2022). Cette décision provoque de fortes réactions à l'Assemblée nationale. Gabriel Nadeau-Dubois, porte-parole de Québec solidaire, accuse notamment Legault de craindre un tel débat (Plante, 2022). Cette ligne d'attaque est reproduite bien loin du Salon bleu, par exemple, dans l'image ci-haut (Figure 1). Cette image mettant en scène un homme dans l'obscurité, identifié comme Legault, est un mème. Comme des milliers d'autres internautes, son créateur s'est approprié le populaire gabarit et l'a modifié pour ensuite critiquer le premier ministre. Autrement dit, par la création de ce mème, ainsi que par son partage, son créateur participe à une discussion et un débat politique.

La participation politique prend plusieurs formes et notre conception de celle-ci évolue depuis des années (Ruess et al., 2020). Alors que la participation électorale demeure importante dans le cadre de ces discussions, d'autres actions, comme le bénévolat et la signature de pétitions peuvent également être vus comme des avenues de changement politique (Bossi et al., 2022, autres). L'arrivée de l'Internet et, plus spécifiquement, des réseaux sociaux, a créé un nouvel espace au sein duquel le public peut participer au débat et même être dirigé vers une mobilisation hors ligne (Boulianne, 2020, Bossi et al., 2022, Duguay, 2020). Notre étude concerne une forme de participation politique en ligne : la création de mèmes politiques par l'entremise de pages Facebook et Instagram. Si le mème lui-même a été le sujet d'une notable production scientifique au courant des dernières années (voir notamment : Shifman, 2014, Milner, 2016, Ross et Rivers, 2017, Lalancette et Small, 2020a, 2020b), ses créateurs restent méconnus. Dans l'objectif de mieux

comprendre les motivations des créateurs qui ont choisi de s'exprimer par ce médium politique innovant, nous avons procédé à une série d'entretiens semi-dirigés avec des responsables de pages de mèmes basés au Québec (N = 9).

Notre recherche met en lumière plusieurs éléments clés liés à la création de mèmes : l'impact des interactions entre créateurs, public et plateforme, ainsi que le rôle de l'humour dans la création d'un contenu politique. Cet article contribue ainsi à mettre en lumière ceux qui créent des mèmes et animent des pages qui en font la diffusion et la partage. Il permet ainsi de démystifier les motivations et pratiques de ces créateurs. En cela, il permet de mieux comprendre ces nouvelles formes de participation politique. Cet article s'inscrit ainsi dans les travaux récents et peu nombreux en communication politique qui s'intéressent aux mèmes.

Cerner les nuances du mème

Défini pour une première fois par Richard Dawkins en 1976 comme « des unités culturelles de transmission, similaires aux gènes » (Limor Shifman, 2014, p. 9, [traduction libre]), le concept des mèmes précède la création de l'Internet. En effet, selon Dawkins toute une gamme de comportements culturels, de la mode vestimentaire aux croyances religieuses, peuvent être considérés des mèmes. Dans sa lignée, Limor Shifman, chercheuse pionnière de l'étude des mèmes internet, les considère comme des « [...] informations culturelles partagés de personne à personne, devenant graduellement des phénomènes sociaux partagés » (2014, p. 18, [traduction libre]). Pour différencier cette conceptualisation globale du mème au mème *internet*, elle propose trois caractéristiques clés :

« a.) Les mèmes sont un groupe d'unités numériques partageant des caractéristiques communes quant au contenu, la forme et la posture; b) Les mèmes individuels sont créés avec conscience des itérations préalables; c) Les mèmes sont circulés, imités, ou transformés via l'internet par plusieurs utilisateurs. » (Shifman, 2014, P. 41 [traduction libre]).

Cette définition s'avère utile, car elle permet de prendre en considération la nature changeante des mèmes internet. Une même idée, que ce soit via une photo, une vidéo ou un bout de texte, peut-être exprimée d'innombrables façons. En ce sens, Shifman (2014) nous invite à considérer le mème comme un corpus d'images réappropriées et imaginées par différents utilisateurs. Notre conception du mème se situe dans la lignée de ses travaux, c'est-à-dire comme un contenu numérique malléable, disponible dans une variété de formats et présent sur de multiples plateformes, nécessitant la modification et le partage de l'utilisateur pour demeurer pertinent.



Figure 9- Exemple de mèmes. Les deux mèmes utilisent le même gabarit pour partager des messages différents.

Mèmes et politique

La nature malléable du mème fait en sorte que celui-ci permet d'aborder un nombre infini de thèmes. Il n'est donc peut-être pas surprenant qu'un sous-ensemble de mèmes aborde la politique. En effet, le recours à l'imitation et l'exagération, deux caractéristiques clés du mème, pour se moquer du politique, ou simplement d'en rire, n'est pas un phénomène nouveau. Avant le mème internet, la caricature employait des techniques similaires pour commenter l'actualité politique (Kligler-Vilenchik et Thorson, 2016). Les deux médiums ont recours à l'humour dans leur présentation des nouvelles politiques ou des moments charniers en s'inspirant notamment de la culture populaire (Lalancette, Small et Pronovost, 2019). Ce qui différencie les caricaturistes des créateurs de mèmes n'est pas l'esprit de leur critique, mais leur facilité de création et leur accès facile à un public grâce aux réseaux sociaux. L'avènement des réseaux sociaux permet à tout un chacun de s'exprimer et d'entretenir leur propre plateforme en ligne.

Émergeant sur des sites web comme *4chan*¹⁰ et *SomethingAwful*¹¹ au début des années 2000, les mèmes internet sont d'abord associés au trolling¹² (Philipps, 2015). Or,

¹⁰ *4chan* est un forum anonyme fondé en 2003. Le site web est notamment connu pour avoir été un lieu de rassemblement pour des groupes comme *Anonymous* et certains partisans de Donald Trump.

¹¹ *SomethingAwful* est un site web rassemblant des blogs et forums de discussion qui est reconnu d'avoir eu un impact notable sur certains aspects de la « culture internet ».

¹² Généralement, le trolling peut être considéré comme tout mauvais comportement en ligne fait dans le but de provoquer une réaction.

l'apparition des générateurs de mèmes en ligne vers la fin des années 2000 a rendu le processus de création plus accessible, popularisant le format (Douglas, 2014). Les mèmes dérivés de l'explosion de créativité qui suit abordent une panoplie de sujets, s'éloignant des normes culturelles associées au *trolling* (Philipps, 2015). Les politiciens comme Barack Obama et Mitt Romney, deviennent le sujet de mèmes populaires (Shifman, 2014, Rentschler et Thrift, 2015). Des événements politiques inspirent à leur tour des mèmes, comme ce fut le cas du mème *Pepper Spray Cop*¹³, émergeant lors des démonstrations *Occupy Wall Street* (Milner, 2013).

Les mèmes ne font pas que commenter la politique. Dans certains cas, ils peuvent même influencer le débat. L'élection de Donald Trump en est un exemple notable. Les mèmes pro-Trump ont d'ailleurs joués un rôle dans la délégitimation de sa compétitrice, Hillary Clinton (Ross et Rivers, 2017). Certains ont d'autant plus lié ces mèmes à la croissance du mouvement *Alt-right*¹⁴ (Pollard, 2018, Glitsos et Hall, 2019, Hagen 2022). *Pepe the Frog* est une illustration de mème utilisé en période électorale (Figure 3). Adopté par l'Alt-Right en tant que symbole humoristique, le mème fut repris par la campagne Trump dans le but d'interpeller ceux-ci (Glistos et Hall, 2019). Soulignons aussi que les mèmes ont aussi joué un rôle clé dans la campagne à l'investiture démocrate de Bernie Sanders (Penney, 2017). Notamment, le groupe Facebook *Bernie Sanders' Dank Meme*

¹³ Le mème du Pepper Spray Cop met en scène un policier présent aux démonstrations Occupy Wall Street utilisant du gaz poivré avec une nonchalance notable.

¹⁴ Le mouvement du *Alt-right* (droite alternative) est composé largement de jeunes personnes adoptant un positionnement politique d'extrême droite et généralement active sur les réseaux sociaux.

Stash fut un lieu de rassemblement numérique pour certains de ses partisans (Penney, 2017).



Figure 10 - Exemple d'une mème « Pepe the Frog » partagé par Donald Trump sur son compte Twitter - tiré de de *Know Your Meme*

Le succès du groupe *Bernie Sanders' Dank Meme Stash* a inspiré des imitateurs qui ont émergé un peu partout dans le monde. Au Canada, par exemple, le groupe *NDP Dank Meme Stash* est un lieu où des partisans du Nouveau Parti démocratique peuvent partager des mèmes sur la politique canadienne et de gauche plus généralement (Mckelvey et al, 2021). La page *The National Meme Board of Canada* est un autre lieu où sont partagés des mèmes sur le contexte politique canadien (Mckelvey et al, 2021). De façon similaire, nous retrouvons au Québec des pages comme *Québec Solidank* et *Horacio, notre héros* qui commentent la politique canadienne et québécoise par leurs mèmes. Ce sont les créateurs responsables de ces pages québécoises qui sont l'étude dans ce mémoire.

Au cœur de cet article se retrouvent deux questions clés : qu'est-ce qui motive les créateurs de mèmes politiques à s'approprier ce format étonnant pour critiquer et commenter la politique canadienne et québécoise? Et comment les interactions avec les membres de la communauté influencent leur processus de création de mèmes?

Revue de la littérature

Comment le mème a-t-il été étudié jusqu'à maintenant? Selon la conceptualisation de Shifman, un seul mème peut composer, par ses maintes variations, un corpus d'étude à lui seul. En ce sens, nous retrouvons différentes analyses de contenu axées sur un mème en particulier, comme *Old Economy Steve*, *#OkBoomer*, *Confession Bear* (Carter, 2021, Zeng et Abidin, 2021, Vickery, 2013). D'autres ont appliqué cette même analyse de contenu à des mèmes plus explicitement politiques. Nous pouvons penser ici aux mèmes *Binders Full of Women* et *Texts from Hillary* (Figure 4), parmi tant d'autres (Renshcleter et Thrift, 2015, Gilson, 2015, Glitsos et Hall, 2019, Milner, 2013). À ces études s'ajoutent celles qui prennent pour leur corpus les mèmes mettant en scène un politicien ou une figure politique.

Ces mèmes traitent de la personnalité et des actions politiques de leurs sujets, et des messages présentés quant à eux sous forme de mème (Lalancette et Small, P. 310-11, 2020a). Plusieurs politiciens sont le sujet de ce type d'études, dont Hillary Clinton (Nee et De Maio, 2019), Angela Merkel (Johann et Bulow, 2019), Justin Trudeau (Lalancette et Small, 2020a), ou Narendra Modi (Chatterjee, 2020), pour ne nommer qu'eux (Bebić et Volarevic 2018, Stassen et Bates, 2020, Lalancette, Small et Pronovost, 2019, Lalancette et Small, 2020b).



Figure 11 - Exemples des mèmes mentionnés ci-haut. À partir du coin droit supérieur : Old Economy Steve, Confession Bear, Binders Full of Women et Texts from Hillary - tirés de *Know Your Meme*

Plus généralement, des chercheurs se sont intéressés à différents aspects du mème. Nick Douglas (2014) s'est d'ailleurs penché sur l'esthétisme particulier du mème, qui célèbre un contenu laid et non fini, qu'il définit comme le moche à l'internet (Internet Ugly). D'autres se sont intéressés à la mobilisation de cette esthétique à des fins politiques, que ce soit au sein de mouvements contestataires populaires (Hongrie, Brésil) ou par des utilisateurs souhaitant recruter de nouveaux membres, notamment au sein des espaces de suprématie blanche (Luckas, 2021, Stalcup, 2016, Askinus et Keller, 2021). Selon Mortensen et Neumayer (2021), ceci est en partie possible parce que les mèmes sont empreints d'un aspect ludique (playfulness) qui leur permet de réimaginer les frontières entre « nous » et « eux ». Notons que ce côté ludique des mèmes n'est pas toujours effectif : Seiffert-Brockmann et al. (2018) soulignent l'importance du temps perdu dans le

processus de création et de propagation. Néanmoins, nous pensons que les mèmes ont un puissant potentiel en tant qu'outils de communication politique.

Prenons le rôle que les mèmes jouent en campagne électorale. Les mèmes électoraux servent à établir ou renforcer les narratifs autour de différents candidats ou candidates (Ross et Rivers, 2017, Pidkutmukha et Kiss, 2020, McLoughlin et Southern, 2021). L'humour utilisé dans ces mèmes est généralement moqueur à l'égard de leur sujet, auquel le créateur se retrouve souvent en désaccord (Pidkutmukha et Kiss, 2020). Cependant, ce n'est pas toujours le cas et certains politiciens comme Bernie Sanders, aux États-Unis, et Justin Trudeau et Jagmeet Singh, au Canada, bénéficient de mèmes positifs à leur égard (Penney, 2017, Lalancette et Small, 2020a, Fitzbay, 2020). Les mèmes peuvent aussi être un moyen de réagir à l'actualité d'une campagne électorale et de consoler des déceptions partisans (Mckelvey et al. 2021). Certes, la véracité des informations partagés par ces mèmes électoraux est par moments douteuse; le mème est d'ailleurs un bon outil pour partager de la désinformation (Lynch, 2022). Toutefois, il est intéressant de noter que plusieurs créateurs de mèmes politiques démontrent une bonne compréhension des enjeux politiques tel que le remarquent Lalancette, Small et Pronovost (2019) dans leurs travaux sur les mèmes canadiens.

Qu'en est-il des créateurs? Si l'étude du mème lui-même est en plein essor, celle des créateurs de mèmes est moins développée. Ceci peut être en partie attribué à la nature anonyme de la majorité des créateurs de mèmes. Malgré cette difficulté, quelques études clés ont émergé au courant des dernières années, nous offrant un aperçu des motivations

de ces créateurs. Dans leur étude du *Brussels Cat Meme*¹⁵, Jensen, Neumayer et Rossi (2018) se sont entretenus avec des créateurs de mèmes qui ont publié leurs versions du mème sur Twitter lors de son pic de popularité. Ces personnes avaient différentes motivations pour se lancer dans cette mode de création, dont certaines étaient explicitement politiques, alors que d'autres souhaitaient simplement profiter de la prédominance du mème sur la plateforme (Jensen, Neumayer et Rossi, 2018). Au Canada, McKelvey, DeJong et Frenzel (2021) ont interpellé des responsables de pages de mèmes canadiennes à la suite des élections fédérales de 2019. Leurs travaux ont permis de faire ressortir que ces pages hautement partisans cultivent des identités politiques fortes. Au sein de ces espaces de partage de mèmes des communautés politiques sont créées. Les membres réagissent alors à l'actualité et renforcent certaines normes de comportement partisan (McKelvey, DeJong et Frenzel, 2021, p. 9).

L'expression politique par les mèmes - activisme et culture participative

Les créateurs de mème ciblés par cette étude produisent un contenu politique. Rappelons que selon la conceptualisation classique de la participation politique la limite à des gestes comme le vote et l'implication électorale (Ross et Rivers, 2017). Or, l'arrivée de l'Internet et des plateformes de médias sociaux numériques comme Facebook et Twitter a élargi l'étendue de cette participation. Nous pouvons entre autres penser à la signature de pétitions électroniques et à l'expression par des statuts ou l'adoption d'une photo de

¹⁵ Le *Brussels Cat Meme* émerge en 2015, lorsque la ville de Bruxelles est sous confinement, alors que la police tente d'appréhender des terroristes. Ceux-ci demandent aux citoyens de ne pas partager des informations sur la situation via les réseaux sociaux. En réponse, les internautes inondent le *#brusselslockdown* avec des photos de chats.

profil dédiée à une cause comme de nouvelles formes de participation (Boulianne, 2019). En effet, ces actes, comme le partage de mèmes aux thèmes politiques, peuvent tous être considérés comme faisant partie de la culture participative.

Définie par Jenkins, la culture participative est « une culture ayant de faibles barrières d'entrée à l'expression artistique et l'engagement civique [...] » (Jenkins, 2009, p. 5, [traduction libre]). Un mème est facile à créer, surtout depuis l'arrivée de générateurs de mèmes en ligne vers 2009 (Phillips, 2015), et peut toucher sur n'importe quel sujet, incluant la politique. En effet, dans une optique de culture participative, les mèmes politiques deviennent un outil de participation accessible et divertissant (Lalancette et Small, 2020a, p. 308). D'autant plus, la culture participative peut être considérée comme collaborative. Jenkins (2009) l'approche d'ailleurs comme une communauté d'entraide et d'apprentissage. Il envisage la culture participative comme un système par lequel les internautes absorbent et s'adaptent aux changements technologiques. Au sein d'un tel système collaboratif, les mèmes surgissent et persistent en raison des interactions dynamiques des membres de la communauté (Wiggins et Bowers, 2015).

D'ailleurs, les notions de communauté et de collaboration sont importantes à prendre en considération dans le cadre de cette recherche. En raison de leur public généralement réceptif aux opinions politiques qui y sont partagées, les pages de mèmes considérées dans cette étude peuvent être conceptualisées comme des espaces d'affinités. Selon Gee (2004), les lieux d'affinités sont des lieux de partage et d'apprentissage, généralement en ligne, où des personnes se rassemblent selon leurs intérêts communs. Ces intérêts sont variés - nous pouvons penser aux communautés d'adeptes en ligne qui se

rassemblent pour discuter d'une série télévisée préférée et partager des créations qui en sont inspirées (Jenkins, 2009). Pensons aussi aux communautés qui se rassemblent autour d'un leader ou une opinion politique (Penney, 2017). Comme le processus de création de mèmes, l'expression au sein de ces espaces d'affinités est également assujettie à des codes de conduite spécifiques (Milner, 2016). Par exemple, un même mème partagé au sein de deux communautés différentes risque de susciter des réactions variées. Dans son étude des créateurs de *LOLCats*¹⁶, Miltner a d'ailleurs noté des comportements vastement différents entre ceux qui partageaient leurs mèmes sur 4chan et ceux qui faisaient de même sur le site I Can Has Cheezburger¹⁷ (Miltner, 2014).

Au sein d'un groupe d'affinités qui se rassemble selon son appartenance politique, on peut donc s'imaginer qu'il existe des attentes du public envers le créateur de mèmes et, d'autant plus, que le créateur est conscient de ces attentes. Cette perception de la part du créateur de mème peut être vue comme un phénomène de microcélébrité. Définie comme une « perception et série de pratiques au sein desquelles le public devient un fan base » (Marwick et boyd, 2011, p. 140), la microcélébrité suppose que tout individu publiant en ligne le fasse pour un public. Pour maintenir une certaine popularité auprès de son public, l'individu va entreprendre une série d'interactions, incluant une présentation soigneuse de soi selon le *fan base* qui est cultivé. Autrement dit, dans une perspective de microcélébrité, un contenu publié en ligne est calibré en fonction de la réaction qu'elle

¹⁶ Les mèmes LOLCats mettent en scène des photos de chats sur lesquelles est surimposé un texte en macros. Ces textes utilisent généralement une grammaire particulière à ce mème.

¹⁷ I Can Has Cheezburger est un siteweb sur lequel figure des mèmes LOLCats et autre. Le site fut important dans l'introduction des mèmes au grand public.

engendra auprès de son public. Certainement, nous pouvons théoriser que les responsables de pages de mêmes politiques, même ceux ayant un faible nombre de mentions « j'aime », sont influencés par cette logique de microcélébrité et qu'ils calibrent leur contenu en conséquence.

L'activisme en ligne amène aussi sa contrepartie : le *slacktivisme*...

La juxtaposition du politique et des notions comme la célébrité ou le divertissement n'est pas sans ses critiques. Notamment, plusieurs formes d'expression politiques en ligne, comme celles mentionnées ci-haut, sont perçues par certains comme étant du slacktivisme. Portemanteau des mots slacker et activiste, le slacktivisme englobe des actions à faibles coûts et faibles efforts (Schumann et Klein, 2015), qui sont souvent symboliques et perçues comme ayant un faible effet pratique (Kligler-Vilenchik et Thorson, 2016). Alors que le mot est plutôt associé avec l'expression politique en ligne, le slacktivisme n'est pas limité au monde virtuel. Nous pouvons, par exemple, penser au port d'un T-shirt à slogan comme une action slacktivistique hors ligne (Christensen, 2011). D'autant plus, le slacktivisme est une action collective, influencée par un réseau : le slacktivistique agit parce qu'il est conscient que d'autres l'observent (Morozov, 2011). Selon cette perspective, la prise en considération de son public, centrale au phénomène de microcélébrité, nuit à l'impact politique des pages de mêmes : le message qui y est véhiculé est dilué par le désir de bien paraître.

Rappelons que nous nous questionnons sur la motivation des créateurs dans le cadre de cette étude. Or, est-ce que le bien-être est une motivation pour les créateurs visés? Nous proposons plutôt comme première hypothèse que ces créateurs sont motivés

par un désir d'expression politique. Quant aux effets des rétroactions du public sur les mêmes partagés, il se peut que les interactions entre le créateur et son public poussent celui-ci à publier un contenu qui répond aux demandes de son auditoire. Nous proposons donc comme deuxième hypothèse que les rétroactions du public de ces pages de mêmes auront un effet sur le contenu produit.

Méthodologie

Afin de répondre à nos questions de recherche, nous avons opté pour l'entretien de recherche semi-dirigé. Défini comme une méthode dans laquelle « le chercheur amène le répondant à communiquer des informations nombreuses, détaillées et de qualités sur les sujets liés à la recherche » (Romelaer, 2005, p. 104), l'entretien semi-dirigé est par sa nature flexible. Structurées par un guide d'entretien qui nous a servi de point de départ (Gaudet et Robert, 2018, p. 100), nos entrevues ont bénéficié de la nature souple de cette méthode, tant au niveau individuel qu'au fil des entrevues (Haenssger, 2019). Grâce à ces entrevues, nous avons pu développer un corpus riche de données qualitatives sur lesquelles nous nous sommes basées pour répondre à nos questions de recherche.

Pour amasser ce corpus, nous avons procédé à l'élaboration des critères d'inclusion pour construire un échantillon préliminaire de pages de mêmes. Ceux-ci ont été contactés par messagerie avec une invitation de participer à l'étude. Un total de neuf entretiens avec neuf personnes a eu lieu sur ZOOM à la suite de ce processus de recrutement. Les entretiens ont généralement duré de 45 à 60 minutes et ont été enregistrés. À partir des enregistrements de ces entrevues, nous avons créé des verbatims et c'est à partir de ces transcriptions que nous avons fait notre analyse.

Critères d'inclusion

Nous avons ciblé un échantillon préliminaire de pages de mèmes. Celui-ci comptait un peu plus que 50 pages de mèmes qui répondaient aux critères préétablis suivants : d'abord, les pages incluses dans cet échantillon devaient se trouver sur Facebook ou Instagram. Des pages actives sur ces deux plateformes ont aussi été incluses dans l'échantillon. Nous nous sommes intéressées à ces plateformes spécifiques pour deux raisons. Premièrement, il existe une grande quantité de pages de mèmes qui répondent à nos autres critères de sélection sur ces plateformes. Deuxièmement, les pages sur Facebook et Instagram sont similaires du point de vue de leur fonctionnement. Nous avons donc jugé que les différences entre ces plateformes ne seraient pas assez grandes pour poser un problème.

Ensuite, comme nous nous intéressons aux effets de l'interactivité sur le contenu produit par ces pages, il était important que les créateurs ciblés par l'étude puissent parler de leurs efforts de gestion. Dans ce sens, nous avons imposé un nombre minimum d'au moins 1000 mentions « j'aime » pour sélectionner les pages. Ce critère de sélection a aussi été utilisé dans les travaux de Mckelvey, DeJong et Frenzel (2021) qui l'ont eux-mêmes utilisé en préparant leur échantillon de pages à étudier et de curateurs à rencontrer pour leur étude qui portait sur le rôle de ces pages lors de l'élection canadienne de 2019. Alors que cette étude s'est intéressée aux pages actives dans l'espace anglo-canadien, nous avons cherché à nous démarquer en axant notre regard sur des pages franco-canadiennes et québécoises. Nous avons donc inclus un élément géolinguistique parmi nos critères. Finalement, nous avons ciblé des pages partageant un contenu politique, incluant dans

notre échantillon des pages avec des thèmes purement politiques, ainsi que des pages avec une mixité de thèmes (politique et autres sujets). Une fois cette sélection terminée, nous avons approché leurs curateurs pour solliciter leur participation à notre projet de recherche.

Précisons notre utilisation du terme politique dans le cadre de l'élaboration de notre échantillon. Parmi les pages incluses dans celui-ci, rares sont celles qui se limitent à commenter seulement la joute politique de l'Assemblée nationale ou de la Chambre des communes. Plutôt, le contenu mémétique de ces pages touche sur le politique au sens large. Des thèmes aussi variés que l'indépendance du Québec, les droits LGBTQ+, ainsi que les luttes environnementales et anticapitalistes sont abordées parmi les pages à l'étude. Nous avons jugé pertinent d'adopter cette perspective plus large afin d'être en mesure d'inclure un plus grand nombre de pages dans notre échantillon. D'ailleurs, cette approche reflète un phénomène plus large au sein de la démocratie canadienne. Alors que l'appartenance aux partis politiques diminue de façon notable, vacillait entre 1 % et 2 % en 2006 (Bennett et Bayley, 2012), le militantisme pour des causes comme *Black Lives Matter* et *March for our Lives* est en croissance chez les jeunes (Wray-Lake, 2019).

Bennett nous propose de considérer cette approche selon son modèle du citoyen actualisé (Bennett, 2008, [traduction libre]). Selon ce modèle, le citoyen actualisé s'exprime politiquement en dehors des confins institutionnels de l'engagement civique, comme le vote et l'appartenance à un parti politique. Il préfère des actions plus directes et individualisées, qui lui donnent l'impression de contribuer à un changement plus concret (Bennett, 2008). Le contenu politique présent sur les pages de thèmes rassemblées semble

s'agencer au modèle du citoyen actualisé. De plus, le fait même de créer et gérer une page de mèmes peut être considéré comme une forme de participation politique selon ce modèle. Pour ces raisons, nous avons donc décidé d'inclure dans notre échantillon préliminaire des pages de mèmes politiques au sens large.

Recrutement

À la suite à la réception de notre certificat d'éthique¹⁸, nous avons entrepris notre recrutement pour l'étude réalisée entre novembre 2021 et février 2022. Pour contacter les gestionnaires de pages de mèmes, nous avons d'abord passé par leurs messageries. Nous avons utilisé notre compte personnel, sur lequel notre affiliation à l'Université du Québec à Trois-Rivières était clairement marqué. C'est de cette façon que nous avons réussi à recruter nos premiers participants. Dans le cadre de ces entrevues, nous avons parfois été dirigés vers des pages qui n'étaient pas incluses dans notre échantillon initial, que nous avons par la suite contactées selon la méthode de recrutement de style boule-de-neige. Nous avons aussi bénéficié de l'aide de certains participants dans notre recrutement qui nous ont mis en contact avec d'autres créateurs de mèmes qui sont eux-mêmes devenus participants à l'étude. Plus tard dans le processus de recrutement, alors que notre nombre total d'entrevues n'était pas encore satisfaisant, nous nous sommes appuyés sur notre réseau en contactant des personnes que nous savions être impliqués de près ou de loin dans la gestion de certains pages. Ces différentes démarches de recrutement nous ont permis de réaliser neuf entrevues, dans lesquelles nous avons parlé à neuf participants.

¹⁸ CER-21-280.07.18

Processus d'analyse

Nous avons d'abord effectué un processus de transcriptions de nos entrevues. Une fois ce processus terminé, nous avons procédé à une première lecture de notre corpus. Lors de cette lecture, nous avons procédé par induction, selon les principes de la méthodologie de la théorisation enracinée, et nous avons identifié et classés différents segments des entrevues selon de thèmes variés. Nous avons utilisé les logiciels Microsoft Word et Excel pour effectuer ce travail. Cet exercice nous a permis d'identifier les sujets récurrents qui sont ressortis de nos entretiens. Par la suite, nous avons classé ces segments une deuxième fois selon deux larges catégories : motivation et gestion. Ce classement fut effectué pour mieux répondre à nos questions de recherche. Une fois classés selon ces thèmes, nous avons identifié des sous-thèmes pour chacune de ces catégories. En ligne avec les écrits de Jason Luckerhoff et François Guillemette sur la méthodologie de la théorisation enracinée, nous avons maintenu un journal de bord tout au long du processus (Luckerhoff et Guillemette, 2012).

Résultats

Portrait démographique

Prenons quelques lignes pour tenter de décrire quelques caractéristiques de clés de créateurs formant notre échantillon. Parmi ces créateurs, nous pouvons compter cinq hommes, deux femmes et deux personnes non-binaires¹⁹. La plupart des créateurs

¹⁹ Pour protéger l'identité de nos participants, nous utiliserons le masculin pour référer à tous les créateurs dans ce texte.

semblent être installés à Montréal, mais au moins trois ont clairement indiqué vivre en région. Les participants étaient majoritairement des personnes blanches. En général, les créateurs appartiennent aux cohortes générationnelles milléniaux et Z²⁰. Le niveau de scolarité de notre échantillon est élevé : la majorité des personnes interviewées ont rapportés avoir complété des études supérieures ou qu'elles étaient en actuellement étudiantes à l'université. Ceux qui n'étaient plus aux études ont parfois mentionnés être employés. Pour certains de nos participants, leur expérience en tant que gestionnaires de pages Facebook a même été un atout dont ils se sont vantés lors du processus d'embauche.

Motivations des créateurs

Est-ce possible de créer du changement politique par les mèmes? Plusieurs des répondants a notre étude y croient. En effet, suivant l'analyse de notre corpus de transcriptions, deux grandes motivations ont émergé : l'humour et le militantisme politique. Notons tout de suite que ces motivations ne sont pas mutuellement exclusives. À plusieurs reprises nos participants ont exprimé être attirés par le format du mème pour faire rire ou rire de quelqu'un ou quelque chose et dans une optique de militantisme politique. Dans les prochaines lignes, nous discuterons de ces motivations.

Le recours à l'humour : faire rire, mais aussi débattre de questions d'actualité

Le mème est souvent le réceptacle d'une blague. D'ailleurs, lors de nos entretiens, plusieurs des répondants ont souligné l'humour particulier des mèmes, l'associant avec

²⁰ Selon Pew Research, la génération milléniale est composé de personnes nées entre 1981-1996. La génération est composé de personnes nées entre 1997-2012

leur appartenance générationnelle. En effet, plusieurs participants ont souligné l'importance d'adhérer aux codes du mème (ou du *template*) lors de leur création. Humour, sarcasme et références à la culture populaire doivent donc être au rendez-vous. Nos participants construisent leurs blagues autour de ces codes. Dans ce même sens, l'originalité du propos ou de la présentation du mème est hautement prisée. Selon le responsable de la page *Analyses complexes et nuancées* : « Il faut que ça soit drôle, mais pour qu'il y ait de la valeur ajoutée il faut que tu fasses peut-être un "Ah ouais c'est vrai, je n'avais pas vu ça comme ça". »

L'humour du mème est en quelque sorte une forme d'expression face aux frustrations envers le politique. En décrivant son processus de création, un des responsables de la page *Bilingual memes d'ascendance lavalloise ou some shit*, explique :

« Des fois, il y a des idées qui me viennent quand même comme - ok, j'ai envie de faire passer le message que le député au fédéral fait fucking mal sa job. Fait que j'essaie de penser à une chose en particulier que y'a mal fait, pis ensuite un format de mème qui s'y prête. Pis là j'essaie de comme faire le chemin - de passer du politique au mème. »

En passant du politique au mème, les créateurs soumettent leurs frustrations à un processus de transformation duquel leurs opinions politiques ressortent avec un tranchant humoristique.

Plusieurs des créateurs motivés par l'humour ont mentionné une familiarité de longue date avec le format du mème. Certains d'entre eux n'en sont pas à leur première page de mèmes. Le responsable de la page *l'Actualité en mèmes*, par exemple, rapporte créer des mèmes de façon courante depuis le mouvement étudiant de 2012. En fait, c'est

en partie leur familiarité avec le format, et leur appréciation pour l'humour qui peut en être dérivé, qui aura poussé ces créateurs à tenter leur propre chance.

Le rire est un aspect clé du recours à l'humour : on raconte une blague pour susciter un rire, par exemple, ou parce qu'on veut se moquer d'une situation. Le rire est également une motivation sous-jacente à la création de mèmes. Ici aussi, on souhaite susciter un rire. À plusieurs reprises, les créateurs de mèmes interrogés ont mentionné être motivés dans leur création de contenu par le rire, faire rire et rire de. Rire de quoi ? Les réponses sont variées. On peut rire d'une situation politique bien précise, comme c'est le cas avec *Mèmes d'la gauche universitaire capitaliste qui détruit nos régions*, une page basée au Saguenay et ouvertement positionnée contre le projet GNL-Québec²¹. Leur responsable explique que « la grosse partie des mèmes qui ont été faits c'était pour rire, pas pour rire de la lutte, mais c'est pour parler de la lutte contre le projet GNL-Québec ». Le rire peut porter sur des thèmes plus vastes. On rit de l'absurdité d'une situation, on rit du politique, par exemple. On rit en contrepartie à la colère qu'on ressent envers un monde qui nous semble injuste. Selon le responsable de la défunte page *T'a y'eule Richard Martineau* :

« Il y avait la colère et le ressentiment le sentiment de ne pas être en contrôle de grands débats de société qui pour moi étaient même pas des débats, étaient justes stupides ou insignifiants, donc de vouloir montrer cette espèce de résistance ».

L'humour figure donc parmi les motivations menant à la création de mèmes. Provoquer un rire est un objectif en soi. Cependant, nous pouvons noter que ce recours à

²¹ GNL-Québec devait être une usine de liquéfaction de gaz naturel à Saguenay. Le projet fut contesté et ultimement refusé en 2021 (Radio-Canada, 2021).

l'humour via le mème devient, pour nos participants, un moyen d'exprimer leur frustration envers le politique. Les mèmes qu'ils créent sont donc à la fois humoristiques et contestataires.

Le mème : outil de propagande pour apporter des changements politiques

Plusieurs des créateurs interviewés ont rapportés qu'ils voyaient dans le mème un outil qui peut inspirer un changement politique. En effet, pour les créateurs interrogés, l'impact potentiel de leurs mèmes sur les opinions politiques d'autrui est une motivation centrale. Sans proclamer qu'ils vont changer le discours politique à eux seuls, ils perçoivent le mème comme un outil de propagande propice à sensibiliser leur public quant à certains enjeux et leurs amener à éventuellement changer d'opinion et peut-être même agir en conséquence. Selon ces créateurs, le format condensé du mème est son plus grand atout. Le créateur de *Mémés Badement Translatés pour Felquistes Fâché.es* mentionne qu'un « ... mème peut exemplifier tellement mieux une position politique, puis l'explication idéologique derrière cette position politique ».

D'ailleurs, le mot propagande est ressorti à plusieurs reprises lors de nos entrevues. Parmi les créateurs qui ont exprimés un désir d'apporter un changement politique par leurs mèmes, le terme est utilisé ouvertement pour décrire leurs créations mémétiques. Selon *Mémés Badement Translatés*, par exemple, le mot propagande est intrinsèquement neutre. En tant que stratégie, la propagande peut être utilisé tant par un opposant qu'un allié. Un des responsables de *Bilingual Memes* abonde dans le même sens. La propagande serait de l'information « politiquement dirigée », sans nécessairement être néfaste. Selon ce créateur, toute information peut être vue comme étant dirigée, car même l'acte de choisir

quoi partager est un acte politique. Autrement dit, en conceptualisant le mème comme un outil de propagande, ces créateurs conçoivent leurs mèmes comme une forme de communication politique. Et comme toute communication politique, l'objectif de ces mèmes est de convaincre.

De quoi veut-on convaincre? Les thèmes varient. Pour *dememesqueb*, par exemple, sa page de mèmes est un moyen de militer pour l'indépendance du Québec auprès d'un public de gauche. Selon lui, le projet indépendantiste et un modèle politique de gauche sont deux objectifs compatibles et il souhaite, par ses mèmes, convaincre d'autres de son point de vue. Il l'explique de la façon suivante :

« Fait que moi c'était aussi de trouver un moyen de **dédiaboliser le mouvement indépendantiste**. D'essayer de trouver des images et des personnalités via ce mouvement-là qui allaient nous rappeler à quel point que c'est important et que c'est viable. Donc moi c'était ça qui était important. C'était d'essayer de trouver des personnages mythiques qui vont nous rappeler que l'indépendance du Québec c'est un projet qui se porte et qui doit se porter, toujours se porter. » (Nous soulignons)

Le recours aux personnages mythiques est d'ailleurs intéressant, car il reflète des tendances dans la création d'autres mèmes nationalistes. Comme en témoigne une recherche récente portant sur les mèmes de l'extrême droite italienne où certaines figures historiques telles que Gabriele Sandri sont mobilisées par les créateurs pour plaider en faveur de d'une fierté nationaliste (Trillo et Shifman, 2021). Ce rapport au mythe est également présent dans des espaces de gauche. En tant qu'exemples, nous pouvons penser à la popularité montante de l'Armée républicaine irlandaise.



Figure 12 - Mème tirée de la page Mémés Badement Translatés pour Felquistes Fâché.es publié le 17 mars et mettant en scène un soldat de l'Armée républicaine irlandaise.

Le mème comme contre-discours et la création de communautés de pensée

Dans le même sens, une motivation soulevée lors de nos entretiens est également de contrer un discours dominant. Dans le contexte de la crise sanitaire, un responsable de *Bilingual Memes* raconte avoir senti le besoin de créer un mème pour réfuter l'idée que François Legault avait géré la crise en tant que bon père de famille :

« ...moi j'étais comme - je ne trouve pas, je ne trouve vraiment pas. Je trouve que ce discours-là, il cache toute la marde que le gouvernement a fait avant. Fait que j'avais vraiment le goût de faire passer une idée. Pis j'avais le goût que le message que j'allais passer ne soit pas trop niché. J'avais le goût de rappeler aux gens que non, François Legault n'avait pas été que bon dans sa gestion de la pandémie. »

Si le mème qui fut créé à la suite de cette réflexion a servi de contre-discours populaire, ce responsable de *Bilingual Memes* rapporte également créer des mèmes politiques qui ne visent pas à convaincre un public large. Plutôt, certains de ces mèmes touchants sur des thèmes de gauche servent à indiquer à d'autres partisans qu'ils ne sont pas seuls dans leurs croyances. Dans ce cas-ci, les mèmes servent comme un outil de développement communautaire. Selon ce responsable :

« Je dirais que c'est un peu dans le même esprit des fois que je vais aller à des manifestations ou je sais que la manif ne va rien changer politiquement. Sauf que les gens qui vont se rendre vont voir qu'ils ne sont pas tout seul à penser ça, puis ça crée une espèce de petite communauté. »

En somme, selon ces créateurs, le mème est un potentiel outil de communication politique persuasif et versatile. Il peut servir comme propagande, créé avec le désir explicite de changer le point de vue de son public. Il peut aussi servir à des fins plus communautaires en indiquant aux membres de son public qu'ils ne sont pas seuls dans leurs appartenances politiques. Ces deux fonctions sont des éléments motivant pour les créateurs de mèmes.

Engagement et interactions avec les publics : gestion des pages par des créateurs passionnés

Rôles des plateformes

En parallèle aux motivations des créateurs de mèmes, cette recherche s'intéresse également à leurs pratiques de gestion et l'influence de celle-ci sur leur processus de création. Nous avons proposé l'hypothèse suivant laquelle les interactions entre les

créateurs de mèmes et leurs publics pourraient influencer les mèmes publiés. Cependant, à la suite de l'analyse de notre corpus d'entrevues, force est de constater que ce ne sont pas les adeptes de la page qui vont influencer le plus son contenu. Ce seront plutôt les plateformes, Facebook et Instagram, qui auront l'impact le plus direct sur la gestion des pages de mèmes.

L'influence des plateformes sur le contenu partagé par les créateurs de mèmes est double. D'abord, elles ont un impact sur le moment de publication, ainsi que le nombre de publications. Si tous les créateurs de mèmes interviewés ne portent pas une attention soutenue au niveau d'engagement sur leurs publications, ceux qui le font ont mentionné faire attention à l'heure de publication. Ils rapportent publier pendant la journée, et, si possible, lors des heures de pointe d'activités sur les plateformes. Selon *Analyses complexes et nuancées* : « Si personne n'est sur Facebook au moment que tu as publié, c'est sûr que tu vas avoir moins d'engagement. J'essaie de maximiser maintenant, je publie tout en fin d'après-midi, quand le monde a fini travailler, [et aussi] le midi [quand les gens sont sur les plateformes de médias sociaux] ... ». En ce sens, des mèmes créés le soir devront attendre l'arrivée du jour pour être publiés. Également, plusieurs créateurs ont mentionné se limiter à une publication par jour, pour éviter que leurs mèmes soient submergés par l'algorithme.

Le deuxième impact notable des plateformes sur la création de contenu semble être les systèmes de modération de contenu. Au sein de notre échantillon, les créateurs qui ont rapporté avoir été signalés par ces systèmes sont minoritaires. Cependant, l'impact sur leur création est assez grand que nous considérons qu'il est pertinent d'en discuter ici. Par

exemple, des pages qui se font sanctionner trop de fois deviennent difficiles à garder en ligne. Un responsable de *Bilingual Memes* indique qu'un des administrateurs de la page a dû abandonner sa propre page de mêmes en raison de l'accumulation de sanctions. « Avec nous... il est plus sage » indique-t-il. Parmi les sanctions imposées par Facebook, on note la perte d'accès temporaire à son compte ou sa page. Le responsable de *Gauchiste Séparatiste Peu Pertinente* a dû accorder le statut d'administrateur à un ami lorsque son accès à sa page fut révoqué de cette façon pour expliquer son silence à son public.

Gestion – travail de care et de relations publiques

Un élément notable soulevé lors des entretiens est la présence d'une notion de *care* quant aux interactions entre certains gestionnaires de page et leurs publics. Selon Tronto, le *care* peut être défini comme une : « activité générique qui comprend tout ce que nous faisons pour maintenir, perpétuer et réparer notre “monde”, de sorte que nous puissions y vivre aussi bien que possible » (Tronto, 2012, p. 30). Alors que cette définition peut décrire des actes individuels, au niveau communautaire, le *care* est politique. On peut le concevoir comme une série de pratiques qui mettent l'accent sur la voix des groupes marginalisés (Paperman, 2013). Cette conception est d'ailleurs reflétée par plusieurs répondants à notre étude qui ont exprimés se soucier d'être à l'écoute de ce type de voix.

Cette éthique du *care* se manifeste de différentes façons. D'abord, des répondants ont rapporté se questionner sur la création de contenu mémétique sur certains enjeux d'actualité récents, comme la mort de George Floyd à l'été 2020 ou la découverte de tombes anonymes près de pensionnats autochtones en 2021. Ils ont exprimé une hésitation à commenter ces enjeux, notamment par le format du même. Le responsable de *Gauchiste*

séparatiste peu pertinente mentionne qu'il a évité commenter sur George Floyd pour la raison suivante :

« Je n'ai pas été inspiré par quoi que ce soit. Je pense qu'essayer de juste faire un post genre un ah oui c'est mal dans les moments comme ça en tant que... blanc ce n'est pas approprié. C'est vouloir se faire du *clout*²² sur un événement tragique. »

Lors de notre entretien, le responsable de *Gauchiste* a d'ailleurs souligné l'importance de pratiquer le « punching up » dans son processus de création, et, en contrepartie, éviter le « punching down ». « Mon but, ça ne va jamais être de rire de personnes qui sont marginalisées par la société, » explique-t-il. Ce sentiment est partagé par les deux membres l'équipe de *Bilingual Memes d'ascendance lavalloise* interviewée dans le cadre de ce travail. « On essaie de prendre tout le temps le parti des groupes les plus opprimés, » explique l'un des créateurs, qui souligne d'ailleurs l'importance d'être conséquent avec lui-même quant au contenu publié. Ceci implique, entre autres, demeurer ouvert aux rétroactions provenant de ces groupes marginalisés. Son collègue raconte :

« C'est arrivé à un moment donné on avait utilisé un template que quelqu'un nous a dit "ah ce template là et grossophobe" puis ma réaction ça a été bien "t'as raison je n'avais pas pensé je suis vraiment désolé on l'utilisera plus". Puis après ça il y a comme plein de monde qui essayait de nous défendre dans les commentaires en disant "non ce n'est pas grossophobe vous êtes trop sensible, machin, machin". J'étais comme "non, j'ai dit que c'était vrai que c'était grossophobe, arrêtez". En tout cas, là j'ai juste commencé à delete tous les commentaires de gens qui comme essayait de défendre la template parce que je veux dire on s'en fout d'un template de même - **les gens sont plus important que les templates de mêmes.** » (nous soulignons)

²² Mot anglais signifiant influence

Toutefois, il serait erroné de classer toutes les interactions de ce genre sous la bannière de *care*. Certes, les interactions entre gestionnaires et followers peuvent être guidées par une logique du *care*, mais plusieurs répondants ont plutôt décrit une approche plus similaire aux stratégies des relations publiques. Ceci peut se voir notamment dans la gestion des commentaires. Plusieurs répondants se préoccupent peu des commentaires, et se limitent à intervenir lorsqu'ils sont interpellés. « Je réponds à des commentaires, des fois, c'est très rare, » explique *Analyses politiques complexes et nuancés*. Il mentionne que c'est souvent par ce canal que son public va l'interpeler s'il a des rétroactions. *L'Actualité en mèmes*, pour sa part, a un public assez grand qu'il doit rarement intervenir. La majorité du temps, il peut compter sur ces fans pour s'autoréguler. Si, cependant, un débat dégénère, il va s'immiscer pour rétablir la paix. L'accent ici est mis sur le bon fonctionnement de la page, plutôt que sur le bien-être des membres marginalisés, comme c'est le cas dans une éthique du *care*.

Processus de validation

Un autre enjeu de gestion soulevé lors de nos entrevues est les processus de validation utilisés par les créateurs avant la publication de leurs mèmes. Alors que la création est une activité solitaire, la majorité des créateurs ont rapporté soumettre leurs mèmes à une forme de vérification avant de les partager avec leur public. Généralement, ce processus de validation s'est effectué par le partage du mème avec un ou plusieurs amis. Le responsable de la page *Analyses*, par exemple, partage ses mèmes avec une poignée d'amis via une conversation de groupe sur *Messenger*. Alors que ce processus semble être systématique pour certains, d'autres font seulement valider leurs mèmes

lorsqu'ils touchent à des sujets sensibles. Le responsable des *Mémés Badement Translatés*, par exemple, rapporte seulement valider ses mèmes par moments, surtout pour s'assurer que la blague tombe bien. Pour ceux qui sont plusieurs à gérer une même page, il y a la possibilité de compter sur un noyau de créateurs pour du feedback initial. Finalement, le responsable de *L'Actualité en mèmes* utilise un processus de validation différent. Au moment de publication d'un mème, il attend 10 minutes pour connaître la réaction du public. Si le nombre de mentions « j'aime » n'a pas atteint un seuil minimal pendant cette période, il supprime le mème de sa page et l'envoie à une page secondaire, qu'il appelle *Le cimetière des mémés*.

Discussion

Cet article met en lumière un phénomène peu exploré, soit les motivations et les pratiques de gestion des créateurs de mèmes au Québec. Notre recherche a soulevé deux motivations clés pour ces créateurs – faire rire et s'exprimer politiquement. Souvent, les deux motivations agissent en concert lors du processus de création et les créateurs font face à un double défi : construire une blague politique d'actualité, tout en respectant un format du mème. Dans ces situations, ils combinent donc l'aspect ludique des mèmes (Mortensen et Neumayer, 2021), avec leurs connaissances parfois extensives de certains aspects de la politique (Lalancette, Small et Pronovost, 2019). Cette fusion du rire et de l'expression politique permet à ces créateurs de se défouler, et, par leurs pages, de bâtir un sentiment de communauté auprès d'autres utilisateurs qui partagent leurs valeurs.

En plus du désir de s'exprimer politiquement, plusieurs des créateurs nous ont confié vouloir exercer un pouvoir d'influence par leurs mèmes. Leur vision est

pragmatique : les mèmes qu'ils créent ne provoqueront jamais du changement à eux tout seuls. Cependant, ils sont vus comme des points de départ, qui pourront provoquer la réflexion. Suivant nos analyses, ces mèmes fonctionnent donc comme des unités de cultures participative. Ils sont facilement accessibles et partagent de façon ludique des idées nouvelles, conçues pour pousser un utilisateur vers l'action. D'ailleurs, l'acte même de créer et partager ces mèmes fait partie d'une culture participative qui est d'autant plus collaborative. L'acte de créer des mèmes pour ces pages ne se fait pas en silo, mais avec l'aide et les rétroactions des autres.

D'ailleurs, en accord avec le concept de microcélébrité (Marwick et boyd, 2011), les créateurs ont exprimé être conscients de leur public et parfois gérer leur page en conséquence. Notons que ces actions sont majoritairement réactives. Au lieu de créer leurs mèmes en fonction des attentes de leur public, les créateurs ont plutôt tendance à prendre des choix de gestion face aux réactions de celui-ci. En effet, ils agissent dans une logique de gestion. Celle-ci est dictée par une multiplicité de facteurs, incluant les rétroactions des membres de leurs communauté, ainsi que les limites à leur contenu imposé par la plateforme. Par le fait même de créer un espace désigné au sein duquel il partage ses mèmes, le créateur se retrouve donc à occuper les fonctions d'un modérateur (Mathias, 2016, Grimmelman, 2015).

Mentionnons que parmi les facteurs influent sur le créateur, la plateforme elle-même semble jouer le plus grand rôle. Les créateurs mentionnent choisir leur moment de publication selon les dispositions opaques et changeantes de l'algorithme. Quant aux mèmes eux-mêmes, il semble que ce sont les règles de conduite des plateformes ont la

plus grande influence sur le processus de création. Ces affirmations semblent soutenir l'idée centrale de *The Platform Society*, selon laquelle les grandes plateformes sociales façonnent nos interactions (van Dijck, Poell et de Waal, 2019). Dans le cas des créateurs de mêmes, elles influencent le moment de publication afin d'assurer que le plus de personnes possibles les voient. Par ailleurs, elles peuvent influencer le contenu des mêmes qui y sont partagés en sanctionnant son créateur. L'influence de la plateforme sur le contenu mémétique qui y est partagé semble jouer un rôle important dans le processus de création et mérite d'être étudié plus en détail.

Limites et pistes de recherches futures

Cette étude n'est pas sans failles. La taille de l'échantillon est limitée ; une étude future avec plus de répondants révélerait peut-être d'autres points de vue. De plus, les responsables de pages interviewés ont tous exprimé des points de vue politiques à la gauche de l'échiquier – et ce, malgré notre désir d'inclure une diversité d'opinions dans le cadre de ce travail. Ce manque de diversité est potentiellement dû à notre méthode de recrutement. Dans notre recherche de pages répondant à nos critères d'inclusion, nous avons utilisé notre compte personnel pour explorer Facebook et Instagram. Il est possible que l'algorithme de ces plateformes ait biaisé le type de pages que nous avons réussi à trouver. Des contraintes de temps ont rendu un deuxième processus de recrutement impossible, malgré ce constat.

Par ailleurs, alors que le manque de diversité politique au sein de nos données est malheureux, il existe quelques avantages à un échantillon composé principalement de pages de gauche. Premièrement, l'expression politique de gauche est relativement peu

étudiée en ligne comparativement à la droite et à l'extrême droite. (Dean, 2020). Cependant, comme les pages à l'étude le démontrent, la gauche est bien active sur les réseaux sociaux numériques. Deuxièmement, la prédominance de la gauche au sein de notre échantillon nous permet de mieux discerner les différences entre les créateurs du centre gauche versus ceux qui approchent l'extrême. En effet, une diversité d'opinions est représentée au sein de notre corpus.

Il reste encore beaucoup à apprendre sur les créateurs de mèmes. Des futures études pourraient s'intéresser plus précisément aux motivations des créateurs à la droite de l'échiquier politique. Un autre élément à explorer plus en profondeur est l'impact des plateformes sociales sur le processus de création de mèmes. Les consommateurs de mèmes méritent à leur tour un regard académique. Sont-ils réellement influencés par les mèmes politiques, comme certains des créateurs à l'étude le souhaitent? Chose certaine, le mème internet est là pour demeurer et nous nous devons de rester à l'affût de ses futures variations.

*I...did nothing at all but try to find out, as usual,
what was making the picture in my mind.*

Joan Didion, *South and West*, p. 15

Chapitre 4 : Discussion

Dans ce dernier chapitre, nous allons d'abord examiner les résultats de notre recherche et offrir un bilan en revenant sur nos hypothèses. Par après, nous discuterons des questionnements corollaires à cette recherche et aux pistes de réflexion futures.

Une thématique qui émerge de nos résultats sont les rôles qu'occupent les créateurs de mème. Nous pouvons diviser ces rôles en deux catégories : ceux auxquels ils aspirent et ceux qui leur sont imposés. Les rôles auxquels ils aspirent – humoristes, propagandistes – nous aident à mieux comprendre leurs motivations et les contours de leur participation politique. Tandis que les rôles qui leur sont imposés - modérateurs, responsable de relations publiques pour leurs pages – nous permettent d'éclaircir leurs pratiques de gestion.

Motivations : faire rire, faire changer d'idée

L'humour ne figure pas dans la définition du mème de Shifman (2014). En effet, le concept du mème, central à cette recherche, s'intéresse beaucoup plus à la propagation, la réplique et la mutation d'un contenu qu'au contenu lui-même. Ceci étant dit, mèmes et humour vont souvent de pair ; et certainement, pour ce qui est de nos créateurs, l'aspect humoristique du mème est un facteur motivant clé. Selon leurs dires, une partie intégrale du processus de création de mème est le développement d'une blague qui pourra être apposé au gabarit de mème choisi. Dans ce sens, ils font écho à Wiggins et Bowers (2015), qui perçoivent les mèmes comme appartenant à un genre artistique de création, assujéti à des règles et des conventions qui lui sont propres.

Cependant, pour ces créateurs, l'humour n'est pas simplement une convention de genre, c'est également une partie intégrale de leur perception de leur rôle en tant que

créateurs de mèmes. En entrevue, ils abordent longuement le processus de construction de leurs blagues, leur désir d'offrir une perspective nouvelle, du « punching up » versus du « punching down ». Ils se voient comme des comédiens, ou des humoristes et ils approchent la création de mèmes guidés par cette perception d'eux-mêmes. Ce rapport à l'humour de la part des créateurs de mèmes mérite d'être étudié plus en profondeur. Si ce mémoire s'intéresse spécifiquement aux créateurs de mèmes politiques, nous pouvons toutefois imaginer que ce désir d'expression humoristique s'applique de façon plus globale chez différents créateurs.

Or, la création de mèmes politiques pose un double défi pour les créateurs à l'étude. Comment être drôle tout en parlant de politique ? Et pourquoi même tenter de le faire ? Les explications qui nous ont été fournies dans le cadre de nos entretiens sont multiples. Intérêt pour la joute, besoin de rire face au politique, devoir de mémoire : les motivations exactes sont variées. Ce qui les lie, par contre, est un désir général de s'exprimer politiquement, confirmant notre première hypothèse. En ce sens, le recours aux mèmes peut être vu comme une expression de culture participative (Jenkins, 2009). Cette expression est rendue accessible par la facilité de créer des mèmes et même de bâtir un espace sur Facebook ou Instagram où ils peuvent partager ceux-ci avec un public. Notons tout de même que cette accessibilité n'impacte pas nécessairement la qualité de leurs commentaires politiques. En effet, en ligne avec les travaux de Lalancette, Small et Pronovost (2019), les créateurs semblent avoir une bonne maîtrise de leur sujet.

En plus du désir de s'exprimer politiquement, plusieurs des créateurs nous ont confié vouloir exercer un pouvoir d'influence par leurs mèmes. Leur vision est

pragmatique : les mèmes qu'ils créent ne provoqueront jamais du changement à eux seuls. Tout de même, ils croient que leurs créations peuvent inciter le début d'une réflexion chez leur public. Dans ce sens, ils se perçoivent comme des propagandistes. Soulignons que ce ne sont pas tous les créateurs qui souscrivent à cette vision. En effet, les créateurs qui nous ont partagé cette motivation tenaient souvent des propos politiques plus marginaux, s'identifiant, entre autres, comme anarchistes ou communistes. Or, le mème peut-être un puissant outil de persuasion et de changement politique (Mina, 2019). L'actualité regorge d'exemples d'internautes influencés et radicalisés par les mèmes, dont des cas tragiques comme les fusillades à Buffalo et à Highland Park aux États-Unis (Abbas et al., 2022, Youssef, 2022).

Gestion de page : des rôles imposés

La création de pages de mèmes amène presque obligatoirement des responsabilités de modérateur. Dans ce rôle, les choix que font les créateurs relatifs à leur page sont observés et influencés par leur public, ainsi que leur plateforme (Dineva et Breitsohl, 2022). Tout comme les motivations, les stratégies de gestion et de modération varient. Certains créateurs ont rapporté être actifs et à l'écoute de leurs publics, agissant selon une logique du *care*. D'autres étaient, en comparaison, nettement moins actifs sur ce front, et se sont seulement engagés lorsque leur manque d'intervention risquait de devenir un problème potentiel, agissant plutôt selon une logique de relations publiques.

En effet, les créateurs étaient généralement conscients de leur public et ont rapporté adopter différentes stratégies de gestion en conséquence. Bien choisir son moment de publication, par exemple, est une stratégie évoquée pour assurer un bon niveau

d'interaction entre le public et un mème. Limiter son nombre de publications quotidiennes en est une autre. Cette conscience de son public peut être liée avec le concept de microcélébrité (Marwick et boyd, 2011). Or, alors que nous avons postulé plus haut que les interactions entre public et créateur auraient un impact sur la création de mèmes, ceci ne semble pas être le cas. Plutôt, lorsqu'ils interagissent avec leur public, les créateurs sont réactifs, agissant principalement comme des responsables de relations publiques et visant à protéger leur marque.

Sur ce même thème, le facteur le plus influent sur le processus de création de mèmes ne semble pas être la rétroaction du public, mais bien les critères imposés par la plateforme. Les créateurs sont assujettis à ses règles et peuvent être sanctionnés si leurs mèmes sont perçus comme ayant à l'encontre de celles-ci. Si les créateurs ne sont pas sanctionnés, leurs mèmes peuvent aussi être invisibilisés selon les dispositions opaques de l'algorithme. Ces tendances semblent soutenir l'idée centrale de *The Platform Society*, selon laquelle les grandes plateformes sociales façonnent nos interactions (van Dijck, Poell et de Waal, 2019). En effet, l'influence de la plateforme sur les mèmes qui y sont partagés semble jouer un rôle important dans le processus de création et mérite d'être étudié en plus grande profondeur.

Limites de l'étude

Notre étude comporte des limites. La taille de l'échantillon est restreinte ; une étude future avec plus de répondants relèverait peut-être d'autres points de vue. D'autant plus, les responsables de pages interviewés ont tous exprimé des points de vue à gauche de l'échiquier politique – et ce, malgré notre désir d'inclure une diversité d'opinions dans

le cadre de ce travail. Ce manque de diversité est potentiellement attribuable à notre méthode de recrutement. Dans notre recherche de pages répondant à nos critères d'inclusion, nous avons utilisé notre compte personnel pour explorer Facebook et Instagram. L'algorithme de ces plateformes a peut-être joué un rôle dans les pages suggérées.

Par ailleurs, malgré que le manque de diversité politique au sein de nos données propose un regard potentiellement unifié, il existe quelques avantages à un échantillon composé principalement de pages de gauche. L'expression politique de gauche est peu étudiée comparativement à celle de l'extrême-droite (Dean, 2020). Cependant, la gauche est très active sur le web 2.0, comme les pages à l'étude le démontre. Cette prépondérance de pages de gauche nous permet d'ailleurs de mieux discerner les nuances et les débats en les créateurs plus centristes versus ceux qui sont plus extrêmes. En effet, une diversité d'opinions est représentée au sein de notre corpus.

Futures pistes de recherche

Si, à la fin de notre parcours, nous avons les débuts des réponses aux interrogations qui nous ont poussé à poursuivre des études supérieures, nous avons également de nouvelles questions à explorer. Parmi ces questions, certaines sont nées des limites de ce mémoire. Il serait par exemple pertinent de reproduire cette recherche auprès de créateurs de mêmes à la droite de l'échiquier politique, pour ensuite comparer les résultats. Sont-ils également motivés par le potentiel de persuasion de leurs mêmes? Continuant dans cette lignée, le réel impact de mêmes sur les opinions politiques de leur public risque d'être

difficile à mesurer, mais demeure tout de même une autre piste de recherche valide et prometteuse.

Au-delà de la sphère politique, ce mémoire invite également de nouveaux questionnements sur les créateurs de mèmes. Quel est le rôle de l'humour comme facteur motivant dans la création de mèmes? Est-ce que la perception de soi-même en tant qu'humoriste persiste chez les créateurs de mèmes plus généralistes? Un autre grand axe de réflexion est l'impact des plateformes sur le mème. Notre recherche a soulevé des comportements fortement influencés par les modalités des plateformes, comme Facebook et Instagram. Il serait fort pertinent d'explorer ces comportements plus en détail, dans le but de mieux comprendre l'impact des plateformes sur la création de mèmes.

Finalement, prenons quelques lignes pour discuter de nos futures pistes de recherche. Le dépôt d'un mémoire signifie la fin d'un programme de maîtrise, et, pour nous, le début d'études doctorales. Parmi les maints questionnements que ce projet a suscités, celui que nous souhaitons poursuivre au troisième cycle est l'appropriation du mème par la classe professionnelle. Les créateurs à l'étude sont des amateurs et ne sont pas payés pour leurs mèmes. Au contraire, les créateurs que nous visons prochainement publient des mèmes dans le cadre de leur travail. Ils sont rémunérés pour leurs efforts et créent des mèmes pour promouvoir un produit ou une image de marque. En conséquence, leur liberté créative est plus limitée. Nous avons à l'égard de ces créateurs professionnels une panoplie de questions et c'est avec enthousiasme que nous entamons cette prochaine étape dans notre parcours.

Références bibliographiques

- Abbas, T., Bolaños Somoano, I., Cook, J., Frens, I., Klein, G. R., & McNeil-Wilson, R. (2022). The Buffalo Attack – An Analysis of the Manifesto. *International Centre for Counter-Terrorism*. <https://icct.nl/publication/the-buffalo-attack-an-analysis-of-the-manifesto/>
- Abidin, C. (2017). #familygoals: Family Influencers, Calibrated Amateurism, and Justifying Young Digital Labor. *Social Media + Society*, 3(2), 1-15. <https://doi.org/10.1177/2056305117707191>
- Angel M. Hinzo & Lynn Schofield Clark (2019). Digital survivance and Trickster humor: exploring visual and digital Indigenous epistemologies in the #NoDAPL movement, *Information, Communication & Society*, 22(6), 791-807, DOI: 10.1080/1369118X.2019.1573911
- Askanius, T. & Keller, N. (2021). Murder fantasies in memes: fascist aesthetics of death threats and the banalization of white supremacist violence. *Information, Communication & Society*, 24 (16), 2522-2539. <https://doi-org.biblioproxy.uqtr.ca/10.1080/1369118X.2021.1974517>
- Banet-Weiser, S. & Miltner, K. M. (2016). #MasculinitySoFragile: culture, structure, and networked misogyny, *Feminist Media Studies*, 16(1), 171-174, DOI: 10.1080/14680777.2016.1120490
- Bebić, D., & Volarevic, M. (2018). Do not mess with a meme: the use of viral content in communicating politics. *Communication & Society*, 31(3), 43-56. doi:10.15581/003.31.3.43-56
- Bennet, Colin J. & Bayley, Robin M. (Mars 2012). *Les partis politiques fédéraux du Canada et la protection des renseignements personnels : une analyse comparative*. Commissariat à la protection de la vie privée du Canada. https://www.priv.gc.ca/fr/mesures-et-decisions-prises-par-le-commissariat/recherche/consulter-les-travaux-de-recherche-sur-la-protection-de-la-vie-privee/2012/pp_201203/
- Bennett, W. L. (2008). «Changing Citizenship in the Digital Age. » Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth. Edited by W. Lance Bennett. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008. 1–24. doi: 10.1162/dmal.9780262524827.001

- Bennett, W. L. & Alexandra Segerberg (2012). The Logic Of Connective Action, *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768, DOI: 10.1080/1369118X.2012.670661
- Blodgett, B. M. (2020). Media in the Post #GamerGate Era: Coverage of Reactionary Fan Anger and the Terrorism of the Privileged. *Television & New Media*, 21(2), 184–200. <https://doi.org/10.1177/1527476419879918>
- Bossi, L., Lavizzari, A., & Portos, M. (2022). The impact of intolerance on young people’s online political participation. *Politics*, 42(1), 95-127. Doi/10.1177/02633957211014453
- Boulianne, S. (2020). Twenty Years of Digital Media Effects on Civic and Political Participation. *Communications Research*, 47(7), 947-966. Doi/10.1177/0093650218808186
- Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young People, Digital Media, and Engagement: A Meta-Analysis of Research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111–127.
- Carter, J. S. (2021). Millennials versus Old Economy Steve: Memes, Generational Abandonment, and the Possibilities of Taking Care, *Southern Communication Journal*, 86(4), 309-319. <https://doi.org/10.1177/14614448211020690>
- Chatterjee, A. (2020). Humourin Narendra Modi memes on new media. *South Asian Popular Culture*, 18(3), 227–245. Doi/full/10.1080/14746689.2020.1815450
- Christensen, H. S. (2011). Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means? *First Monday*, 16(2). <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/download/3336/2767>
- Dalton, R. J. (2016). *The good citizen : how a younger generation is reshaping american politics*. SAGE, CQ Press.
- Dean, J. (2020). Left politics and popular culture in Britain: From left-wing populism to ‘popular leftism.’ *Politics*. <https://doi.org/10.1177/0263395720960661>
- Denisova, A. (2019). *Internet Memes and Society : Social, Cultural, and Political Contexts*. New York, NY: Routledge.
- Didion, J. (2018). *South and West – From a Notebook*. Penguin Random House.

- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Dineva, D., & Breitsohl, J. (2022). Managing trolling in online communities: an organizational perspective. *Internet Research*, 32(1), 292–311. <https://doi-org.biblioproxy.uqtr.ca/10.1108/INTR-08-2020-0462>
- Dostie-Goulet, E. & Guay, J.-H. (2013). La politique positive : un levier pour susciter l'intérêt envers la politique chez les jeunes. *Politique et Sociétés*, 32(2), 67–88. <https://doi.org/10.7202/1021355ar>
- Douglas, N. (2014). It's Supposed to Look Like Shit: The Internet Ugly Aesthetic. *Journal of Visual Culture*, 13(3), 314-339. doi:10.1177/1470412914544516
- Duguay, P. A. (2020). L'Internet et les médias sociaux : un effet sur les attitudes des millénariaux canadiens à l'égard de la politique. *Politiques & Société*, 39(2), 135-157. <https://doi.org/10.7202/1070042>
- Gaudet Stéphanie, Robert, D., & Lavoie, K. (2018). *L'aventure de la recherche qualitative : du questionnement à la rédaction scientifique*. Presses de l'Université d'Ottawa (PUO).
- Gee, J. P. (2004). *Situated language and learning : a critique of traditional schooling*. Routledge. Retrieved 2022, from <https://uqtr.on.worldcat.org/search/detail/62094513?lang=fr&queryString=James%20Paul%20Gee&clusterResults=true&stickyFacetsChecked=true&groupVariantRecords=false>
- Gillespie, T. (2018). Regulation of and by platforms. Dans J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell *The sage handbook of social media* (pp. 254-278). SAGE Publications Ltd, <https://dx.doi.org/10.4135/9781473984066.n15>
- Gladwell, M. (2010). Small Change – Why the Revolution Won't be Tweeted. *The New Yorker*. <https://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell>
- Glitsos, L. & Hall, J. (2019). The Pepe the Frog meme: an examination of social, political, and cultural implications through the tradition of the Darwinian Absurd. *Journal for Culture Research*, 23(4), 381-395. <https://doi.org/10.1080/14797585.2019.1713443>
- Grimmelmann, J (2015). The virtues of moderation. *Yale Journal of Learning and Technology* 17, 43-108. <http://james.grimmelmann.net/files/articles/virtues-of-moderation.pdf>

- Haenssger, M. J. (2019). *Interdisciplinary qualitative research in global development : a concise guide*. Emerald Publishing Limited. Doi/10.1108/9781839092299
- Hagen, S. (2022). ‘Who is /ourgyu/?’: Tracing panoramic memes to study the collectivity of 4chan/pol/. *New Media & Society*, 1(21). Doi/10.1177/14614448221078274
- Hawley, G. (2017). *Making Sense of the Alt-Right*. Columbia University Press.
- Sloam, J. (2014). ‘The outraged young’: young Europeans, civic engagement and the new media in a time of crisis, Information. *Communication & Society*, 17(2), 217-231, DOI: 10.1080/1369118X.2013.868019
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture*. Retrieved from: https://www.macfound.org/media/article_pdfs/jenkins_white_paper.pdf
- Jensen, M. S., Neumayer, C. & Rossi, L. (2020). ‘Brussels will land on its feet like a cat’: motivations for memefying #Brusselslockdown, *Information, Communication & Society*, 23(1), 59-75, DOI: 10.1080/1369118X.2018.1486866
- Johann, M. & Bulow, L. (2019). One Does Not Simply Create a Meme: Conditions for the Diffusion of Internet Memes. *International Journal of Communication*, 13, 1720–1742. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/9169/2622>
- Just, S. N. (2019). An assemblage of avatars: Digital organization as affective intensification in the GamerGate controversy. *Organization*, 26(5), 716–738. <https://doi.org/10.1177/1350508419842710>
- Kligler-Vilenchik, N. & Thorson, K. (2016). Good citizenship as a frame contest: Kony2012, memes, and critiques of the networked citizen. *New Media & Society*, 18(9), 1993-2011, doi: 10.1177/1461444815575311
- Knobel, M. and Lankshear, C. (2007). Online memes, affinities, and cultural production. In: Knobel, Michele, and Lankshear, Colin, (dir.) *A New Literacies Sampler*. Peter Lang, New York, pp. 199-227.
- Kwak, N., Poor, N. & Skoric, M. M. (2006). Honey, I Shrank the World! The Relation Between Internet Use and International Engagement, *Mass Communication and Society*, 9(2), 189-213, DOI: 10.1207/s15327825mcs0902_4
- Lalancette, M., & Small, T. A. (2020). «Justin Trudeau—I Don’t Know Her»: An Analysis of Leadership Memes of Justin Trudeau. *Canadian Journal of Communication*, 45(2), 305-325. doi:10.22230/cjc.2020v45n2a3445

- (2020). Not a Leader! Theresa May's Leadership Through the Lens of Internet Memes. Dans R. Davis et D. Taras (dirs) *Power Shift? Political Leaders and Social Media*. London : Routledge, p. 209-219.
- Lalancette, M., Raynauld, V. & S. Tourigny-Koné (2021). An Under-the-Hood Look at Social Media-Fueled Protest: Defining Interactions Between News Media Organizations, Activists, and Citizens on Twitter. *Communication and Culture Review*, 2(1-2), 4-21.
- Lalancette, M., Small, T. A., Pronovost, M. (2019). Trolling Stephen Harper - Internet Memes as Online Activism. In M. Lalancette, Raynauld, Vincent, Erin Crandall (Ed.), *What's Trending in Canadian Politics?* Canada: UBC Press.
- Luckerhoff, J., & Guillemette F. (2012). Méthodologie de la théorisation enracinée : fondements, procédures et usages. Presses de l'Université du Québec.
- Lukács, G. (2021). Internet Memes as Protest Media in Populist Hungary. *Visual Anthropology Review*, 37(1), 52–76. <https://doi-org.biblioproxy.uqtr.ca/10.1111/var.12232>
- Lynch, M. P. (2022). Memes, misinformation, and political meaning. *The Southern Journal of Philosophy*, 60 (1), 38-56. DOI: 10.1111/sjp.12456
- Marin, S. (2022, 25 juin). Choc et consternation devant la Cour suprême après l'invalidation de «Roe v. Wade». *Le Devoir*. <https://www.ledevoir.com/monde/726810/c-est-la-fin-pour-roe-vs-wade-qui-protegeait-l-avortement>
- Marwick, A., & boyd, d. (2011). To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence*, 17(2), 139–158. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>
- Mathias, N. J. (2016). The Civic Labor of Online Moderators. *IPP 2016: The Platform Society*, 1(10). <https://tinyurl.com/4xcd2ncd>
- Mayes, E. & Center, E. (2022). Learning with student climate strikers' humour: towards critical affective climate justice literacies. *Environmental Education Research*. DOI: 10.1080/13504622.2022.2067322
- McKelvey, F., DeJong, S., & Frenzel, J. (2021). Memes, scenes and #ELXN2019s: How partisans make memes during elections. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448211020690>
- McLoughlin, L., & Southern, R. (2021). By any memes necessary? Small political acts, incidental exposure and memes during the 2017 UK general election. *British Journal of*

- Politics & International Relations*, 23(1), 60–84. <https://doi-org.biblioproxy.uqtr.ca/10.1177/1369148120930594>
- Milner, R. M. (2013). Pop Polyvocality: Internet Memes, Public Participation, and the Occupy Wall Street Movement. *International Journal of Communication*, 7, 2357–2390.
- Milner, R. M. (2016). *The world made meme : public conversations and participatory media*. The MIT Press.
- Miltner, K. M. (2014). «There’s no place for lulz on LOLCats »: The role of genre, gender, and group identity in the interpretation and enjoyment of an Internet meme. *First Monday*, 19(8). <https://doi.org/10.5210/fm.v19i8.5391>
- Mina, A. X. (2019). *Memes to movements : how the world's most viral media is changing social protest and power*. Beacon Press.
- Morozov, E. (2012). *The New Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. Public Affairs.
- Mortensen, M., & Neumayer, C. (2021). The playful politics of memes. *Information, Communication & Society*, 24(16), 2367–2377. <https://doi-org.biblioproxy.uqtr.ca/10.1080/1369118X.2021.1979622>
- Nee, R. C., & De Maio, M. (2019). A « Presidential Look? » An Analysis of Gender Framing in 2016 Persuasive Memes of Hillary Clinton. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(2), 304–321. <https://doi-org.biblioproxy.uqtr.ca/10.1080/08838151.2019.1620561>
- Ouellete-Vézina, H. (2022, 6 juin). Legault ferme la porte, l’opposition accepte l’invitation. *La Presse*. <https://www.lapresse.ca/actualites/politique/2022-06-06/debat-des-chefs-sur-l-environnement/legault-ferme-la-porte-l-opposition-accepte-l-invitation.php>
- Paperman, P. (2013). *Care et sentiments*. Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.paper.2013.01>
- Penney, J. (2017). Social Media and Citizen Participation in «Official» and «Unofficial» Electoral Promotion: A Structural Analysis of the 2016 Bernie Sanders Digital Campaign. *Journal of Communication*, 67(3), 402-423. doi:10.1111/jcom.12300
- Penney, J. (2020). 'It's So Hard Not to be Funny in This Situation': Memes and Humor in U.S. Youth Online Political Expression. *Television & New Media*, 21(8), 791-806. doi:10.1177/1527476419886068

- Phillips, W. (2015). *This is why we can't have nice things: mapping the relationship between online trolling and mainstream culture*. The MIT Press.
- Pidkuimukha, L., & Kiss, N. (2020). Battle of Narratives: Political Memes during the 2019 Ukrainian Presidential Election. *Cognitive Studies / Études Cognitives*, 20, 1–24. <https://doi-org.biblioproxy.uqtr.ca/10.11649/cs.2246>
- Plante, C. (2022, 7 juin). Le refus de François Legault est dû à « sa peur de défendre son échec », selon QS. *La Presse*. <https://www.lapresse.ca/actualites/politique/2022-06-07/debat-sur-l-environnement/le-refus-de-francois-legault-est-du-a-sa-peur-de-defendre-son-echec-selon-qs.php>
- Pollard, T. (2018). Alt-Right Transgressions in the Age of Trump. *Perspectives on Global Development and Technology*, 17(1-2), 76-88. <https://doi.org/10.1163/15691497-12341467>
- Radio-Canada (2021, 21 juillet). GNL Québec : le gouvernement rejette le projet. *Radio-Canada*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1810768/gnl-quebec-energie-saguenay-decision-gouvernement>
- Rentschler, C. A., & Thrift, S. C. (2015). Doing feminism in the network: Networked laughter and the ‘Binders Full of Women’ meme. *Feminist Theory*, 16(3), 329–359. <https://doi.org/10.1177/1464700115604136>
- Richardson, E. & Ragland, A. (2018). “#StayWoke: The Language and Literacies of the #BlackLivesMatter Movement.” *Community Literacy Journal*, 12(2) pp. 27-56. doi:10.25148/clj.12.2.009099.
- Romelaer, P. (2005). L'entretien de recherche. Dans : , P. Roussel & F. Wacheux (Dir), *Management des ressources humaines: Méthodes de recherche en sciences humaines et sociales* (pp. 101-137). Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.rouss.2005.01.0101>
- Rooney, S. (2021). *Beautiful World, Where Are You?* Penguin Random House.
- Ross, A. S. et Rivers, D. J. (2017). Digital cultures of political participation: Internet memes and the discursive delegitimization of the 2016 U.S Presidential candidates. *Discourse, Context & Media*, 16. 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.01.001>
- Ruess, C., Hoffman, C. P., Boulianne, S. & Heger, K. (2021). Online political participation: the evolution of a concept. *Information, Communication & Society*, doi/10.1080/1369118X.2021.2013919

- Ruiz, R. (2017). Why 'Handmaid's Tale' costumes are the most powerful meme of the resistance yet. Mashable. <https://mashable.com/article/handmaids-tale-protests-costumes>
- Schumann, S., & Klein, O. (2015). Substitute or stepping stone? Assessing the impact of low-threshold online collective actions on offline participation. *European Journal of Social Psychology*, 45(3), 308–322. <https://doi-org.biblioproxy.uqtr.ca/10.1002/ejsp.2084>
- Seiffert-Brockmann, J., Diehl, T., & Dobusch, L. (2018). Memes as games: The evolution of a digital discourse online. *New Media & Society*, 20(8). <https://doi.org/10.1177/1461444817735334>
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. The MIT Press.
- Stalcup, M. (2016). The Aesthetic Politics of Unfinished Media: New Media Activism in Brazil. *Visual Anthropology Review*, 32(2), 144–156. <https://doi-org.biblioproxy.uqtr.ca/10.1111/var.12106>
- Stassen, H. M. & Bates, B. R. (2020). Beers, Bros, and Brett: memes and the visual ideograph of the <Angry White Man>. *Communication Quarterly*, 68(3), 331-354. <https://doi.org/10.1080/01463373.2020.1787477>
- Theben, A., Porcu, F., Pena-López, I., & Lupiáñez Villanueva, F. (2018). Study on the impact of the internet and social media on youth participation and youth work. Final report. European Commission. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/b7fbaf6c-5e36-11e8-ab9c-01aa75ed71a1>
- Thomas, B., & Round, J. (2016). Moderating readers and reading online. *Language and Literature*, 25(3), 239–253. <https://doi.org/10.1177/0963947016652785>
- Trillò, T. & Shifman, L. (2021). Memetic commemorations: remixing far-right values in digital spheres, *Information, Communication & Society*, 24(16), 2482-2501, DOI: 10.1080/1369118X.2021.1974516
- Tronto, J. (2012). *Le risque ou le care ?*. Presses Universitaires de France. <https://doi-org.biblioproxy.uqtr.ca/10.3917/puf.tron.2012.01>
- Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2019). *The Platform Society*. Oxford University Press.
- Vickery, J. R. (2014). The curious case of Confession Bear: The reappropriation of online macro-image memes. *Information, Communication & Society*, 17 (3). [10.1080/1369118X.2013.871056](https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.871056)

- Wiggins, B. E., & Bowers, G. B. (2015). Memes as genre: A structural analysis of the memescape. *New Media & Society*, 17(11), 1886-1906.
doi:10.1177/1461444814535194
- Wray-Lake, L. (2019). How Do Young People Become Politically Engaged? *Child Development Perspectives*, 13(2), 127–132. <https://doi-org.biblioproxy.uqtr.ca/10.1111/cdep.12324>
- Youssef, O. (2022, 5 juillet). Experts say the digital footprint of the Highland Park suspect fits into a new trend. *National Public Radio*.
<https://www.npr.org/2022/07/05/1109883834/experts-say-the-digital-footprint-of-the-highland-park-suspect-fits-into-a-new-t>
- Zeng, J. & Abidin, C. (2021). ‘#OkBoomer, time to meet the Zoomers’:studying the memefication of intergenerational politics on TikTok, *Information, Communication & Society*, 24(16), 2459-2481. Doi/full/10.1080/1369118X.2021.1961007
- Zhang, X., & Davis, M. (2022). E-extremism: A conceptual framework for studying the online far right. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448221098360>

