

République Algérienne Démocratique Et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur Et de la Recherche Scientifique
Université Abderrahmane Mira-Bejaia
Faculté des Lettres et des Langues



Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Master

Option : Sciences du langage

**Les mèmes algériens sur le réseau social *Instagram* :
Leurs significations implicites et leur impact sur les perceptions sociales
et culturelles.**

Présenté par :

Mlle. Mahiddine Yasmine

Ms. Maafa Lyes

Dirigé par :

BEKTACHE Mourad

Membres du jury :

Président : ABDELLAOUI Aomar

Directeur de recherche : BEKTACHE Mourad

Examinateur : SEGHIR Atmane

Année universitaire 2024-2025

Remerciements

Nous remercions Dieu tout puissant qui nous a donné la volonté, le courage et de la patience durant notre parcours.

Nous tenons à remercier avec une sincère reconnaissance Notre directeur de recherche, « M. Bektache » pour son accompagnement, ses conseils précieux et sa bienveillance tout au long de ce travail.

Nos sincères remerciements vont également aux membres du jury pour le temps et l'attention qu'ils ont accordé à notre mémoire.

Nous exprimons également notre reconnaissance à tous les enseignants qui nous ont formés, pour la transmission de leur savoir, la qualité de leur enseignement et leur rôle essentiel dans notre parcours.

Enfin, nous souhaitons remercier nos familles, nos amis, ainsi que toutes les personnes qui, de près ou de loin, nous ont soutenus et encouragés durant cette aventure.

MAHIDDINE YASMINE ET MAAFA LYES.

Dédicaces

Il y a des présences qui illuminent une vie, et celle de Lalaoui Sarah en faisait partie. Aujourd’hui, je rends hommage à l’une de mes chères amies dont l’absence me laisse un vide immense.

Même si elle n’est plus parmi nous, sa mémoire continue de vivre en nous.

Que Dieu lui accorde Ses vastes paradis et l’accueille dans Sa miséricorde infinie. Paix à son âme.

Je dédie ce travail

A mon cher papa, source de sagesse et de force pour son courage inspirant et son soutien tout au long de ce parcours.

A ma tendre maman, pilier de mon existence et lumière de ma vie pour sa présences constante, son amour inconditionnel et ses bras toujours ouverts.

A mes frères Hani et Mouhamed, ainsi qu’à ma sœur Lyna, pour leur amour, leur patience et leur soutien constant.

A FOUAD, ma source de positivité pour son soutien, sa patience et sa présence apaisante dans les moments les plus fragiles.

A IKHLEF LOUNAS, un ami très cher, un frère de cœur, dont la présence m’a été précieuse tout au long de ce parcours.

À mon binôme, MAAFA LYES avec qui j’ai partagé les joies et les défis de cette année.

A YASMINE, une amie fidèle à qui je tiens profondément pour son aide précieuse.

À mes amies d’enfance, FATIHA et SARAH, qui occupent une place particulière dans ma vie depuis toujours, et qui m’ont toujours soutenue avec affection et loyauté.

À mes précieuses amies AMEL, NINA, SOFIA et MALAK, merci d’avoir fait partie de cette belle aventure.

MAHIDDINE YASMINE.

Dédicaces

Je dédie ce travail

À ma mère, source infinie de tendresse, de force et de courage.

À mon père, modèle de sagesse, de patience et de persévérance.

À mes frères et sœurs, pour leur présence silencieuse mais toujours rassurante. À toute ma famille, pour leur amour et leur soutien constants.

Une pensée toute spéciale pour ma chère binôme Yasmine, à qui je tiens à dédier ce travail. Elle est non seulement d'une grande gentillesse, mais aussi sympathique, adorable et toujours souriante. Elle a fait preuve d'un engagement exemplaire et a travaillé avec rigueur et persévérance tout au long de notre recherche.

Je dédie également ce travail à mon groupe scout Ath Yemmal Tadarth Mokrane, véritable école de valeurs humaines, de solidarité et d'engagement.

À mes amis sincères, avec qui j'ai partagé mes années universitaires en particulier Amel, Cylia, Nina, Sofia, Liza, Lounes, Malak, Thiziri et Massinissa pour votre présence, vos rires et votre force dans les moments difficiles.

Ce mémoire est le fruit de votre amour, de votre confiance, de votre soutien et de vos prières silencieuses. Merci à tous ceux qui ont cru en moi, même dans mes silences, même dans mes hésitations. Je vous le dédie avec toute ma gratitude et mon affection.

MAAFA LYES.

Sommaire

Introduction générale	1
Chapitre I : Cadre théorique	5
1. Autour de la sociolinguistique.....	6
2 Autour de la sémiologie.....	9
3 Autour de la pragmatique	11
4 Autour de la praxématique	13
5 La théorie des mèmes.....	15
6 L'enquête de terrain.....	40
Chapitre II : Résultat de l'enquête.....	45
1. Grille d'évaluation	45
2. Analyse des données.....	47
Conclusion générale	62
Référence bibliographiques	64
Table des tableaux et des figures	70
Annexes	75

INTRODUCTION GÉNÉRALE

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Dans le cadre des sciences du langage, l'étude des mèmes sur les réseaux sociaux et plus particulièrement sur *Instagram* ouvre la voie à une réflexion approfondie sur la communication contemporaine.

Ces sciences, qui englobent divers domaines tels que la linguistique, la sociolinguistique et la sémiologie jouent un rôle essentiel dans l'explication des interactions entre le langage et les images ainsi que les significations qu'ils transmettent.

La sociolinguistique, en tant que champ interdisciplinaire, s'intéresse aux relations entre le langage et la société. La sémiologie, qui étudie les signes et leurs significations s'avère essentielle pour analyser les mèmes en tant que formes de communication visuelle.

Dans une Algérie marquée par une grande diversité culturelle, linguistique et historique, l'humour a toujours occupé une place centrale dans les interactions sociales. Ces dernières années, les réseaux sociaux et notamment *Instagram* sont devenus le théâtre de nouvelles formes d'expression populaire. Parmi elles, les mèmes souvent humoristiques et facilement partageables sont devenus un véhicule puissant pour l'humour mais aussi un espace de réflexion social et culturel.

L'étude de Richard Dawkins explique que « Nous avons besoin d'un nom pour ce nouveau réplicateur, d'un nom qui évoque l'idée d'une unité de transmission culturelle ou d'une unité d'imitation. *"Mimème"* vient d'une racine grecque, mais je préfère un mot d'une seule syllabe qui sonne un peu comme *"gène"*, aussi j'espère que mes amis, épris de classicisme, me pardonneront d'abréger mimème en mème. » (DAWKINS, 2003 : 257).

Dans les années 90, avec l'essor d'Internet, le terme "mème" a commencé à désigner « ces petites blagues, images et messages qui circulent sur la Toile » (RENAUD, FERNANDEZ et PUEL, 2016 : 105). En d'autres termes, il s'agit de toute unité qui fait l'objet d'une réappropriation parodique par les internautes et qui se propage rapidement et largement sur le Web. En effet, c'est grâce à l'engagement des utilisateurs qu'émergent et se diffusent les mèmes, qui sont ensuite partagés,

INTRODUCTION GÉNÉRALE

commentés ou modifiés : l'évolution d'un même constitue « une œuvre collective, enrichie par de nombreuses contributions d'internautes » (MOREAU, 2011 : 4-5).

L'article de Benamsili Sonia (2023) analyse les mèmes entant qu'approche sémiolinguistique des mèmes internet algériens. Les internautes algériens créent des mèmes simples alliant une image humoristique et un texte en arabe dialectal, ce qui facilite leur compréhension et leur diffusion rapide. Ces mèmes, souvent basés sur des personnalités connues, servent d'outil de transmission culturelle et de marqueur d'appartenance à un groupe. Ils abordent des thèmes variés comme la vie quotidienne et la politique, utilisant un ton ironique ou critique. Leur but est de divertir tout en informant et en incitant à la réflexion et à l'action.

Nous proposons d'étudier la réalité des perceptions sociales des mèmes partagés sur *Instagram* en nous appuyant sur des exemples précis comme : les mèmes paroles, textes, images et vidéos.

Dans le cadre de notre travail de recherche, nous avons été amenés à réfléchir sur l'importance des mèmes dans le monde numérique, en particulier sur *Instagram*. Ces contenus représentent des valeurs propres à une société. Ce qui nous amène à poser la question suivante :

- **Comment les mèmes, diffusés sur *Instagram*, bien que souvent perçus comme des simples divertissements humoristiques, reflètent-ils des perceptions sociales et culturelles, tout en transmettant des messages implicites ou des significations cachées ?**

En complément de cette problématique principale, nous nous interrogeons sur la question suivante :

- Qu'est-ce qui fait que des contenus simples attirent plus l'attention et deviennent répandus, tandis que les contributions intellectuelles ou éducatives passent souvent inaperçues ?

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Dans le cadre de notre travail de recherche, nous nous sommes interrogés sur le rôle des mèmes en Algérie et leur impact sur la perception des phénomènes sociaux et culturels. Pour approfondir cette réflexion, nous avons émis les hypothèses suivantes :

- Nous supposons que les mèmes algériens ne servent pas uniquement à faire rire, mais aussi à exprimer des idées sur la société et la culture du pays.
- Il se pourrait que l'association entre images et textes dans les mèmes facilite la transmission des messages et renforce leur impact.
- Il est probable que les mèmes humoristiques et accessibles se diffusent plus largement que les contenus éducatifs, car ils captent plus facilement l'attention des utilisateurs.
- Le fait de consommer excessivement les mèmes pourrait réduire l'intérêt pour les contenus éducatifs et limiter l'enrichissement intellectuel et professionnel.

Notre travail est structuré en deux grandes parties. La première partie sera consacrée au cadre théorique. Nous y définirons les concepts et les fondements théoriques en lien avec notre sujet. Nous présenterons d'abord la sociolinguistique, la sémiologie, la pragmatique et la praxématique, en expliquant leur apport dans l'analyse des mèmes. Ensuite, nous aborderons la théorie des mèmes, son évolution et son rôle dans notre étude. Avant de passer à l'analyse, nous expliquerons le protocole de notre enquête : le type d'enquête choisi, les catégories de personnes interrogées et les objectifs poursuivis. La deuxième partie sera dédiée à l'analyse des données. Nous y interpréterons les résultats de notre enquête pour comprendre comment les mèmes sont perçus en Algérie. Nous analyserons qualitativement les perceptions, les représentations sociales et culturelles des mèmes afin de répondre à notre problématique et aux questions de recherche.

Dans un monde de plus en plus connecté, les mèmes sont devenus une forme de communications omniprésente sur les réseaux sociaux, en particulier sur *Instagram*.

En effet, ce qui nous a motivé au choix de ce sujet est d'une part, parce que les mèmes qu'ils soient visuels ou textuels représentent des formes d'expression qui

INTRODUCTION GÉNÉRALE

touchent l'ensemble de l'Algérie, il ne concerne pas seulement une ville ou une région mais tout le pays et toutes les générations. D'autre part, ce qui suscite notre attention c'est l'analyse des mèmes, notamment dans le contexte algérien reste un sujet peu abordé dans la recherche universitaire. Ce manque de travaux ouvre la voie à une exploration originale qui pourrait enrichir notre compréhension des phénomènes socioculturels contemporains.

L'objectif de notre recherche est d'étudier les représentations sociales et culturelles des Algériens envers les mèmes diffusés sur *Instagram*, qui constitue notre corpus d'analyse. Nous nous concentrons sur différents types de mèmes, qu'ils soient visuels (images, vidéos) ou verbaux (paroles), afin de comprendre comment ces contenus sont perçus par les utilisateurs algériens et ce qu'ils reflètent ou signifient dans le contexte social et culturel de l'Algérie.

CHAPITRE I

CADRE THÉORIQUE

La présente étude s'inscrit à la fois dans le domaine de la sociolinguistique et de la sémiologie. Elle porte sur les mèmes diffusés sur les réseaux sociaux, plus particulièrement sur *Instagram*. Ces contenus visuels et textuels, largement partagés, jouent un rôle clé dans la communication contemporaine en véhiculant des représentations culturelles et sociales propres à une communauté donnée.

En Algérie, où l'humour occupe une place essentielle dans les interactions sociales, les mèmes sont devenus un outil d'expression privilégié, non seulement pour divertir, mais aussi pour transmettre des messages implicites, parfois critiques sur la société. Le développement du numérique a transformé les modes de communication et d'interaction, favorisant l'émergence de nouvelles formes d'expression comme les mèmes. Ceux-ci se distinguent par leur popularité et leur capacité à évoluer à travers les modifications apportées par les internautes. Inspirés par la théorie de Dawkins sur la mémétique, les mèmes peuvent être considérés comme des unités de transmission culturelle, façonnées par la créativité collective des usagers du Web.

En Algérie, ces contenus se déclinent sous plusieurs formes -images, textes, vidéos, extraits de paroles- et jouent ainsi un rôle central dans la construction et la diffusion de représentations sociales partagées. Cependant, si les mèmes sont souvent perçus comme de simples divertissements, ils constituent également des indicateurs socioculturels révélateurs. Ils suscitent des interrogations quant à leur impact et à la manière dont ils reflètent les valeurs, les préoccupations et les perceptions des Algériens. C'est dans cette perspective que s'inscrit notre recherche, en analysant les mèmes algériens sur *Instagram* afin de comprendre comment ils participent à la transmission des représentations sociales et culturelles.

Dans ce chapitre, nous nous interrogeons sur la manière dont les mèmes véhiculent des significations implicites et influencent la perception collective. L'analyse des mèmes algériens reste un sujet peu étudié dans la recherche universitaire. Ce travail vise ainsi à combler ce manque en proposant une étude approfondie des mèmes partagés sur *Instagram*.

1. Autour de la sociolinguistique

1.1 La sociolinguistique

La sociolinguistique a vu le jour dans les années 1960, principalement aux États-Unis, en tant que discipline interdisciplinaire située à la croisée de la linguistique et de la sociologie. Cette émergence s'inscrit dans une réaction aux approches structuralistes de Ferdinand de Saussure, lesquelles considéraient la langue comme un système clos, isolé des réalités sociales.

La sociolinguistique est une discipline qui étudie les relations entre langue et société. Elle s'intéresse à la manière dont les langues sont utilisées dans différents contextes sociaux, ainsi qu'à l'influence des facteurs sociaux comme l'âge, le genre, l'origine géographique ou le statut socio-économique, sur la manière de parler.

En examinant les variations linguistiques et les pratiques langagières, la sociolinguistique cherche à comprendre comment la langue reflète les dynamiques sociales et culturelles au sein des communautés.

« La sociolinguistique est, à n'en pas douter, l'une des sciences du langage qui, depuis quatre décennies environ, a apporté à cet ensemble disciplinaire le plus de renouveau théorique et méthodologique, si l'on en juge par l'abondance des ouvrages et articles s'en réclamant et dont la publication n'a pas faibli. William Labov, l'un des pères fondateurs de la discipline (il sera question de ses travaux à plusieurs reprises dans cet ouvrage), considère qu'il s'agit là tout simplement de linguistique » et on pourrait préciser de linguistique générale (Labov, 1978, p. 258).

« Avec cette affirmation, il prend position contre les linguistes qui suivent la tradition saussurienne et les enseignements du Cours de linguistique générale de F. de Saussure -pour lui la grande majorité», et ne s'occupent nullement de la vie sociale: ils travaillent dans leur bureau avec un ou deux informateurs, ou bien examinent ce qu'ils savent eux-mêmes de la langue et qui, au lieu de suivre Antoine Meillet dont Labov salue les intuitions, s'obstinent à rendre compte des faits linguistiques par d'autres faits linguistiques, et refusent toute explication fondée sur des données "extérieures" tirées du comportement social.» (Labov, 1976 : 259).

« On doit donc considérer que l'émergence du territoire de recherches appelé sociolinguistique s'est produite d'abord sur la base d'une critique des orientations théoriques et méthodologiques de la linguistique dominante un certain structuralisme, gardien de l'orthodoxie saussurienne tâches du linguiste saussurienne et d'une révision des tâches du linguiste » (Boyer, 2001 : 09).

1.2 Les figures fondatrices de la sociolinguistique

La sociolinguistique est née aux États-Unis en réaction aux approches structuralistes de Ferdinand de Saussure, qui considéraient la langue comme un système clos et déconnecté des réalités sociales. Parmi les figures fondatrices, William Labov a marqué la discipline par ses recherches sur la variation linguistique en contexte urbain, notamment à New York, où il a démontré l'influence des facteurs sociaux tels que la classe sociale sur l'usage de la langue (Labov, 1966).

Joshua Fishman, quant à lui, s'est concentré sur la planification linguistique et les langues en danger, en mettant en lumière les liens entre langue, identité et culture (la sociologie de langage : une approche interdisciplinaire des langues en société, 1972).

John Gumperz a exploré les interactions verbales dans des contextes multiculturels, développant des concepts clés liés aux stratégies discursives et à la communication interculturelle (stratégies discursives, 1982).

Enfin, Charles Ferguson a contribué à la compréhension des phénomènes de diglossie, analysant les rapports entre les langues standard et vernaculaires dans diverses communautés linguistiques (la diglossie, 1959).

Ces travaux fondateurs ont permis de poser les bases d'une discipline interdisciplinaire, étudiant les liens étroits entre langue et société, tout en enrichissant la linguistique de perspectives sociologiques et culturelles.

Dans ce contexte, la langue est un phénomène social en évolution constante, et son usage varie selon plusieurs facteurs sociolinguistiques. William Labov, pionnier de la sociolinguistique, a démontré que la variation linguistique n'est pas aléatoire, mais

qu'elle est systématiquement influencée par des éléments sociaux tels que la classe sociale, l'âge, le sexe, le contexte géographique et la situation de communication.

Ces variations se manifestent sous différentes formes : diachronique (évolution à travers le temps), diatopique (selon les régions), diagénique (différences entre les sexes), diastratique (en fonction du statut social), diaphasique (adaptation au contexte) et diamésique (différence entre oral et écrit). Ces phénomènes traduisent la diversité et la dynamique de la langue au sein des communautés linguistiques.

Dans ce cadre, la norme linguistique joue un rôle central. Elle constitue un ensemble de règles sociales, qui régissent l'usage d'une langue au sein d'une communauté, qui définissent ce qui est considéré comme correct ou acceptable dans une langue donnée. Cependant, cette norme n'est pas stable : elle est historiquement construite par des institutions éducatives, des pratiques sociales et des représentations collectives. Comme l'ont souligné Marcellesi et Calvet, la norme est aussi un instrument de pouvoir, influençant les usages linguistiques et participant à la hiérarchisation des variétés de langue. Toutefois, elle peut être contestée ou réappropriée par les locuteurs, notamment à travers des formes de résistance linguistique ou des pratiques langagières innovantes.

Ces **normes** et **variations** sont étroitement liées aux **représentations** linguistiques, qui renvoient aux perceptions et croyances que les locuteurs entretiennent vis-à-vis d'une langue, d'un registre ou d'une pratique discursive. Ces représentations sont façonnées par des facteurs sociaux, historiques et culturels, et elles influencent les attitudes envers certaines formes linguistiques. Ainsi, des variétés jugées non conventionnelles peuvent être stigmatisées ou, au contraire, valorisées dans certains contextes.

Ce cadre théorique s'avère particulièrement utile pour analyser les mèmes sur les réseaux sociaux en Algérie. En effet, les mèmes, en tant qu'**objets sémiotiques** et **discours sociaux**, reflètent des pratiques linguistiques qui s'inscrivent dans un jeu de normes, de variations et de représentations.

Certains mèmes mettent en avant des formes linguistiques non conventionnelles des tournures régionales ou des expressions populaires qui, bien que souvent éloignées de la norme prescriptive, sont socialement signifiantes et largement comprises par les internautes. L'exemple des "mèmes paroles", où une phrase dite spontanément par un individu devient connue, illustre comment une production linguistique ordinaire peut être réappropriée par la communauté et acquérir un statut iconique.

L'analyse des mèmes permet donc d'observer comment la langue est utilisée, modifiée et perçue dans un environnement numérique où se mélangent variations, normes et représentations. Ils deviennent ainsi un outil d'étude essentiel pour comprendre les dynamiques sociolinguistiques de la société algérienne actuelle.

1.3 L'apport de la sociolinguistique dans l'analyse des mèmes

La sociolinguistique peut apporter une contribution significative à l'analyse des mèmes. Des travaux de linguistes tels que William Labov, montrent que les variations linguistiques sont révélatrices des identités sociales, ce qui signifie que les mèmes sont souvent utilisés pour exprimer des identités culturelles ou sociales.

Par exemple, les mèmes algériens intègrent l'arabe dialectal. De plus, les recherches comme celles de John Searle sur les actes de langage montrent que les mèmes peuvent être recontextualisées pour s'adapter à des cultures variées.

En somme, l'apport de la sociolinguistique dans l'analyse des mèmes réside dans sa capacité à étudier les relations entre le langage, la culture et la société.

2 Autour de la sémiologie

La sémiologie, discipline envisagée par Ferdinand de Saussure, est définie comme l'étude des signes dans la vie sociale. Cette approche, bien que fondée sur des principes linguistiques, dépasse le cadre de la linguistique pour englober l'ensemble des signes, qu'ils soient verbaux ou non verbaux.

En effet, Saussure conçoit la sémiologie comme une science des signes qui explore les lois régissant leur usage, faisant d'elle une science générale applicable à la linguistique. Cependant, les débats autour de la sémiologie ont été approfondis par des

théoriciens tels que Roland Barthes et Charles Sanders Peirce, qui ont apporté des perspectives complémentaires sur la nature des signes et leur fonctionnement.

D'une part, selon Saussure, le signe linguistique est composé de deux éléments : le signifiant, qui correspond à la forme matérielle du signe, et le signifié, qui est l'idée ou le concept qu'il représente. Cette relation entre les deux éléments est arbitraire, soulignant que le lien entre la forme et le concept n'est pas naturel mais conventionnel. Cette conception a été enrichie par Hjelmslev, qui a introduit l'idée de "fonction", composant le signe de deux éléments : le contenu et l'expression.

D'autre part, Peirce a proposé une vision plus complexe du signe en introduisant une triade composée de l'objet, du représentant (ou signifiant), et de l'interprétant, classifiant les signes en trois catégories : icônes, indices et symboles.

La sémiotique, en revanche, se distingue de la sémiologie en analysant le processus de fabrication des signes avant leur institution en tant que tels. Elle s'intéresse au système qui permet à un signe de signifier, et non simplement à son utilisation dans un contexte social. Par exemple, dans le cas des mèmes sur *Instagram*, la sémiotique explore les mécanismes qui transforment des idées en signes, tandis que la sémiologie s'intéresse à l'analyse de ces mèmes en tant que signes constitués et leur rôle dans la communication sociale et culturelle.

Dans le cadre de notre recherche sur les mèmes en Algérie, il est essentiel de prendre en compte cette distinction. Les mèmes, souvent considérés comme des signes humoristiques ou culturels, véhiculent des significations sociales et culturelles importantes, bien qu'elles ne soient pas toujours explicites.

La sémiologie, en étudiant ces mèmes comme des signes finalisés, nous permettra de comprendre comment ils fonctionnent au sein de la culture algérienne et comment ils participent à la construction de l'identité collective. Par exemple, les vidéos de danse populaire accompagnées de textes humoristiques ou critiques peuvent être analysées pour en dégager les significations implicites et les relations avec les perceptions sociales et culturelles en Algérie. Ainsi, la sémiologie, en tant qu'étude des

signes dans leur état constitué, est particulièrement pertinente pour analyser le rôle des mèmes dans les interactions sociales.

Ce lien entre la sémiologie et les mèmes est central dans notre travail de recherche, où nous cherchons à explorer comment ces mèmes, au-delà de leur apparente légèreté, reflètent et participent aux dynamiques sociales et culturelles algériennes.

2.1 L'apport de la sémiologie dans l'analyse des mèmes

La sémiologie, qui est l'étude des signes, cherche à savoir comment ces signes transmettent des significations dans la communication en général. Développée par Ferdinand de Saussure, cette discipline permet d'analyser les éléments visuels, textuels et contextuels présents dans les mèmes.

Un mème, donc, est une combinaison d'images, de textes et de références culturelles qui véhicule un message humoristique, critique ou ironique. Donc, pour comprendre un mème, il faut décoder les signes qui le composent et les significations qu'ils ont dans un contexte donné.

3 Autour de la pragmatique

Dans le cadre de notre travail de recherche, l'analyse des mèmes fait appel à plusieurs outils théoriques, notamment à la pragmatique, une discipline qui étudie le langage en fonction de son contexte d'énonciation et de son usage dans la communication.

Contrairement à la linguistique structuraliste, qui considère la langue comme un système autonome de signes indépendants des situations réelles d'énonciation, la pragmatique s'intéresse aux conditions dans lesquelles un énoncé produit du sens et aux effets qu'il génère chez les interlocuteurs.

La linguistique structuraliste, initiée par Ferdinand de Saussure, repose sur une approche immanentiste : elle analyse la langue comme un système de relations internes, sans prendre en compte les facteurs contextuels ou les intentions du locuteur.

En revanche, la pragmatique, qui s'est développée en opposition à cette approche, met en avant l'importance du contexte, de l'énonciation et de l'interaction dans la production et l'interprétation des énoncés. Cette perspective est particulièrement pertinente pour l'étude des mèmes, qui ne se contentent pas d'être des images accompagnées de textes, mais qui prennent leur sens en fonction de leur circulation sur les réseaux sociaux, du cadre socioculturel dans lequel ils apparaissent et des réactions qu'ils suscitent auprès du public.

La théorie de l'énonciation, développée par Émile Benveniste, apporte un éclairage essentiel sur la construction du sens dans les mèmes. Elle montre que certains éléments linguistiques, comme les pronoms ou les marqueurs temporels, n'ont pas de signification fixe, mais se définissent en fonction de l'instance d'énonciation. De la même manière, les mèmes acquièrent leur signification en fonction de l'actualité, de l'intention du créateur et de l'interprétation du public, ce qui explique leur forte variabilité et leur adaptabilité à différentes situations.

Par ailleurs, la théorie des actes du langage de John Austin permet d'analyser les mèmes sous un autre angle. Elle distingue les actes locutoires (le fait de produire un énoncé), illocutoires (l'intention derrière l'énoncé) et perlocutoires (les effets produits sur les récepteurs). Appliquée aux mèmes, cette théorie met en évidence leur pouvoir discursif : ils ne se limitent pas à transmettre une information, mais cherchent souvent à provoquer une réaction, qu'elle soit humoristique, critique ou engagée.

Ainsi, l'étude des mèmes ne peut se limiter à une approche strictement structuraliste. Ils nécessitent une analyse pragmatique qui prend en compte leur contexte de production et de réception, ainsi que les dynamiques interactionnelles qu'ils mettent en jeu. Cet outil théorique nous permet d'examiner comment ces objets culturels numériques participent à la construction du sens et à la circulation des représentations sociales en Algérie.

3.1 L'apport de la pragmatique dans l'analyse des mèmes

La pragmatique permet d'analyser comment les mèmes produisent du sens en fonction du contexte dans lequel ils sont partagés. Leur signification ne se limite pas aux mots ou aux images utilisés, mais dépend aussi des références culturelles, du moment de diffusion et de l'intention du créateur. Grâce à cette discipline, on peut mieux comprendre les effets humoristiques, critiques ou ironiques des mèmes, ainsi que la manière dont ils sont interprétés par les internautes. En somme, la pragmatique aide à décoder les mèmes en tenant compte de leur contexte et des interactions entre les utilisateurs.

En plus de la pragmatique, il est important d'évoquer la praxématique dans notre recherche, car elle permet de mieux comprendre comment les mèmes ne sont pas seulement des messages, mais aussi des actions qui ont un impact sur la communication.

4 Autour de la praxématique

Dans le cadre de notre analyse des mèmes en Algérie, l'approche praxématique constitue un outil pertinent pour comprendre comment ces formes d'expression produisent du sens selon le contexte social et culturel dans lequel elles circulent.

Développée à la fin des années 1970 par Robert Lafont, la praxématique remet en question les théories structuralistes qui considéraient la langue comme un système fermé, détaché des réalités sociales. Au contraire, elle insiste sur le fait que le langage est lié aux pratiques et aux interactions des locuteurs dans leur environnement.

Ainsi, plutôt que d'étudier les signes de manière isolée. Elle les analyse en tenant compte de leur utilisation concrète et de leur signification dans la communication quotidienne.

Dans cette logique, la notion de **praxème** est essentielle. Un mème peut être vu comme un praxème, car il associe une image et un texte pour produire une nouvelle signification. Toutefois, cette signification dépend fortement du contexte dans lequel il est partagé et des références culturelles des internautes. Autrement dit, un mème

identique peut être interprété différemment selon les personnes qui le reçoivent et le moment où il est diffusé.

D'un autre côté, **la praxis**, qui désigne les pratiques langagières des individus en fonction de leur environnement, permet d'expliquer pourquoi les mèmes varient selon les communautés. En Algérie, par exemple, l'alternance entre plusieurs langues dans un même mème illustre cette praxis. Cela reflète les habitudes linguistiques des internautes et leur manière de jouer avec les codes culturels pour créer du sens.

En résumé, la praxématique nous aide à comprendre que les mèmes ne sont pas de simples contenus humoristiques. Ils sont le résultat d'un processus de communication ancré dans des pratiques sociales et culturelles spécifiques. En analysant leur fonctionnement, nous pouvons mieux saisir comment ils véhiculent des messages implicites et participent à la diffusion d'une culture commune sur les réseaux sociaux.

4.1 L'apport de la praxématique dans l'analyse des mèmes

La praxématique permet d'analyser les mèmes en tant qu'unités de communication qui s'inscrivent dans des pratiques discursives et sociales. Elle aide à comprendre comment les mèmes fonctionnent comme des signes porteurs de sens et comment leur diffusion repose sur des interactions collectives.

Les mèmes, en tant que praxèmes, ne sont pas de simples images ou phrases populaires, mais des éléments structurés qui prennent sens dans un système de significations partagées. Leur impact dépend de la manière dont ils sont perçus et réutilisés par les internautes.

La praxématique permet ainsi d'examiner comment les mèmes deviennent des formes de discours codifiées, comment leur signification évolue à travers leur circulation et comment ils reflètent des représentations culturelles et sociales. Elle met en lumière le rôle actif des internautes dans la production et la transformation des mèmes, montrant que leur sens n'est jamais figé, mais continuellement négocié à travers l'usage collectif.

5 La théorie des mèmes

La communication repose sur différents moyens d'expression, comme les signes, les images, les gestes et les mots, qui traduisent une pensée. Son but principal est de transmettre une information, mais elle peut aussi chercher à persuader, voire à influencer. C'est justement le cas du « même Internet », qui est au cœur de cette étude. Ce dernier diffuse en ligne un message sous forme graphique, combinant à la fois du texte et des éléments visuels. Il contribue ainsi à façonner une représentation intellectuelle qui influence la perception d'une communauté partageant une même culture et une vision commune du monde.

5.1 Aperçu historique

Les mèmes n'ont pas commencé sur Internet, contrairement à ce qu'on pourrait croire. En effet, le terme « même » a été introduit initialement, en 1976, dans l'ouvrage de Richard Dawkins, dans son livre « *Le gène égoïste* ». Bien que ce terme n'ait pas exactement la même signification qu'aujourd'hui, son sens s'en rapprochait, puisque Dawkins l'avait défini comme « *une unité de transmission culturelle* ».

Le terme « même » vient du grec *mimema*, qui signifie « Imité ». Il se prononce comme « même ».

Les mèmes sont apparus sur Internet en 1993, et un numéro du magazine *Wired* les décrivait alors comme une idée infectieuse semblable à un virus se propageant de personne en personne. Cependant, ce n'est qu'en 2012 qu'ils se sont véritablement popularisés pour devenir le phénomène que l'on connaît aujourd'hui.

En 2012, *Grumpy Cat* a fait son apparition sur Internet sous les traits d'un chat grincheux originaire de l'Arizona, dont le vrai nom était *Tardar Sauce*. Son expression boudeuse est rapidement devenue un même emblématique qui a connu un immense succès en ligne. Ses photos étaient souvent accompagnées de textes sarcastiques et désabusés, renforçant ainsi l'effet comique de son visage caractéristique.

Success Kid, quant à lui, est un même plus ancien, apparu en 2007. Il représente un jeune enfant sur une plage, serrant le poing avec un air satisfait, comme s'il célébrait une victoire. Surnommé « *Success Kid* » (l'enfant de la réussite), il est

généralement accompagné d'une légende illustrant un petit succès du quotidien, comme : « Quand tu portes une chemise blanche sans y faire la moindre tache ! ».

5.2 Qu'est-ce qu'un mème ?

« Le mème est un élément de culture dont on peut considérer qu'il se transmet par des moyens non génétiques, en particulier par l'imitation ». (R. Dawkins 2006).

Dawkins, intéressé par la théorie qu'il a nommée mémétique, qui établit un lien entre le gène et la mimesis, affirme que : « *les cultures évolueraient comme les êtres vivants, par variations et sélection naturelle* ».

Sa théorie repose sur l'idée que les mèmes, considérés comme des unités de base contenant un élément culturel, se perpétuent et se transmettent à travers la communication. A l'image des gènes. L'un des aspects fondamentaux du mème est son caractère populaire, une notion employée de façon métaphorique. Toutefois, certains chercheurs estiment qu'il serait nécessaire d'aller au-delà de cette simple métaphore.

Le mème peut se présenter sous différentes formes : une image, une séquence d'images, un dessin, un gif animé (Graphics Interchange Format), ou même une vidéo. Il se propage rapidement sur les réseaux sociaux et est massivement repris par les internautes. Son existence repose sur sa capacité à être modifié et, surtout, sur sa popularité au sein de la communauté Internet, qu'il s'agisse des utilisateurs des réseaux sociaux ou des sites spécialisés. À l'image des gènes, seuls les plus populaires perdurent et se transmettent, mais il n'est pas exclu qu'un mème tombé dans l'oubli refasse surface de manière inattendue.

Le dictionnaire Larousse en ligne décrit le mème comme un concept (texte, image, vidéo) massivement repris, décliné et détourné sur Internet de manière souvent parodique, qui se répand très vite, créant ainsi le buzz.

Le dictionnaire en ligne Le Robert parle d'une Image, vidéo ou texte humoristique diffusé largement sur Internet et faisant l'objet de nombreuses variations.

Dans ce contexte, le mème est un contenu numérique, qu'il s'agisse d'une image, d'une vidéo, d'un texte ou même d'une simple parole, qui se distingue par son aspect

souvent humoristique et sa capacité à capter rapidement l'attention. Il se propage massivement sur Internet, porté par le partage sur les réseaux sociaux. Au-delà de son côté divertissant, un mème peut aussi véhiculer des idées, des critiques sociales ou des références culturelles, devenant ainsi un moyen d'expression et de communication largement utilisé dans le monde numérique.

5.3 Description du corpus

Dans cette étude, notre corpus se compose d'un ensemble de mèmes algériens sélectionnés sur la plateforme *Instagram*. Ces mèmes se présentent sous différentes formes : images, vidéos, textes et paroles. Leur sélection repose sur leur popularité et leur pertinence socioculturelle en Algérie.

L'objectif est d'analyser l'origine et l'évolution de ces mèmes, en mettant en lumière comment une simple vidéo, image ou expression peut devenir un phénomène connu. Il s'agit aussi de comprendre comment ces mèmes s'adaptent au public algérien et reflètent ses références culturelles et son humour. Cette étude permet ainsi d'identifier les dynamiques culturelles propres au contexte algérien et de voir comment ces contenus participent aux échanges et aux interactions en ligne.

5.4 La typologie des mèmes

5.4.1 Mèmes images

Les mèmes images combinent une image et un texte pour véhiculer une idée, souvent humoristique. Ces images peuvent être tirées de films, de séries, ou de situations du quotidien, et sont ensuite accompagnées d'un texte qui apporte un décalage ou un commentaire. Ce type de mème repose sur l'effet de contraste entre l'image et le texte. Par exemple dans l'image suivante elle montre un homme avec une expression de profonde déception et de regret, ce qui est souvent utilisé dans les mèmes pour illustrer des situations de grande désillusion accompagné par un texte pour véhiculer une idée souvent humoristique : « *Quand elle te dit qu'elle va t'attendre devant Hichem Cook, et que tu la trouves en train de t'attendre à l'intérieur.* ».

كـي تـقلـها سـتنـايـنـي قـدـام هـشـام cook وـكـي
تـوـصـل تـلـقـاهـا قـسـتـنـي فـيـكـ الدـاخـل ..



Image 01

Le texte raconte l'histoire d'un homme qui donne rendez-vous à une fille devant Hichem Cook, un restaurant très chic et coûteux. Il s'attend à la voir l'attendre devant, suggérant une hésitation à entrer immédiatement en raison des prix élevés. Cependant, en arrivant, il découvre qu'elle est déjà installée à l'intérieur, ce qui signifie qu'il n'a plus d'autre choix que de la rejoindre et donc de payer l'addition.

L'humour du même repose sur l'angoisse financière et l'effet de surprise, un thème particulièrement parlant dans la culture algérienne, où inviter quelqu'un dans un restaurant luxueux peut entraîner une dépense difficile à assumer. La réaction exagérée du personnage met en avant cette peur du piège financier, rendant la scène comique pour de nombreux Algériens.



كـي كـان جـانـفـي رـاجـل



Image 02

Ce même illustre avec humour le changement climatique en comparant la météo d'autrefois à celle d'aujourd'hui à travers une métaphore culturelle propre à l'Algérie.

Autrefois, au mois de janvier, il faisait très froid, avec de fortes chutes de neige, rendant l'hiver rude et impitoyable. Cependant, en 2025, le climat a changé : il ne neige plus en janvier, et il fait désormais beau et ensoleillé, presque comme au printemps.

En Algérie, le mot "رجل" (*rajel*) ne désigne pas seulement un homme au sens biologique, mais aussi un "vrai homme", synonyme de force, de résistance et de virilité. Ainsi, en disant "*Si janvier était un homme*", le même suggère que le mois de janvier d'autrefois était puissant et implacable, à l'image d'un homme fort, alors qu'aujourd'hui, avec un climat plus doux, il semble avoir perdu cette dureté et cette force.

L'humour du même repose sur cette personnification du climat et sur une ironie subtile : le janvier d'aujourd'hui est perçu comme plus "faible", en contraste avec les hivers rigoureux du passé. Ce décalage crée un effet comique tout en évoquant une certaine nostalgie des temps.



خبز دبي



Image03

مندرين دبي



Image 04

Ces mèmes sont une parodie humoristique inspirée de la récente popularité du chocolat à la pistache importé de Dubaï en Algérie dont la couleur verte inhabituelle a surpris de nombreux consommateurs.

En exagérant cette tendance, les internautes ont créé des images parodiques montrant des aliments du quotidien, comme des mandarines et du pain, teintés de vert pour les présenter ironiquement comme des "versions Dubaï". Cette approche moqueuse souligne à la fois l'attrait soudain pour certains produits importés et la manière dont les réseaux sociaux amplifient ces phénomènes en les transformant en sujets de plaisanterie populaire.

5.4.2 Mèmes textes

Les mèmes textes, quant à eux, se concentrent uniquement sur le texte et ne nécessitent aucune image. Ces mèmes sont souvent des phrases brèves et percutantes qui expriment des idées communes, mais formulées de manière originale ou humoristique.

En Algérie, on retrouve souvent des phrases courtes qui résonnent avec la réalité sociale et culturelle du pays. Pour illustrer ce point de manière concrète, considérons les situations suivantes :



Image 05

En décembre 2024, Merrouche Zakaria, un commerçant algérien surnommé "Dadi Prix Choc", est devenu viral grâce à une publicité créative pour une veste imperméable. Originaire de Bordj Bou Arreridj, Zakaria a créé une série de vidéos où il teste l'imperméabilité de la veste dans des situations variées, comme plonger dans une bassine d'eau ou se rendre dans une station de lavage auto, tout en répétant le slogan :

« *Vista imperméable hbibi* ». Ces vidéos ont rapidement accumulé plus de 60 millions de vues sur des plateformes comme *Instagram* et *TikTok*, attirant l'attention des internautes et des professionnels du marketing. Son approche novatrice a suscité des discussions sur l'originalité et l'efficacité de sa méthode. Zakaria est ainsi devenu un symbole de créativité marketing en Algérie, prouvant qu'une idée simple peut avoir un impact important sur les réseaux sociaux.

Le texte "خُصْنِي راجل مَا يَدْخُلُ النِّسَاء" *imperméable* est une phrase en arabe dialectal algérien qui signifie : "Il me faut un homme imperméable, où les femmes ne rentrent pas dans sa vie. "En d'autres termes, la personne exprime le désir d'avoir un homme fidèle et aux avances des autres femmes, comme une veste imperméable qui empêche l'eau de pénétrer.

L'humour réside dans l'utilisation de l'adjectif "imperméable", popularisé par le phénomène Dadi Prix Choc et sa veste "Vista imperméable", pour qualifier une qualité humaine recherchée.



Image 06

Ce même humoristique illustre une situation courante dans les familles algériennes, où un père reçoit un appel de sa fille lui demandant d'acheter du pain en rentrant. Cependant, au lieu de répondre normalement, il coupe court à la conversation en disant "*Apple terminé*", une imitation du message affiché par un iPhone lorsqu'un appel est interrompu.

Ce jeu de mots suggère qu'il fait exprès de prétendre que la communication a été coupée pour éviter d'écouter d'autres demandes. Ce comportement reflète, de manière humoristique, une mentalité perçue chez certains hommes algériens qui tentent d'échapper à certaines responsabilités domestiques en utilisant des excuses technologiques. Le même joue sur le décalage entre l'attente de la fille et la réponse du père, rendant la scène d'autant plus drôle.

Les Mariages	
Europe  Cérémonie à l'église Lune de miel	Algérie  <ul style="list-style-type: none"> ▪ Choufa ▪ l'enquête ▪ Khotba ▪ Mhiba chaque fête religieuse ▪ Fiançaille ▪ Henna ▪ L'aacha ta3 la3roussa ▪ L'aacha ta3 la3riss ▪ La fête le grand jour ▪ Ftour 3roussa ▪ Lune de miel(peut être)

Image 07

Ce même humoristique met en évidence les différences entre les mariages en Europe et en Algérie de manière exagérée et satirique. L'image est divisée en deux colonnes : à gauche, l'Europe, représentée par le drapeau de l'Union européenne, où le mariage se résume à une cérémonie à l'église suivie d'une lune de miel. À droite, l'Algérie, représentée par le drapeau algérien, présente une liste beaucoup plus longue d'étapes, illustrant la complexité et les multiples traditions associées au mariage algérien.

Le même joue sur le contraste entre la simplicité perçue des mariages européens et la complexité des mariages algériens, où de nombreuses étapes sont nécessaires avant d'arriver à l'union officielle. On y retrouve des traditions bien ancrées comme la "*choufa*" (première rencontre entre les familles), "*l'enquête*" (vérification des antécédents des futurs mariés), "*khotba*" (demande en mariage), et diverses célébrations comme la fiançailles, le henné, les repas festifs de la mariée et du marié (*l'aachata3la3roussa* / *la3riss*), jusqu'au "*ftour 3roussa*" (petit-déjeuner de la mariée après la nuit de noces). Enfin, le même conclut avec humour en mentionnant

"la lune de miel(peut-être) "Soulignant qu'après toutes ces étapes, elle n'est même pas garantie.

Ce même met donc en avant, avec ironie, la richesse des traditions matrimoniales en Algérie par rapport à une vision plus simple du mariage en Europe. Il fait sourire en soulignant l'effort et l'investissement nécessaires pour un mariage algérien, tout en mettant en lumière la dimension culturelle et familiale très présente dans ces unions.

5.4.3 Mèmes vidéo

Les mèmes vidéo sont de courtes séquences qui deviennent virales grâce à leur capacité à capturer un moment précis et à le diffuser de manière amusante ou créative.

En Algérie, ces vidéos sont souvent accompagnées de musiques populaires ou de commentaires drôles qui soulignent des situations exagérées ou des réactions typiques. Ces types de mèmes reflètent non seulement l'humour et la créativité des Algériens sur internet, mais aussi des réalités sociales et culturelles qui sont communes à ce pays. Les mèmes deviennent ainsi une manière efficace de communiquer des sentiments, des réactions ou des réflexions de manière rapide et virale, tout en restant ancrés dans des éléments du quotidien algérien.

Exemple 01



CHAPITRE I : CADRE THEORIQUE

<https://www.instagram.com/reel/DEpjk6DtqN7/?igsh=MTNhY2JkMm14MWczbw==>

<https://www.instagram.com/reel/DEroGScIWGQ/?igsh=MTh5YWVzZHJ4azh5Yg==>

<https://www.instagram.com/reel/DAUCStDNN7N/?igsh=YTbVrYmo4dWU3eG85>

https://www.instagram.com/reel/DElCRoVNOIJ/?utm_source=ig_web_copy_link

(Consulté le 12.02.2025)

En septembre 2024, un coiffeur algérien connu sous le pseudonyme "Spenza Dz" a créé le buzz sur les réseaux sociaux avec une vidéo de danse de 15 secondes. Dans cette séquence, filmée spontanément dans son salon de coiffure, il se déhanche sur la chanson "*Who Loves the Sun*" de Jo.Ke.

La vidéo est rapidement devenue connue, son geste a rapidement capté l'attention du public algérien, accumulant plus de 17 millions de vues et près de 800 000 likes sur *TikTok*. Sa danse a été reprise par de nombreux internautes et même des personnalités algériennes y compris la comédienne Numidia Lezoul et le chanteur Cheb Hichem TGV. Elle est même devenue un mème international, utilisée dans divers contextes humoristiques. Spenza Dz a exprimé sa surprise face à cette soudaine popularité, déclarant : "*J'ai dansé tout à fait spontanément*".

<https://vm.tiktok.com/ZMkGK9waj/>

<https://vm.tiktok.com/ZMkGKATtG/>

<https://vm.tiktok.com/ZMkGKxvj5/>

(Consulté le 12.02.2025)

Cette danse est devenue un véritable mème, repris et détourné pour illustrer des situations variées comiques. L'un des aspects qui attire notre attention dans le cadre de notre travail de recherche de ce même vidéo est sa capacité à s'adapter à différents contextes grâce aux textes qui l'accompagnent. Par exemple, trois versions du même associent cette danse à des situations totalement différentes : L'étonnement d'un croque-mort face à un nouveau virus, la réaction des élèves du bac et du BEM en entendant parler de cette maladie, ou encore l'absurdité d'un combattant en Palestine qui se fait corriger par un habitant sur une simple erreur.

Dans chaque cas, la danse du coiffeur devient une réponse exagérée et comique à la situation décrite. Ce phénomène montre comment un simple geste peut être réinterprété de mille façons à travers les mèmes. Ici, la danse seule n'a pas de signification précise, mais elle prend tout son sens grâce au texte qui l'accompagne. C'est ce contraste entre une situation sérieuse et une réaction totalement décalée qui crée l'effet humoristique, rendant le même viral et universellement compréhensible.

Exemple 02



<https://www.instagram.com/reel/DDnej7vvHiJ/?igsh=aGJqZGowc240bWw5>

https://www.instagram.com/reel/DD4PG_MtCoE/?igsh=MWZkM3p1aWRsb3JteA==

<https://www.instagram.com/reel/DEFdFDaMvLz/?igsh=a2dtaWJvdzhrb2I1>

<https://www.instagram.com/reel/DDukPFtNWAA/?igsh=czJ2OWRxY3UwZG5h>

<https://www.instagram.com/reel/DD2GRt5tpce/?igsh=ZHNdTcwOXRrYmV5>

<https://www.instagram.com/reel/DDoqEIJNEIT/?igsh=dWhuMTJraDVmZXh3>

(Consulté le 12.02.2025)

La tendance "*Inaf ! Inaf !*" sur *TikTok* repose sur un extrait audio où une femme s'écrie "*Enough ! Enough !*" Cette interjection exprime l'idée de saturation, signifiant "ça suffit", "j'en ai marre" ou encore "assez !".

L'extrait audio provient d'une vidéo populaire où une femme, visiblement désorientée, est interpellée, et filmée par un homme dans la rue. Celui-ci lui demande à

plusieurs reprises son chemin vers un hôpital, prétextant en souffrir de la maladie d'Alzheimer. D'abord patiente et polie, la femme finit par perdre patience et lui demande d'arrêter en disant : "*s'il vous plaît ! S'il vous plaît ça suffit monsieur ça suffit ! Enough ! monsieur enough*". Bien que cette vidéo ait été créée il y a plus de deux ans, elle a récemment refait surface et gagné en popularité. Son utilisation est controversée, car elle détourne la détresse d'une personne à des fins humoristiques.

Les textes accompagnant la vidéo de la femme dansante mettent en lumière des situations de la vie quotidienne qui déclenchent de l'impatience, frustration ou malaise, soulignant ainsi des pressions sociales et personnelles des algériens :

- **Dans la première situation**

Des questions pressantes sur la vie personnelle d'une personne, typiques des attentes sociales (trouver un homme, un emploi, se marier, gagner de l'argent). Cela reflète la pression extérieure à mener une vie conforme à des normes sociales bien définies.

- **Dans la deuxième situation**

L'irritation face à un commerçant qui, en voulant être serviable, impose des vêtements sans tenir compte des préférences de l'acheteur. Cela incarne la frustration liée à des situations où les autres ne respectent pas notre espace ou nos choix.

- **Dans la troisième situation**

La scène d'un père algérien à la retraite qui reste à la maison, créant une dynamique familiale où la mère semble être celle qui porte le fardeau. Cela joue sur l'irritation des rôles familiaux qui peuvent sembler déséquilibrés ou dérangeants.

- **Dans la quatrième situation**

Un homme qui vous suit sans gêne, créant une sensation de malaise et d'inconfort. Cela illustre les situations d'intrusion ou de harcèlement, qui suscitent une réponse impatiente.

- **Dans la cinquième situation**

La famille qui insiste pour savoir quand la personne va réussir à atteindre un certain accomplissement (souvent la réussite sociale ou professionnelle), mettant en lumière l'angoisse des attentes familiales constantes.

- **Dans la sixième situation**

La vidéo exprime de manière humoristique et exagérée ; la réaction de son système digestif après avoir mangé une grande quantité d'orange en très peu de temps en hiver.

Exemple 03



<https://www.instagram.com/reel/DBMeF5YuBW8/?igsh=MWtIcHlrcXkyeXNmcw==>

<https://www.instagram.com/reel/DDVUGy4sDF9/?igsh=NDFyMXZvdGpvNmp0>

<https://www.instagram.com/reel/DBZgK0-CEJy/?igsh=ZHE2MXltZmtoZnU1>

<https://www.instagram.com/reel/DC17wZ0tM4k/?igsh=MXFxOHhqNHNidHgx>

<https://www.instagram.com/reel/DC1ZErvt-7d/?igsh=a3M1NThoNTEzM3o0>

<https://www.instagram.com/reel/DCba4N0tY08/?igsh=cjM1cWdncjVrMmZv>

<https://www.instagram.com/reel/DAv4V3OoZaw/?igsh=cDFodXB6cHNpOWw5>

(Consulté le 12.02.2025)

Atika Toubal, actrice algérienne née dans les années 1980, reconnue pour son talent et sa présence sur scène. Elle a notamment joué dans des productions télévisées algériennes telles que le film comique très connu « *Carnaval fi dachra* ».

Très appréciée pour sa personnalité et son charisme, Atika a su se forger une carrière solide dans le monde du spectacle. En plus de sa carrière d'actrice, elle est aussi une figure médiatique qui influence les tendances culturelles et sociales en Algérie.

Dans ce contexte, Ce qui a particulièrement contribué à la viralité de son image sur les réseaux sociaux, notamment sur TikTok et Instagram, est sa façon de parler, souvent perçue comme spontanée et humoristique. Atika a une manière unique de s'exprimer qui combine des expressions populaires, des intonations et un ton légèrement décalé. Ces éléments, associés à sa personnalité attachante, ont rapidement été capturés dans des extraits vidéo qui sont devenus des mèmes très populaires en Algérie.

Les mèmes autour d'Atika se basent principalement sur des moments où elle s'exprime de façon énergique ou utilise des expressions familières et parfois exagérées, ce qui résonne fortement avec le quotidien des Algériens. Sa manière de parler est souvent citée pour illustrer des situations où quelqu'un s'impatiente ou réagit de façon enthousiaste.

Ces mèmes sont rapidement devenus des références culturelles, symbolisant non seulement des situations comiques mais aussi des émotions partagées par une large partie de la population algérienne. Ainsi, Atika, par sa manière d'être et de s'exprimer, incarne un type d'humour que beaucoup d'Algériens reconnaissent et apprécient.

Exemple 04



<https://www.instagram.com/reel/DBegpS8NH4N/?igsh=MjN5dTg3MW8yNmhi>

<https://www.instagram.com/reel/DC7kqVEMcPr/?igsh=czg2bXU0dWl5a3Mw>

<https://www.instagram.com/reel/CouFMiEAOzj/?igsh=eGxxNzBicGJlZnls>

<https://www.instagram.com/reel/DCSXO-2tuLW/?igsh=eHcxYmZ0bDZvb201>

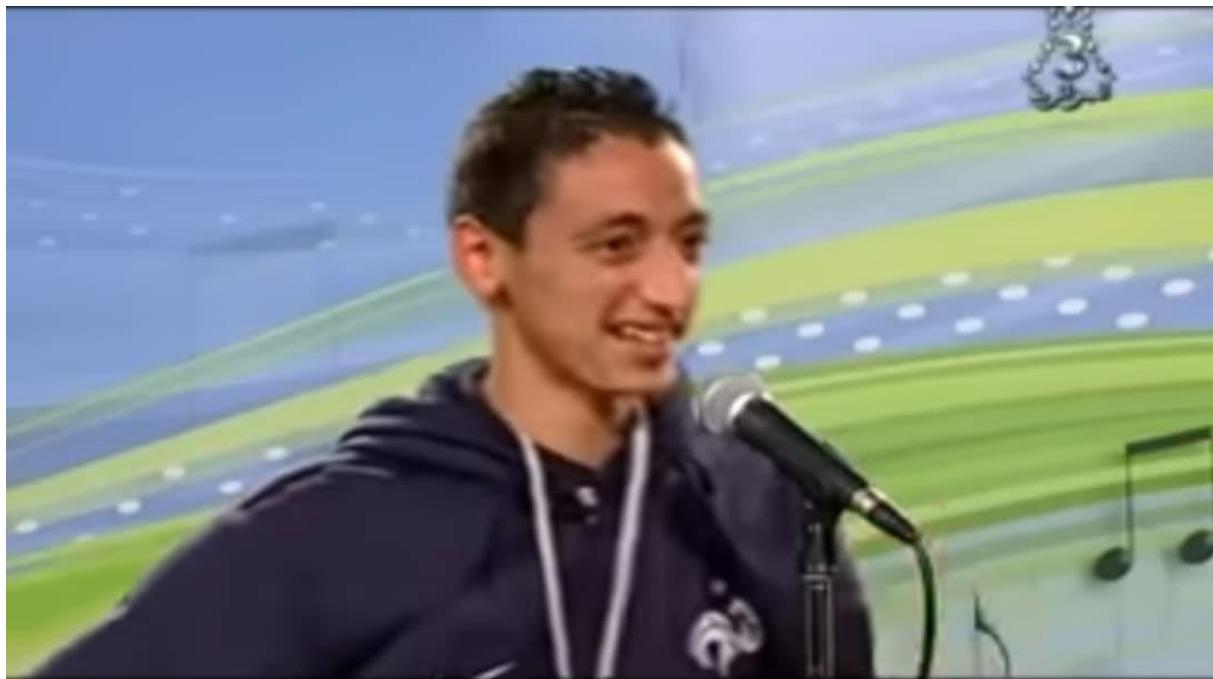
(Consulté le 13.02.2025)

Farid *Al-Alamiya*, dont le vrai nom est Farid Tahraoui, est un humoriste algérien connu pour son style unique et décalé. Il s'est fait remarquer sur les réseaux sociaux grâce à son humour basé sur des situations du quotidien algérien, souvent tournées en dérision. Sa popularité lui a permis de participer à des émissions télévisées, notamment pendant le mois de Ramadan, et d'interagir avec son public à travers des vidéos spontanées.

Ce qui fait son succès, c'est surtout sa manière de parler, qui défie toute logique. Il mélange des mots et des phrases sans réelle cohérence, ce qui donne l'impression d'un discours absurde. Ce style unique a fait de lui une véritable icône des mèmes en Algérie. Une grande partie du public se demande s'il joue un rôle ou si c'est sa manière naturelle de s'exprimer, ce qui renforce son mystère et son attrait comique.

Bien que son discours semble souvent incohérent, il parvient parfois à surprendre avec des répliques inattendues qui renforcent l'effet comique de ses vidéos. Grâce à son humour spontané et à sa personnalité singulière, il s'est imposé comme une figure marquante du web algérien, où ses contenus sont largement diffusés et commentés.

Exemple 05



https://www.instagram.com/reel/CdWmY_tpxF_/?igsh=OHRINjJkNGNtbny

(Consulté le 13.02.2025)

Nabil Sebti est un Algérien devenu célèbre grâce à son rire unique et contagieux. En 2013, lors de sa participation à l'émission "*Alhan Wa Chabab*", il a éclaté de rire de manière spontanée et authentique, captivant ainsi le public et les jurés. Cette réaction a été largement partagée sur les réseaux sociaux, propulsant Nabil au rang de célébrité locale. Son rire est devenu un mème populaire en Algérie, Les internautes utilisent souvent ce mème pour rendre leurs vidéos plus drôles. Par exemple, lorsqu'une personne dit quelque chose de drôle ou surprenant, les créateurs de contenu ajoutent le rire de Nabil à leur vidéo. Cela rend la scène plus amusante et aide à faire passer le message de manière plus légère.

Aujourd'hui, Nabil Sebti est une figure incontournable du web algérien, avec une présence active sur des plateformes comme Instagram et TikTok, où il partage des moments de sa vie quotidienne et interagit avec ses fans.

Son rire légendaire continue d'inspirer et de divertir de nombreux Algériens, consolidant sa place dans la culture numérique du pays.

Exemple 06



<https://www.instagram.com/reel/DBKTA4sidah/?igsh=eTd6dWt0aWp6YzFj>

<https://www.instagram.com/reel/DE-RvORI2Ku/?igsh=c3FtMWdianQ2MXVn>

<https://www.instagram.com/reel/DAT9SgRNtBZ/?igsh=c2ZhNzU0dTBUYWw==>

<https://www.instagram.com/reel/DCX3suQoDwP/?igsh=MWI1NHBwMmpydTFwMw==>

(Consulté le 28.02.2025)

Abdelmadjid Tebboune est le président de la République algérienne depuis le 19 décembre 2019. Né le 17 novembre 1945 à Mécheria, dans la wilaya de Naâma, il est diplômé de l'École nationale d'administration en 1969. Tout au long de sa carrière, il a occupé divers postes gouvernementaux, notamment celui de Premier ministre en 2017 et plusieurs fonctions ministérielles, dont celle de ministre du Logement.

CHAPITRE I : CADRE THEORIQUE

Connu pour son style de communication direct et sa volonté de se rapprocher du peuple, le président Tebboune utilise fréquemment l'arabe dialectal dans ses discours officiels. Cette approche vise à établir une connexion plus authentique avec les citoyens en s'exprimant dans la langue couramment parlée.

Sa spontanéité et sa manière familière de s'adresser au public ont conduit à la création de nombreux mèmes sur les réseaux sociaux algériens, notamment sur *Instagram*. Par exemple, lors d'une allocution, il a déclaré : « الحمد لله الذي نجانا و أغرق فرعون » (« *Dieu merci, qui nous a sauvés et a noyé Pharaon* »). Cette phrase a été largement détournée pour illustrer diverses situations humoristiques.

Les déclarations du président Tebboune sont largement reprises par les internautes algériens, notamment sur *Instagram*, où elles sont détournées pour illustrer des situations du quotidien avec humour. Par exemple, dans le contexte universitaire, certains étudiants utilisent cette expression au début de leur soutenance pour exprimer leur soulagement face à cette épreuve cruciale. De même, après une période d'examens difficiles, d'autres partagent cette phrase pour montrer leur satisfaction d'avoir réussi cette étape.

Au-delà du cadre académique, cette expression est également utilisée dans les interactions sociales. En effet, elle est fréquemment utilisée dans des discussions désordonnées, où un interlocuteur cherche à s'imposer dans le débat, bien que son intervention soit parfois hors sujet. De plus, des étudiants peu préparés l'utilisent pour masquer leur gêne lorsqu'ils ne savent pas comment conclure, en ajoutant une touche d'humour.

En plus de cet extrait, plusieurs autres déclarations du président Tebboune ont également été reprises et détournées sur les réseaux sociaux, illustrant différentes situations du quotidien et renforçant son impact dans la culture numérique algérienne :

<https://www.instagram.com/reel/DALBapYtMvX/?igsh=MTI0enM2ODR5bW10aA==>

<https://www.instagram.com/reel/DDDGYHzo58F/?igsh=c3BxdnQ0M2ZiaGlz>

https://www.instagram.com/reel/DDH_qoWNvn-/?igsh=bTFjZGg0cmNwNWZ5

<https://www.instagram.com/reel/DEnlv1CoPGY/?igsh=YnNnZmNnOWtvdWs0>

<https://www.instagram.com/reel/DGdCRO-MnWV/?igsh=M2VmYno3cjNlenRk>

(Consulté le 28.02.2025)

5.4.4 Mèmes paroles

Dans le cadre de notre travail de recherche, il est essentiel d'ajouter un type de mème spécifiquement lié à la parole, et justifier ainsi l'inclusion de cette catégorie dans notre étude afin de mieux comprendre l'impact des expressions orales spontanées dans la création et la circulation des contenus au sein de la société algérienne.

Dans le contexte algérien, l'oralité occupe une place importante par rapport à l'écrit. Cette dominance de l'oral favorise l'émergence d'un type spécifique de mème que l'on peut qualifier de "**mème parole**". Contrairement aux mèmes visuels ou textuels, ces mèmes naissent spontanément d'une parole prononcée, souvent de manière involontaire, par une personne ordinaire. Une simple phrase, exprimée de façon unique ou marquante, peut rapidement se diffuser et être reprise massivement, devenant ainsi un élément culturel partagé. Ce phénomène s'observe fréquemment en Algérie, où des expressions issues du langage courant ou des interventions médiatiques deviennent virales et sont détournées sur les réseaux sociaux.

L'ajout de cette catégorie dans notre typologie des mèmes permet donc de mieux rendre compte de la spécificité du paysage médiatique et sociolinguistique algérien, où la parole spontanée joue un rôle clé dans la production et la circulation des contenus populaires.

Ce type de mèmes peut être illustrer par plusieurs exemples, notamment le mot :

« *Jkustemon* ». Lors d'une interview de rue, une journaliste a posé des questions de culture générale aux passants. Un jeune Algérien, après plusieurs tentatives, a finalement trouvé la bonne réponse. En voulant dire « justement », il a prononcé « *jkustemon* ». Cette erreur spontanée a amusé de nombreux Algériens, non pas par moquerie, mais en raison de la manière drôle dont le mot a été dit. Rapidement, « *jkustemon* » est devenu un mème populaire. Aujourd'hui, beaucoup utilisent ce terme dans leurs conversations à la place de « justement », en référence à ce moment humoristique.

<https://vm.tiktok.com/ZMko1g1V4/>

(Consulté le 28.02.2025)

Cette dynamique se retrouve également dans un autre exemple, celui de « *le peur le moment* » et « *je préférence* ». Lors d'une interview de rue, un journaliste algérien a posé une question aux passants : « où souhaiteraient-ils passer leur lune de miel ? » Une jeune femme a répondu qu'elle ne pensait pas au mariage « *le peur le moment* », en déformant involontairement « pour le moment ». Mais ce n'est pas tout : en voulant dire « de préférence » ou « je préfère », elle a dit « *je préférence* ». Ces erreurs spontanées ont rapidement amusé les Algériens, qui se les sont appropriées de manière humoristique.

Depuis, « *le peur le moment* » et « *je préférence* » sont devenus des mèmes linguistiques, utilisés dans les conversations quotidiennes pour faire référence à ce moment marquant.

<https://vm.tiktok.com/ZMkoeuED8/>

(Consulté le 28.02.2025)

Cette tendance se manifeste également à travers une autre expression devenue célèbre : « *Oh là là ! Comme ça, on parle !* ». Issue d'une vidéo, cette phrase a été prononcée par un homme d'une soixantaine d'années alors qu'il choisissait une pâtisserie. Après avoir écarté plusieurs options plus élaborées, il s'est enthousiasmé devant une tarte très simple, s'exclamant « *Oh là là ! Comme ça, on parle !* ».

Cette réaction spontanée a amusé les internautes, qui ont repris l'expression dans un contexte humoristique pour exprimer une satisfaction exagérée, voire ironique, face à quelque chose qui leur plaît, même si cela peut inattendu.

<https://vm.tiktok.com/ZMkodGQ1c/>

(Consulté le 28.02.2025)

Cette dynamique se retrouve également dans une autre expression largement reprise :

« *Un peu de gazouze, un peu de limonade.* » Elle provient d'un échange entre un vieil homme kabyle et un visiteur français. Lorsque le vieil homme lui demande ce qu'il boit, le visiteur répond qu'il ne consomme que de l'eau. Mais son interlocuteur

insiste en lui proposant « *un peu de gazouze, un peu de limonade.* » Cette réplique, diffusée sur les réseaux sociaux, s'est progressivement intégrée des usages quotidiens.

Aujourd’hui, elle est employée pour inciter quelqu’un à accepter une offre de nourriture ou de boisson, notamment lorsqu’il refuse par politesse ou par timidité. Cet exemple illustre comment une simple phrase issue d’une interaction quotidienne peut s’inscrire dans les pratiques langagières et devenir une référence partagée.

<https://vm.tiktok.com/ZMko899eB/>

(Consulté le 28.02.2025)

Un autre exemple marquant de ce phénomène est l’expression « *Oh, l’amour ! L’amour, il est partout !* » est né d’une interview télévisée réalisée en Algérie le jour de la Saint-Valentin.

Ce jour-là, un journaliste interroge une femme sur l’amour et la manière dont il est célébré. Avec une spontanéité marquante, elle répond en insistant sur la présence omniprésente de l’amour tout au long de l’année et en soulignant, de manière humoristique, qu’il est souvent associé à des intérêts matériels : « *Avec l’amour, regardez, il y a manger, l’amour et l’argent !* » Rapidement, cette déclaration devient un même populaire sur les réseaux sociaux et s’intègre dans le langage courant des Algériens. Aujourd’hui, elle est fréquemment reprise, notamment lors de la Saint-Valentin, ou chaque fois que le sujet de l’amour est abordé avec ironie.

Son succès repose sur son ton exagéré et sarcastique, qui reflète une vision à la fois réaliste et moqueuse des relations amoureuses dans la société.

<https://www.instagram.com/reel/C3U2Yi9stpr/?igsh=aTN6d3U2ZTd0aTFI>

(Consulté le 03.03.2025)

Les expressions évoquées jusqu’ici illustrent une caractéristique fondamentale du paysage linguistique algérien : **l’alternance codique**. En effet, en Algérie, la communication quotidienne repose sur un mélange constant entre l’arabe dialectal, le kabyle et le français, ce qui se reflète naturellement dans les mêmes oraux.

Après ces exemples majoritairement formulés en français, intéressons-nous maintenant à ceux qui émergent en arabe dialectal :

<https://youtu.be/wzpxgL4vxR0?si=UDfpWzkopFgIbO8H>

(Consulté le 28.02.2025)

Sid Ali Khaldi est un homme politique algérien qui a occupé le poste de ministre de la Jeunesse et des Sports. En octobre 2020, lors d'un discours prononcé dans le cadre de la campagne référendaire sur le projet de révision de la Constitution, il a déclaré :

« ولی ما عجبوش الحال بيدل بلاد... هنا رايحين نبنيو دولة معاصرة »

Ce qui se traduit en français : « *Nous allons construire un État conforme à la déclaration du 1er novembre... et celui qui n'est pas content n'a qu'à changer de pays* ». Cette déclaration a suscité une polémique sur les réseaux sociaux et dans les médias, de nombreux Algériens la considérant comme une atteinte à la liberté d'expression et au droit de critiquer les réformes constitutionnelles.

Suite à ces réactions, l'expression « *il n'a qu'à changer de pays* » est devenue un mème en Algérie. Les internautes l'utilisent de manière humoristique pour commenter diverses situations où une personne exprime son mécontentement, en ajoutant ironiquement cette phrase pour signifier qu'elle devrait partir si elle n'est pas satisfaite.

En plus de son usage humoristique dans les conversations, l'expression « ولی ما عجبوش الحال بيدل البلاد » a aussi été largement reprise sur les réseaux sociaux, notamment par des créateurs de contenu. Certains l'intègrent dans leurs vidéos pour illustrer de façon ironique un changement de pays ou un départ à l'étranger. Par exemple, sur *Instagram*, on retrouve des montages où l'extrait de Sid Ali Khaldi est joué en arrière-plan pendant qu'une personne filme son départ à l'aéroport ou son arrivée dans un autre pays.

Cette mise en scène vise à tourner l'idée selon laquelle quitter son pays serait une solution simple face aux problèmes rencontrés. Ce phénomène montre comment un discours politique peut être détourné et intégré dans la culture numérique sous forme de mème. Il reflète également une certaine réalité sociale, où le départ à

CHAPITRE I : CADRE THEORIQUE

l'étranger est souvent perçu, parfois avec humour, comme une alternative aux difficultés du quotidien en Algérie.

<https://vm.tiktok.com/ZMB1tWUbD/>

(Consulté le 02.03.2025)

Lors d'un micro-trottoir mené par un journaliste algérien, une jeune femme a attiré l'attention des algériens avec une phrase qui a rapidement circulé sur les réseaux sociaux.

Interrogée sur des expériences personnelles de harcèlement ou d'injustice, elle a répondu avec une formulation claire et marquante :

« علا بالك تظلم إنسان ظلم الظلمات يوم القيمة », ce qui se traduit par : « *Tu sais, faire du tort à quelqu'un, c'est une injustice, et cette injustice sera amplifiée au jour du jugement dernier.* »

L'intonation de la jeune femme, son sérieux et le message fort de ses paroles ont retenu l'attention des Algériens, qui ont repris cette expression sous forme de même. Aujourd'hui, « ظلم الظلمات يوم القيمة » est souvent employé dans différents contextes pour dénoncer une situation jugée injuste, parfois avec une touche d'humour ou d'exagération.

Cette expression est reprise dans divers contextes pour illustrer les situations vécues par les Algériens, accompagnées de l'extrait vidéo de l'agence femme

<https://www.instagram.com/reel/C95oI6woT8H/?igsh=MWpmZWtvejBldmFjOQ==>

<https://www.instagram.com/reel/C5FJB-tIY-C/?igsh=MWwxhHIwdDFwZm1rcQ==>

<https://www.instagram.com/reel/C301sUyshGH/?igsh=MWx3ZXN6bmhkZWYyMA==>

<https://www.instagram.com/reel/C4jSuDuMYkm/?igsh=MWJ5dnB2cmF2MDZ5bg==>

https://www.instagram.com/reel/C-N8eY6oK_t/?igsh=MXJ0NHpj3EzZWNwaw==

https://www.instagram.com/reel/C_AamO6IXms/?igsh=N2RrbWY2amIwajFu

https://www.instagram.com/reel/C9-xpB_OGNE/?igsh=edtZWVuOGU3Z3Jz

(Consulté le 02.03.2025)

CHAPITRE I : CADRE THEORIQUE

<https://vm.tiktok.com/ZMB1WdCrt/>

(Consulté le 02.03.2025)

Ahmed *Aberkane* est un youtubeur algérien, originaire de la Kabylie, connu pour ses vidéos diffusées sur les réseaux sociaux, notamment Facebook et YouTube.

À travers son contenu, il traite de divers sujets liés à la culture kabyle, aux réalités sociales algériennes et à l'actualité. Son style particulier et ses tournures de phrase ont contribué à faire de lui une figure emblématique du web algérien.

Certaines de ses paroles, en raison de leur pertinence et de leur capacité à refléter des situations vécues par de nombreux Algériens, sont devenues largement diffusées et reprises sous forme de mèmes.

Parmi ces expressions, l'une des plus répandues est "*Achdah tura Ahmed Aberkane, arwu chdah*", qui peut être traduite par "*Danse maintenant, Ahmed Aberkane, profite de ta danse*". Cette phrase est généralement utilisée pour exprimer une situation où une personne se retrouve bloquée après avoir fait de nombreux efforts sans obtenir le résultat espéré. Elle traduit un sentiment de frustration, d'ironie et de résignation face à une situation perçue comme injuste.

Un exemple typique d'utilisation de cette expression concerne les relations amoureuses : Une femme qui a passé des années aux côtés de son partenaire, l'a soutenu et investi dans la relation, pourrait l'utiliser si celui-ci finit par la quitter pour épouser sa cousine. Dans ce contexte, cette phrase illustre le sentiment d'injustice et de déception.

Un autre contexte fréquent concerne le monde du travail, un étudiant qui a travaillé dur pendant des années, obtenu de bons résultats et réussi un concours, mais qui voit finalement le poste attribué à une personne bénéficiant de "*ma'rifa*" (le piston), pourrait ironiquement utiliser cette expression pour souligner l'absurdité de la situation. Ainsi, cette phrase d'Ahmed Aberkane est devenue un moyen pour les Algériens notamment les kabyles d'exprimer, avec humour leur frustration face à des situations où les efforts ne sont pas récompensés et où l'injustice semble dominer.

<https://vm.tiktok.com/ZMBJhCF8M/>

(Consulté le 03.03.2025)

L'expression « *Azul dabouboul* » est devenue un mème largement utilisé sur les réseaux sociaux et dans les interactions quotidiennes. Elle tire son origine du chanteur kabyle Sami, qui l'a prononcée de manière marquante lors d'un de ses spectacles, captivant ainsi les internautes.

"*Azul*" signifie "salut" en tamazight, mais l'ajout de "*dabouboul*" signifie(gros) lui donne un effet comique, comme si le salut lui-même était imposant ou exagéré. L'expression dans son ensemble ne suit pas une logique stricte, mais c'est justement cet aspect absurde qui lui donne son caractère humoristique.

Ce jeu sur la langue, combiné à l'intonation particulière de Sami, a contribué à la popularité de l'expression, qui s'est rapidement propagée sur TikTok, Instagram et Facebook.

Aujourd'hui, « *Azul debubule* » est couramment employé pour saluer de manière humoristique et marquer son arrivée. Il est souvent utilisé dans des vidéos, des commentaires ou simplement lors d'échanges entre amis, illustrant une fois de plus la capacité des réseaux sociaux à transformer des paroles spontanées en références culturelles partagées.

6 L'enquête de terrain

Dans le cadre d'une recherche en mémoire ou en thèse, l'enquête de terrain est une étape essentielle qui permet de collecter des données directement sur le sujet étudié. Elle repose sur différentes méthodes comme l'observation, l'entretien et le questionnaire, qui aident à mieux comprendre les phénomènes linguistiques et culturels.

Le choix de la méthode dépend des objectifs du chercheur et du type d'informations qu'il cherche à obtenir. L'observation est une technique qui consiste à recueillir des données en regardant les comportements et les interactions sans intervenir. Elle est utile pour analyser des pratiques de manière naturelle et obtenir des informations authentiques.

L'entretien, quant à lui, permet d'échanger directement avec les participants afin d'obtenir des réponses détaillées sur un sujet précis. Il existe plusieurs types d'entretiens ; l'entretien directif suit une structure bien définie avec des questions préparées à l'avance ; l'entretien semi-directif laisse plus de liberté aux participants, tout en suivant un cadre établi ; l'entretien non directif, lui, est plus libre et encourage les personnes interrogées à s'exprimer spontanément.

Le questionnaire, de son coté, est une autre méthode couramment utilisée. Il permet d'interroger un grand nombre de personnes en leur posant les mêmes questions. Selon la manière dont elles sont formulées, les questions peuvent être ouvertes, fermées ou semi-ouvertes. Certaines enquêtes utilisent aussi des échelles d'attitudes pour mesurer l'opinion des participants sur un sujet donné.

Ces différentes méthodes d'enquête sont largement utilisées dans les sciences du langage et la didactique, car elles permettent de collecter des données variées et complémentaires.

6.1 Enquête par questionnaire

Pour collecter nos données, nous avons opté pour deux modalités complémentaires : Un questionnaire papier distribué dans deux lycées de Béjaïa (Lycée Stambouli Sidi Ahmed, et Lycée Chibane Fatah de Timezrit). Ainsi qu'à l'Université Abderrahmane Mira. Ce format nous a permis d'obtenir des réponses directes de lycéens et d'étudiants, un public particulièrement exposé aux mèmes et aux réseaux sociaux.

Un questionnaire en ligne a été diffusé via Google Forms afin d'élargir notre échantillon et de recueillir des avis variés de jeunes internautes, notamment de lycéens, mais aussi potentiellement d'étudiants universitaires ou d'autres jeunes intéressés par la culture des mèmes.

Ce questionnaire a pour objectif d'analyser l'influence des mèmes sur Instagram en Algérie, en mettant l'accent sur leur impact sur la perception sociale et culturelle. Il s'articule en plusieurs étapes destinées à recueillir des données pertinentes.

Tout d'abord, dans la première section intitulée "**Informations générales**", le questionnaire s'intéresse aux caractéristiques des répondants, notamment leur âge, leur genre, leur niveau d'études, leur activité professionnelle et les langues qu'ils parlent couramment. L'objectif est de comprendre si ces éléments influencent leur perception des mèmes et leur manière de les interpréter.

Ensuite, dans la deuxième section intitulée "**Usage des réseaux sociaux et d'Instagram**", le questionnaire explore ensuite les habitudes des participants sur les réseaux sociaux, en mettant l'accent sur *Instagram*. Il s'intéresse à la fréquence d'utilisation de ces plateformes, au type de contenu consulté, ainsi qu'aux raisons pour lesquelles Instagram est apprécié ou non. Ces informations permettent de mieux cerner leur exposition aux mèmes et leur engagement envers ce type de contenu.

Par la suite, dans la troisième section, intitulée "**Expérience et perception des mèmes**", le questionnaire interroge les participants sur leur connaissance des mèmes, leur appréciation et leurs interactions avec eux (like, partage, commentaire). Il s'intéresse aussi à leur opinion sur l'impact des mèmes, en cherchant à savoir s'ils les considèrent comme un simple divertissement ou comme un moyen d'expression sociolinguistique.

Enfin, dans la quatrième section, intitulée "**Influence des mèmes et comparaison avec d'autres contenus**", le questionnaire cherche à comprendre pourquoi certains mèmes deviennent très populaires alors que des contenus éducatifs ou informatifs attirent moins d'attention. Il interroge également les participants sur l'influence des mèmes sur la perception des sujets de société et sur leur effet potentiel sur la consommation de contenus plus sérieux.

Afin d'assurer une meilleure accessibilité, le questionnaire a été conçu en français et en arabe. Les participants peuvent également répondre dans la langue de leur choix (français, kabyle ou arabe), ce qui favorise des réponses spontanées et sincères.

6.2 Protocol d'enquête (le déroulement de l'enquête et les choix entrepris après l'enquête)

Dans le cadre de notre étude sur les représentations sociolinguistiques des mèmes en Algérie, nous avons élaboré un protocole d'enquête afin de décrire notre protocole décrivant notre démarche de terrain. Notre objectif est de comprendre comment les mèmes diffusés sur *Instagram*, bien que souvent perçus comme de simples divertissements humoristiques, reflètent des perceptions sociales et culturelles tout en transmettant des messages implicites ou des significations cachées.

La distribution des questionnaires papier s'est déroulée dans deux lycées : le lycée Stambouli de Sidi Ahmed et Chibane Fatah de Timezrit. Nous avons également distribué des questionnaires à des étudiants à l'université de Béjaïa. Nous avons réparti les tâches : Nous nous sommes rendus au lycée Stambouli et celui de Timezrit. Ensuite, nous avons travaillé ensemble pour distribuer le questionnaire aux étudiants universitaires.

Cette phase de terrain s'est déroulée durant la dernière semaine avant les vacances du deuxième semestre, afin de profiter de la présence des élèves et étudiants. Durant les vacances, nous nous sommes concentrées sur la diffusion du questionnaire en ligne pour continuer à recueillir un maximum de réponses, malgré l'arrêt temporaire des cours.

Cette approche mixte nous a permis de toucher une diversité de répondants exposés aux mèmes sur les réseaux sociaux.

À la fin de la collecte des données, nous avons obtenu environ 70 réponses. Cependant, lors du tri, nous avons constaté que certaines réponses n'étaient pas exploitables. En effet, quelques participants ont répondu de manière désinvolte ou sans comprendre le sujet, ce qui représente l'un des inconvénients des enquêtes ouvertes au grand public. Certaines personnes semblaient se moquer du questionnaire, tandis que d'autres répondaient au hasard. Nous avons donc procédé à un tri rigoureux, en écartant les réponses qui ne correspondaient pas à notre objectif d'étude. Nous avons conservé uniquement 50 réponses formulées avec sérieux, qu'elles soient positives ou critiques à l'égard des mèmes.

Notre priorité était d'analyser des représentations sincères, qu'elles expriment une appréciation ou une remise en question du phénomène.

6.3 Conclusion partielle

Dans ce chapitre, nous avons présenté plusieurs approches pour mieux comprendre notre sujet. La sociolinguistique nous a aidées à voir comment la langue est utilisée dans son contexte social. La sémiologie nous a permis d'analyser les signes, qu'ils soient écrits, visuels ou sonores, présents dans les mèmes. Ensuite, la pragmatique et la praxématique nous ont donné des clés pour comprendre l'intention derrière les messages et la façon dont ils sont réellement utilisés dans les échanges. Enfin, nous avons expliqué la théorie des mèmes à travers des exemples tirés de notre corpus, comme des images ou des vidéos, pour montrer comment ces contenus fonctionnent et pourquoi ils parlent autant aux internautes algériens.

CHAPITRE II

RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

Après avoir présenté les bases théoriques de notre sujet, nous passons à l'analyse des résultats obtenus à partir du questionnaire. Ce dernier avait pour objectif de comprendre la perception des mèmes en Algérie, leur popularité, ainsi que les raisons pour lesquelles ce type de contenu attire davantage l'attention que les publications à caractère éducatif.

1. Grille d'évaluation

Ce tableau présente l'ensemble des questions formulées dans le questionnaire ainsi que les objectifs visés pour chacune d'elles. Il permet de mettre en évidence la cohérence entre les questions posées et les hypothèses de recherche, tout en assurant une meilleure structuration de l'enquête.

Question	Objectif recherché
Section 01 : Genre	Observer les différences de perception ou d'usage des mèmes selon le genre.
Age	Cibler les tranches d'âge les plus exposées aux mèmes.
Niveau d'étude	Evaluer l'influence du niveau d'instruction sur la compréhension, l'usage et l'interprétation des mèmes.
Activité professionnelle	Avoir une idée générale du profil socio-professionnel des participants.
Lieu de résidence	Repérer la diversité géographique des répondants.
Quelle langue parlez-vous couramment ?	Comprendre comment les compétences linguistiques influencent la compréhension des mèmes.
Section 02 : Utilisez-vous les réseaux sociaux ?	Vérifier si les répondants sont des usagers actifs ou occasionnels des réseaux sociaux.
Quel réseau social utilisez-vous le plus souvent ?	Identifier le réseau social le plus utilisé et voir si <i>Instagram</i> est bien

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

	dominant dans leurs usagers.
Aimez-vous utiliser <i>Instagram</i> ?	Connaitre le degré d'affinité des répondants avec Instagram, plateforme centrale de l'étude.
Si oui ou non pourquoi ?	Comprendre les raisons de l'adhésion ou du rejet d' <i>Instagram</i> .
Quel type de contenus regardez-vous le plus souvent sur <i>Instagram</i> ?	Déterminer les préférences en termes de contenu.
Section 03 :	
Connaissez-vous les mèmes ?	Savoir si les participants en ont déjà entendu parler ou de quoi il s'agit.
Que pensez-vous des mèmes ?	Identifier les représentations que les participants ont des mèmes.
Quels sont les mèmes que vous utilisez le plus souvent ?	Repérer les types de mèmes les plus populaires ou les plus utilisés afin de comprendre quelles formes attirent le plus les utilisateurs.
Avez-vous déjà aimé, partagé ou commenté un même sur <i>Instagram</i> ?	Savoir si les utilisateurs interagissent activement avec les mèmes (like, partage, commentaire).
Pourquoi regardez-vous des mèmes ?	Comprendre pourquoi les gens aiment regarder des mèmes (divertissement, opinion, société, etc.).
Selon vous, les mèmes humoristiques sont-ils seulement un divertissement ou ont-ils un impact sur la société ?	Savoir si les mèmes sont juste drôles ou s'ils jouent un rôle social et culturel.
Pensez-vous que les mèmes influencent la façon dont les gens perçoivent certains sujets de société ?	Voir si les gens pensent que les mèmes influencent les opinions sur les sujets de société
Section 04 :	
Pourquoi pensez-vous que certains mèmes deviennent populaires alors que des contenus éducatifs ou intéressants restent moins visibles ?	Comprendre pourquoi les mèmes attirent plus l'attention que les contenus éducatifs.

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

Avez-vous déjà partagé un contenu éducatif ou intellectuel sur Instagram ?	Savoir si les gens partagent du contenu éducatif sur <i>Instagram</i> .
Pensez-vous que l'emploi excessif de mèmes peut détourner l'attention des contenus éducatifs ou informatifs ?	Voir si les mèmes empêchent de faire attention aux contenus éducatifs.

2. Analyse des données

2.1 . SECTION 1 : INFORMATIONS GENERALES

L'échantillon de cette étude est composé de 50 répondants, dont 60 % de femmes (30 femmes) et 40 % d'hommes (20 hommes). Cela montre une représentation féminine majoritaire dans notre enquête.

L'analyse de la variable « âge » des personnes interrogées est présenté dans le tableau suivant :

Tableau 01 : répartition des répondants selon leur tranche d'âge

L'âge	Chez les femmes	Chez les hommes		
13 ans -17 ans	02	06,06 %	01	05 %
18 ans – 25 ans	22	73,3 %	09	45 %
25 ans – 34 ans	05	16,6 %	10	50 %
35 ans et plus	01	3,3 %	00	00 %

La lecture du tableau montre que la majorité des femmes interrogées sont âgées de 18 à 25 ans, ce qui peut avoir une incidence sur leur utilisation des réseaux sociaux, en particulier Instagram. Chez les hommes, la population est plus répartie entre les 18–25 ans (45 %) et les 25–34 ans (50 %), avec une absence totale d'hommes de plus de 35 ans.

Le tableau ci-dessous illustre le niveau d'instruction des participants à notre enquête :

Tableau 02 : niveau d'instruction des participants à l'enquête

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

Femmes		Hommes	
Lycéens (nes)	Universitaires	Lycéens (nes)	Universitaires
04	26	08	12
13,3 %	86,06 %	40 %	60 %

Les femmes interrogées sont majoritairement universitaires, tandis que chez les hommes, on observe une répartition plus équilibrée entre lycéens et étudiants, avec une proportion plus élevée de lycéens. En ce qui concerne le lieu de résidence, voici les principaux éléments observés :

La majorité des répondants résident à Béjaïa : 90 % des hommes et 80 % des femmes. Ce résultat est cohérent avec le principal lieu de distribution du questionnaire, notamment dans un lycée de la région. Toutefois, La diffusion en ligne a permis de recueillir également les réponses de 10 % d'hommes et 6,6 % de femmes résidant en France, ainsi que de participants vivant dans d'autres wilayas, comme Alger (3,3 %) et Tipasa (10 %). Cette diversité, bien que minoritaire, montre une certaine extension géographique de l'enquête au-delà de la région de Béjaïa.

En ce qui concerne les langues parlées, les réponses des participants révèlent une certaine diversité linguistique ; les répondants déclarent, pour la grande majorité, parler couramment le kabyle, l'arabe et le français. L'anglais est très peu mentionné. Ce multilinguisme, notamment le kabyle, est un reflet du contexte sociolinguistique local (Béjaïa étant une région kabylophone).

2.2. SECTION 2 : USAGES DES RESEAUX SOCIAUX ET INSTAGRAM

Les tableaux ci-dessous rendent compte de la fréquence et des habitudes d'utilisation des réseaux sociaux par les personnes interrogées :

Tableau 03 : utilisation des réseaux sociaux par les participants

		Femmes				Hommes						
Oui régulièrement		26	86.6 %			16	80%					
Oui de temps en temps		4	13.3%			4	20%					
Non, jamais		0	0%			0	0%					
	Facebook	Instagram	TikTok		Twitter	Snapchat	WhatsApp					
Femmes	10	33.3%	25	83.3%	16	53.3%	1	3.3%	14	46.6%	6	20%
Hommes	6	30%	14	70%	12	60%	1	5%	8	40%	5	25%

La quasi-totalité des répondants utilisent les réseaux sociaux de manière régulière. En effet, **86,6 %** des femmes déclarent les utiliser quotidiennement, tandis que **13,3 %** y accèdent de temps en temps. Cette tendance reflète l'omniprésence des plateformes numériques dans la vie quotidienne des jeunes interrogés.

Tableau 04 : réseaux sociaux les plus utilisés par les participants

Concernant les réseaux sociaux les plus utilisés, **Instagram** arrive largement en tête, avec **83,3 %** des femmes et **70 %** des hommes qui l'utilisent régulièrement. Il est suivi de **TikTok**, utilisé par **53,3 %** des femmes et **60 %** des hommes. Ce classement suggère une préférence nette pour les plateformes à fort contenu **visuel**, qui misent sur des vidéos courtes, dynamiques et divertissantes. **Snapchat** se positionne ensuite, notamment chez les femmes (**46,6 %**), tandis que **Facebook** est moins prisé, avec **33,3 %** d'utilisatrices et **30 %** d'utilisateurs masculins. **WhatsApp** est utilisé par **20 %** des femmes et **25 %** des hommes, tandis que **Twitter** reste marginal, avec une seule utilisatrice et un seul utilisateur, représentant respectivement **3,3 %** et **5 %**.

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

Il est important de noter que cette question permettait de sélectionner plusieurs options, ce qui explique les chevauchements entre les différentes plateformes.

Tableau 05 : appréciation de l'usage d'Instagram par les participants

	Femmes		Hommes	
Oui, beaucoup	20	66%	08	40%
Oui, un peu	09	30%	06	30%
Non, pas vraiment	01	3,3%	05	25%
Non, pas du tout	00	00%	01	05%

Quant à la perception d'Instagram, elle est globalement positive, en particulier chez les femmes : 66 % déclarent apprécier fortement l'application, et 30 % affirment l'aimer modérément. Du côté des hommes, 40 % disent l'aimer beaucoup, 30 % un peu, tandis que 25 % se montrent plus réservés (« pas vraiment ») et 5 % expriment un désintérêt total. Cette préférence pour *Instagram* peut s'expliquer par le fait que c'est une plateforme basée principalement sur le visuel, ce qui attire beaucoup les utilisateurs. Des études ont démontré que le contenu visuel génère un engagement significativement plus élevé que le contenu textuel, notamment en termes de likes, de partages et de commentaires. De plus, *Instagram* propose des formats courts et dynamiques, tels que les Réels, qui captent l'attention des utilisateurs, en particulier des jeunes générations. Par exemple, une étude d'Adobe a révélé qu'un texte associé à une image suscitait 650% d'engagement de plus qu'un texte sans image. Cette stratégie ressemble aussi à TikTok dans son fonctionnement, ce qui peut expliquer pourquoi ces deux réseaux sont aujourd'hui parmi les plus utilisés.

Synthèse des raisons d'utilisation d'Instagram

À travers les réponses recueillies, plusieurs motifs d'usage d'*Instagram* émergent, aussi bien chez les hommes que chez les femmes. La majorité des répondants expliquent utiliser cette plateforme principalement pour le divertissement, notamment grâce aux Réels, aux vidéos humoristiques ou encore aux mèmes, qui sont perçus comme des moyens de détente et d'amusement. Ensuite, une grande partie évoque l'aspect visuel et esthétique de l'application, mettant en avant la qualité des

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

images, la fluidité de la navigation, ainsi que la possibilité de partager ou découvrir des photos et vidéos inspirantes.

Plusieurs femmes ont souligné apprécier les stories, les contenus culturels ou éducatifs qu'elles peuvent y trouver, tandis que d'autres y voient une source d'information sur l'actualité, la société, ou encore les tendances (mode, sport, célébrités, etc.).

Instagram est aussi perçu comme un outil de communication, permettant de rester en contact avec ses proches, de suivre la vie de ses amis ou de chatter plus facilement que par téléphone.

Enfin, quelques réponses révèlent une utilisation plus fonctionnelle ou modérée, comme l'usage occasionnel pour poster une story, ou pour effectuer des achats en ligne.

À l'inverse, une minorité des répondants, principalement masculins, indiquent ne pas être très intéressés par *Instagram*, soit en raison d'un manque de contenu informatif, soit parce qu'ils jugent l'application inutile ou trop centrée sur le superficiel.

Les types de contenus les plus consultés sur *Instagram* par les répondants sont présentés dans le tableau suivant :

Tableau 06 : types de contenus les plus consultés sur *Instagram*

	Femmes		Hommes	
Vidéos humoristiques	28	93.3%	13	65%
Contenus éducatifs et culturels	19	63.3%	9	45%
Vidéos sur l'actualité et la politique	4	13.3%	6	30%
Contenus sportifs	01	3.3%	7	35%

Les résultats révèlent une nette préférence, chez les deux sexes, pour **les vidéos humoristiques** sont le type de contenu le plus populaire auprès des répondants, avec **93,3 %** des femmes et **65 %** des hommes qui déclarent en regarder fréquemment. Ce

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

Le résultat montre que l'humour occupe une place centrale dans l'usage d'*Instagram* chez les jeunes interrogés.

Le contenu éducatif et culturel se positionne en deuxième place : **63,3 %** des femmes et 45 % des hommes disent y porter un intérêt, ce qui montre un certain engouement pour les contenus à dimension instructive, notamment chez les femmes.

En revanche, **les vidéos liées à l'actualité et à la politique** suscitent moins d'intérêt, bien qu'elles soient légèrement plus suivies par les hommes (**30 %**) que par les femmes (**13,3 %**).

Enfin, une différence notable apparaît au niveau du **contenu sportif**, qui attire **35 %** des hommes, contre seulement **3,3 %** des femmes. Cela confirme que l'intérêt pour ce type de contenu reste très genré dans l'échantillon interrogé.

Il est important de rappeler que les répondants avaient la possibilité de cocher plusieurs types de contenus, ce qui explique les chevauchements et les cumuls observés.

2.3. SECTION 3 : EXPERIENCE ET PERCEPTIONS DES MEMES

Le tableau suivant présente le degré de familiarité des participants avec les mèmes, à travers leurs réponses à la question « Connaissez-vous les mèmes ? ».

Tableau 07 : connaissance des mèmes par les participants

	Femmes		Hommes	
Oui, j'en regarde souvent	25	83.3%	16	80%
Oui, mais rarement	5	16.6%	4	20%
Non, pas vraiment	00	0%	00	0%

Les résultats révèlent une connaissance quasi généralisée des mèmes chez les jeunes interrogés. En effet, 83,3 % des femmes et 80 % des hommes déclarent en consulter fréquemment, tandis que les 16,6 % de femmes et 20 % d'hommes restants affirment les connaître, bien qu'ils les regardent plus rarement. Aucun répondant n'a indiqué ne pas connaître les mèmes, ce qui témoigne de leur forte présence dans les

pratiques numériques de cette génération. Ainsi, qu'ils soient consommés régulièrement ou de manière occasionnelle, les mèmes apparaissent comme une composante intégrée du quotidien virtuel des jeunes.

Synthèse des représentations des mèmes par les répondants

Dans le cadre de notre étude sur les représentations sociolinguistiques des mèmes algériens, deux questions de notre questionnaire se révèlent particulièrement importantes, car elles permettent de répondre directement à notre problématique.

La première, « Que pensez-vous des mèmes ? », nous a permis de mieux comprendre la manière dont les jeunes perçoivent les mèmes algériens : comment ils les définissent, ce qu'ils en pensent, et ce qu'ils représentent pour eux.

La deuxième, « Quels sont les mèmes que vous utilisez le plus souvent ? », vient illustrer ces perceptions à travers des exemples concrets. Elle nous aide à identifier les mèmes les plus utilisés et à voir comment ces derniers s'intègrent dans le langage et la culture des jeunes.

Les perceptions des mèmes algériens recueillies auprès des participants révèlent une tendance majoritairement appréciative, bien que quelques avis plus nuancés ou critiques soient également exprimés. Ces mèmes, en tant que **pratiques langagières populaires**, traduisent la manière dont les individus utilisent le langage verbal, visuel ou gestuel pour exprimer des situations, des émotions et des réalités sociales propres au contexte algérien.

La majorité des participants, hommes comme femmes, ont **une perception appréciative** des mèmes, les qualifiant de drôles, amusants, divertissants, et parfois même de thérapeutiques.

Plusieurs répondants insistent sur leur capacité à remonter le moral, à soulager le stress, et à faire rire même dans les moments difficiles. Un participant affirme : « *Ils font rire et me font sentir à l'aise.* » Une participante va jusqu'à dire : « *Je ne parle qu'en mèmes !* » D'autres évoquent les mèmes comme une forme moderne de communication, une manière fun, efficace et rapide de partager des idées ou des émotions.

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

Plusieurs participants (surtout des femmes) voient les mèmes comme un reflet de la société algérienne et de la culture locale. Une femme dit : « *Le même, c'est comme une épice : il donne de la valeur à une simple vidéo.* » Une autre explique qu'ils reflètent parfaitement des situations vécues, comme s'ils parlaient à notre place. L'idée d'identité collective est également présente : « *Ils renforcent le sentiment de communauté en partageant des expériences communes.* »

Certains participants soulignent l'impact éducatif positif des mèmes : Une participante affirme qu'elle a appris l'anglais grâce aux mèmes. Un homme dit avoir appris l'arabe dialectal en les consultant. Ces arguments montrent que les mèmes peuvent aussi avoir une fonction linguistique ou culturelle enrichissante

Malgré la prédominance d'avis positifs, quelques réserves sont exprimées de manière **dépréciative** : Une femme met en garde contre l'impact émotionnel que peuvent avoir certains mèmes, soulignant leur portée sensible. Une autre dit : « *Il faut éviter d'être trop influencé.* » Un homme affirme : « *Certains mèmes ne me plaisent pas.* » D'autres évoquent le risque de banaliser des sujets complexes ou d'aller trop loin dans l'humour, notamment lorsqu'il devient stéréotypé ou déplacé.

Certains participants reconnaissent le double rôle des mèmes : à la fois divertissants et porteurs de messages sérieux : « *Ils dénoncent des réalités sociales comme le chômage ou les inégalités, tout en restant drôles.* » « *C'est de l'humour moderne, parfois incompris, surtout par les générations plus âgées.* »

En somme, les mèmes algériens sont perçus, dans leur majorité, comme des outils de communication modernes, expressifs et capables de rassembler les gens. Ils ont une dimension humoristique, culturelle, linguistique et sociale. La plupart des participants les apprécient pour leur capacité à faire rire, à détendre et à exprimer des idées de manière simple. Cependant, certains ont noté que certains mèmes peuvent transmettre des messages exagérés ou négatifs, ce qui montre qu'il faut les utiliser avec une certaine limite.

Même s'ils paraissent légers ou sans importance, les mèmes sont en réalité des formes de langage social. Ils utilisent à la fois des mots, des images ou des gestes pour

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

faire passer des idées, des sentiments ou des critiques. Parfois, une simple phrase ou une courte vidéo peut être partagée des milliers de fois, parce qu'elle reflète une situation vécue par beaucoup de personnes. Nous ne savons pas toujours comment un mème devient populaire, mais cela montre à quel point le langage utilisé sur Internet peut toucher un grand nombre de personnes et faire partie de la manière dont on pense, ressent et communique aujourd’hui.

En complément de la question sur la perception des mèmes, une autre question du questionnaire s'est avérée pertinente : « Quels sont les mèmes que vous utilisez le plus souvent ? » Cette question nous a permis d'illustrer concrètement la manière dont les mèmes s'intègrent dans les pratiques langagières des jeunes Algériens, en révélant des expressions fortement ancrées dans leurs vécu. Les réponses ont révélé une prédominance de mèmes exprimés en arabe dialectal et parfois en kabyle, souvent en lien direct avec des scènes du quotidien algérien : la famille, l'université, l'administration, les transports, etc. Comme l'exprime une participante : « *Ce sont souvent des mèmes très proches de notre réalité, ce qui les rend encore plus drôles.* » Parmi les mèmes les plus évoqués, on retrouve : « *Awili* » : c'est une expression souvent utilisée pour exprimer un choc, une surprise ou une réaction exagérée à une situation inattendue.

« *Hada achnu kaydir hna* » : utilisée lorsqu'une personne se retrouve dans un contexte où elle n'a aucun lien avec ce qui se passe. Cette expression sert à manifester l'étonnement ou le questionnement sur la présence inappropriée de quelqu'un.

« *Qu'est-ce qu'il y a que ça ?* » : cette expression mal formulée est reprise de manière humoristique. Elle déforme la forme correcte « Qu'est-ce que c'est que ça ? », et devient ainsi un mème grâce à son absurdité syntaxique, ce qui en accentue l'effet comique.

« *Nban kheda3 rouji ?* » : ce mème est tiré d'une interview menée par un journaliste roux, qui demande à un jeune ce que les gens disent de lui. Ce dernier répond : « *Ils disent que je suis un traître(kheda3)* ». Puis, il demande au journaliste : « *Est-ce que tu me vois un traître ? Toi, le roux ?* » (En arabe : « *rouji* »). Le jeu de mots

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

involontaire entre « *rouji* » (roux) et le reste de la phrase a provoqué un fou rire collectif. Le journaliste, un peu gêné, répond qu'il ne le voit pas comme un traître. Le jeune conclut alors avec l'expression « *la3ziz* », très populaire en Algérie, pour exprimer le respect ou une forme de validation virile : « t'es un vrai ».

Les participants ont aussi cité des figures sur les réseaux sociaux : Atika, Ahmed Aberkan, Souad 998, Brahim Zekrout, Warda Charlamonti, Farid El 3alamiya, Nabil Sebti, Nabil Asil ou encore Mnanok...etc. Chacun d'eux cite des expressions devenues courantes, comme « *Nmout 3la rebbi* », « *Arwu chdah* », « *Il n'est pas bien ton mari ma chérie* », « *il est bon le fromage* », « *L'amour il est par tout* », « *impossi* », « *bizarre digoulass* », « *passé, passé* », « *my aboniz* », « *nchlh brebi* » ... etc.

Certains mèmes sont utilisés comme des marqueurs sociaux ou émotionnels : « العقلية غادي تتبدل », « أيا نضحكو قاع », souvent employé de façon ironique à chaque nouvelle année, « *«* ». Pour se moquer d'une blague qui ne fait pas rire.

Ces exemples montrent à quel point les mèmes dépassent leur simple fonction humoristique et participent à la construction d'un langage commun, souvent codé, partagé et compris dans la culture numérique algérienne.

Le tableau suivant présente la répartition des réponses selon le genre et la fréquence d'interaction avec les mèmes sur *Instagram* :

Tableau 08 : fréquence d'interaction des participants avec les mèmes sur *Instagram*

	Oui, souvent		Oui, parfois		Rarement		Non, jamais	
Femmes	7	23%	14	46%	8	26%	1	3.3%
Hommes	7	35%	4	20%	2	10%	6	30%

Les réponses à la question « Avez-vous déjà aimé, partagé ou commenté un mème sur Instagram ? » révèlent une forte interaction globale avec ce type de contenu, bien que des nuances apparaissent selon le genre.

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

Chez les femmes, une large majorité affirme avoir déjà interagi avec des mèmes, que ce soit souvent (23 %), parfois (46 %) ou rarement (26 %). Seule une participante (3 %) déclare ne jamais l'avoir fait.

Chez les hommes, les réponses sont plus contrastées : si 35 % déclarent le faire souvent, 20 % parfois et 10 % rarement, 30 % affirment ne jamais interagir avec des mèmes. Ces résultats montrent que, dans l'ensemble, les mèmes suscitent un engagement significatif, surtout auprès des femmes.

Cette tendance confirme que les mèmes constituent une pratique langagière et sociale répandue, utilisée pour communiquer, réagir ou se divertir sur les réseaux sociaux.

Synthèse des motivations liées au visionnage des réponses

Pour la question « Pourquoi regardez-vous les mèmes ? », les participants avaient le choix entre quatre propositions : parce qu'ils sont drôles et divertissants, parce qu'ils permettent d'exprimer une opinion de manière originale, parce qu'ils abordent des sujets de société avec ironie, ou encore parce qu'ils reflètent des réalités sociales de façon accessible.

Chez les femmes, une grande majorité a coché plusieurs réponses à la fois, ce qui montre que les mèmes sont perçus comme ayant plusieurs rôles à la fois. Les raisons les plus fréquemment évoquées sont : l'humour, l'ironie sociale, et la possibilité d'exprimer des opinions de manière originale. Quelques femmes ont aussi mentionné leur capacité à refléter des réalités sociales, même si cette réponse est apparue moins souvent.

Chez les hommes, sur les 20 participants, la raison la plus courante est parce qu'ils sont drôles et divertissants, citée par la majorité. Quelques-uns ont aussi coché les propositions liées à l'expression d'opinions ou à l'ironie sociale, mais cela reste moins répandu.

De manière générale, on remarque que les femmes ont une vision plus large du rôle des mèmes, en les voyant non seulement comme un moyen de se divertir, mais

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

aussi comme un outil d'expression et de critique sociale, tandis que les hommes privilégient davantage leur côté humoristique et léger, en évoquant moins souvent leur portée critique.

Le tableau suivant présente la répartition des réponses des participants à la question : « Selon vous, les mèmes humoristiques sont-ils seulement un divertissement ou ont-ils un impact sur la société ?

Tableau 09 : perceptions des participants sur l'impact des mèmes humoristiques

	Uniquement un divertissement	Un divertissement mais il reflète des réalités sociales	Un outil d'expression sociale et culturel
Femmes	10%	76.6%	26.6%
Hommes	40%	65%	20%

La majorité des femmes (76,6 %) et des hommes (65 %) estiment que les mèmes sont avant tout un divertissement, mais qu'ils reflètent parfois des réalités sociales. Une part plus réduite, mais notable, considère les mèmes comme un outil d'expression sociale et culturelle (26,6 % chez les femmes et 20 % chez les hommes).

Enfin, la perception des mèmes comme uniquement un divertissement est le plus chez les hommes (40 %) que chez les femmes (10 %).

À noter : plusieurs participants ont sélectionné plus d'une réponse, ce qui montre la dimension multiple attribuée aux mèmes.

Le tableau suivant illustre les perceptions des répondants concernant l'influence des mèmes sur la manière dont les sujets de société sont perçus.

Tableau 10 : influence des mèmes sur la manière de percevoir les sujets de société

	Oui, beaucoup		Oui, un peu		Non, pas vraiment		Non, pas du tout	
Femmes	14	46%	13	43.3%	3	10%	0	0%
Hommes	11	55%	8	40%	01	5%	0	0%

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

Autant chez les femmes que chez les hommes, la majorité estime que les mèmes influencent la perception des sujets de société. Ainsi, 46,6 % des femmes et 55 % des hommes ont répondu « oui, beaucoup », tandis que 43 % des femmes et 40 % des hommes ont indiqué « oui, un peu ». Très peu considèrent que les mèmes ont peu d'impact, et aucun participant n'a répondu « non, pas du tout ».

2.4. SECTIO4 : INFLUENCE DES MEMES ET COMPARAISON AVEC D'AUTRES CONTENUS

Cette section répond directement à la question secondaire de notre travail de recherche : Qu'est-ce qui fait que les contenus simples attirent plus l'attention et deviennent répandus, tandis que les contributions intellectuelles ou éducatives passent souvent inaperçues ?

Un tableau sera présenté pour visualiser clairement la répartition des réponses masculines et féminines.

Tableau 11 : opinions des participants sur la popularité des mèmes comparée à celle des contenus éducatifs

	Parce qu'ils sont plus courts et faciles à comprendre	Parce qu'ils font rire et captent l'attention rapidement	Parce que les gens préfèrent le divertissement à l'apprentissage
Femmes	53%	66.6%	20%
Hommes	35%	90%	15%

Chez les hommes, la raison la plus citée est que les mèmes font rire et captent l'attention plus rapidement (**90 %**), suivie de la facilité de compréhension (**35 %**), puis de la préférence pour le divertissement à l'apprentissage (**15 %**). Une réponse libre mentionne que cela reflète la consommation générale de la société algérienne.

Chez les femmes, la tendance est plus partagée : **53 %** estiment que les mèmes sont populaires car ils sont courts et faciles à comprendre, **66,6 %** parce qu'ils font rire

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

et attirent rapidement l'attention, et **20%** pensent que les gens préfèrent le divertissement à l'apprentissage. Plusieurs réponses libres apportent un éclairage plus profond.

Les réponses ouvertes révèlent une perception critique de la consommation des contenus en ligne. Plusieurs participantes soulignent la facilité cognitive des mèmes, leur accessibilité, et la tendance des plateformes à favoriser les contenus légers. D'autres évoquent des raisons socioculturelles : le besoin d'évasion, le rejet des réalités sociales pesantes, ou encore une préférence nationale pour l'humour et la simplicité.

L'idée d'une société qui valorise moins l'effort intellectuel et la réflexion ressort aussi à travers des formulations parfois dures, mais révélatrices (ex. : « *les gens aiment la stupidité simple* », « *les gens de nos jours sont paresseux* », etc.).

Ces éléments montrent que la popularité des mèmes ne se limite pas à leur forme humoristique, mais qu'elle est liée à un contexte socioculturel plus large, où l'attention, l'effort cognitif et la fonction des contenus sont perçus de manière différente selon leur nature (divertissante ou éducative).

Le tableau ci-dessous présente les réponses des participants à la question : « Avez-vous déjà partagé un contenu éducatif ou intellectuel sur *Instagram* :

Tableau 12 : Fréquence de partage de contenus intellectuels ou éducatifs sur *Instagram*

	Oui, souvent	Oui, parfois	Rarement	Non, jamais
Femmes	10%	30%	20%	40%
Hommes	5%	40%	15%	40%

Les résultats montrent qu'une part importante des participants, hommes comme femmes, ne partagent jamais de contenus éducatifs : **40 %** pour chaque genre. Les partages fréquents (« oui souvent ») restent marginaux, notamment chez les hommes (5 %), contre **10 %** chez les femmes. La majorité se concentre autour du « parfois »

CHAPITRE II : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

(30 % pour les deux genres), ce qui indique une certaine ouverture au partage de contenu intellectuel, mais de manière occasionnelle ou irrégulière.

Le tableau suivant illustre la perception des participants face à la dernière question : « Pensez-vous que l'emploi excessif de mèmes peut détourner l'attention des contenus éducatifs ou informatifs ? », avec une répartition par genre :

Tableau 13 : Les mèmes détournent- ils l'attention des contenus éducatifs ? _ opinions des participants

	Oui, totalement	Oui, un peu	Non, pas vraiment	Non, pas du tout
Femmes	40%	47%	13%	00%
Hommes	50%	25%	15%	10%

Les résultats montrent que la majorité des répondants perçoivent un impact réel des mèmes sur l'attention portée aux contenus éducatifs.

Chez les femmes, 40 % estiment que les mèmes détournent totalement l'attention, tandis que 47 % pensent qu'ils la détournent un peu. Cela signifie que 87 % des femmes reconnaissent un effet, partiel ou total.

Du côté des hommes, l'effet est encore plus marqué : 50 % disent que les mèmes détournent totalement l'attention, 25 % un peu, soit 75 % d'avis positifs sur l'existence de cet impact. En revanche, 15 % d'hommes et 13 % de femmes jugent que cet effet n'est pas vraiment significatif, tandis que 10 % des hommes pensent qu'il n'existe pas du tout.

En somme, ces chiffres confirment l'idée que l'omniprésence des mèmes peut, selon la majorité des participants, nuire à la visibilité ou à l'intérêt pour les contenus plus instructifs.

CONCLUSION GÉNÉRALE

CONCLUSION GÉNÉRALE

À travers notre travail de recherche, situé à la croisée de plusieurs disciplines la sociolinguistique, la sémiologie, la pragmatique et la praxématique, nous avons tenté de comprendre comment les mèmes diffusés sur *Instagram* participent à la construction des perceptions sociales et culturelles en Algérie.

Notre objectif principal était d'analyser comment ces contenus, souvent perçus comme de simples divertissements, pouvaient véhiculer des messages implicites et refléter les représentations d'une société.

Nous nous sommes d'abord fixés comme objectif de répondre à la problématique suivante : Comment les mèmes diffusés sur *Instagram*, bien que souvent perçus comme de simples divertissements humoristiques, reflètent-ils des perceptions sociales et culturelles tout en transmettant des messages implicites ou des significations cachées ? En complément de cette problématique, nous nous sommes également interrogées sur une question secondaire : Pourquoi les contenus légers suscitent-ils davantage d'attention et de diffusion, alors que les publications à visée éducative ou intellectuelle restent souvent marginales ?

Afin d'atteindre nos objectifs, Nous avons mené une enquête composée de questions ouvertes et fermées, administrée à un échantillon de 50 participants (30 femmes et 20 hommes).

Les résultats ont montré que les mèmes occupent aujourd'hui une place importante dans les pratiques numériques des jeunes Algériens. La majorité des participants en consomme régulièrement, surtout pour le divertissement, mais aussi parce qu'ils trouvent que ces contenus parlent de leur réalité, de leur quotidien. Ils sont devenus un moyen d'expression très utilisé, à travers lequel les jeunes partagent des idées, des émotions, ou des critiques, sans forcément parler directement. On peut dire que les mèmes font aujourd'hui partie des pratiques langagières des jeunes : ils sont intégrés dans leurs échanges, leurs discussions, et même dans leur façon de commenter les situations de la vie. En plus de leur fonction humoristique, les mèmes reflètent notre culture. Chaque société a ses propres références, ses habitudes, ses façons de parler, et cela se retrouve dans les mèmes qu'elle crée et partage. Ainsi, les mèmes

CONCLUSION GÉNÉRALE

algériens montrent bien certains aspects de notre mentalité, de nos traditions, de nos préoccupations sociales. Ils changent d'un pays à un autre, parce qu'ils s'adaptent aux codes culturels et linguistiques propres à chaque population.

En somme, les mèmes ne sont pas de simples distractions. Ce sont des formes d'expression modernes, riches en sens, qui jouent un rôle dans la manière dont les jeunes perçoivent, comprennent et commentent le monde qui les entoure. À travers leur humour, leur forme courte et leur diffusion rapide, ils créent un langage propre aux jeunes d'aujourd'hui, qui mérite d'être étudié et compris.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Ouvrages

- Barthes, R. (1991). *L'aventure sémiologique*. Éditions du Seuil. p. 39.
- Blackmore, S. J., & Thomass, B. (2006). *La théorie des mèmes : Pourquoi nous nous imitons les uns les autres*. M. Milo.
- Boyer, H. (2001). *Introduction à la sociolinguistique*. Dunod.
- Calvet, L.-J. (2002). *Linguistique et colonialisme : Petit traité de glottophagie*. Payot.
- Calvet, L.-J. (2005). *La sociolinguistique* (5e éd. Mise à jour). Presses universitaires de France.
- Deledalle, G. (1990). Traduire Charles S. Peirce. *Le signe : le concept et son usage*. TTR, 3(1), 15–29.
- Gardès-Madray, F. et Siblot, P. (1987). *Praxématique et linguistique* (vol. 12). Presses universitaires de Montpellier.
- Lafont, R. (1978). *Le travail et la langue*. Flammarion.
- Labov, W., & Labov, W. (2007). *Sociolinguistique*. Minuit.
- Marcellesi, J.-B., & Calvet, L.-J. (1974). *Langues et pouvoir*. Paris : Payot.
- (Peirce, C. S. (1965) *Collected Papers of Charles Sanders Peirce* (Vol. 5). Harvard University Press).
- (Saussure, F. de (1916). *Cours de linguistique générale*. Payot. p33).
- Shifman, L. (2013). *Les mèmes dans la culture numérique* (titre original : *Memes in Digital Culture*). Cambridge, Massachusetts : MIT Press. (Ouvrage en anglais).

Articles

- BENAMSILI Sonia (2023). « Approche sémiolinguistique des mèmes Internet algériens. Action Didactique », [En ligne], 6 (1), 434-451. URL.
- FAIZA BENABID (2023). « Etude sémiolinguistique des mèmes Internet » à l’ère post-digitale. « The arabic journal of humain and social sciences », [En ligne], 16 (1), 2253-0363. URL.
- ZEGHLACHE LINA & AIT AMAR MEZIANE OUARDIA (2023). « L’université algérienne sous le prisme des mèmes Internet. » Faslo el-khitab, [En ligne], 12 (2), 2012-1759. URL.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Sitographies

- <https://journals.openedition.org/semen/19079>
Consulté le 04-11-2024
- <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/238062>
Consulté le 04-11-2024
- <https://shs.cairn.info/revue-la-linguistique-2016-1-page-151?lang=fr>
Consulté le 05-11-2024
- <https://shs.cairn.info/revue-travaux-de-linguistique-2016-2-page-27?lang=fr>
Consulté le 05-11-2024
- <https://www.adobe.com/fr/express/learn/blog/whatmeme#:~:text=En%20bref%2C%20un%20m%C3%A8me%20>
Consulté le 10-02-2025
- <https://www.scribbr.fr/methodologie/enquete-de-terrain/>
Consulté le 25-11-2024
- <https://www.algerie360.com/vista-impermeable-la-publicite-dz-la-plus-folle-et-la-plus-creative-de-2024>
Consulté le 11.02.2025
- <https://www.scoop-it.fr/blog/2022/07/28/le-marketing-de-contenu-visuel-sur-les-reseaux-sociaux/>
Consulté le 18.04.2025
- <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0033298422000504>
Consulté le 18.04.2025
- https://so-bang.fr/top-5-des-contenus-qui-generent-le-plus-dengagement-sur-les-reseaux-sociaux/?utm_
Consulté le 19.04.2025
- https://swello.com/fr/blog/limpact-visuels-reseaux-sociaux/?utm_
Consulté le 19.04.2025

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Thèses et mémoires

- Benhamma, L. (2019). *Sens, dérision et variation culturelle : Approche sémiotique et anthropologique de la caricature politique* [Thèse de doctorat, Université Paris Cité]. Theses.fr.
- SADOUDI Oumelaz, (2017). « *Analyse discursive de courtes pratiques humoristiques* », mémoire de thèse de doctorat, en sciences du langage, sous la direction du Pr T. Mebarek, soutenu le 31/10/2017 à l'université de Bejaia, Bibliothèque des Lettres et des Langues, 544 p.

Dictionnaires

- Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2002). Dictionnaire d'analyse du discours. Éd. Du Seuil.
- Dubois, J. (Éd.). (2012). *Le dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*: Les notions et les termes fondamentaux, pour découvrir et comprendre, le fonctionnement et l'évolution du langage. Larousse.

TABLE DES MATIERES

Tables des matières

Introduction générale.....	1
Chapitre I : Cadre théorique.....	5
1. Autour de la sociolinguistique	6
1.1 La sociolinguistique	6
1.2 Les figures fondatrices de la sociolinguistique	7
1.3 L'apport de la sociolinguistique dans l'analyse des mèmes.....	9
2 Autour de la sémiologie.....	9
2.1 L'apport de la sémiologie dans l'analyse des mèmes	11
3 Autour de la pragmatique.....	11
3.1 L'apport de la pragmatique dans l'analyse des mèmes	13
4 Autour de la praxématique.....	13
4.1 L'apport de la praxématique dans l'analyse des mèmes	14
5 La théorie des mèmes	15
5.1 Aperçu historique.....	15
5.2 Qu'est-ce qu'un mème ?	16
5.3 Description du corpus	17
5.4 La typologie des mèmes.....	17
5.4.1 Mèmes images	17
5.4.2 Mèmes textes	20
5.4.3 Mèmes vidéo.....	24
5.4.4 Mèmes paroles	34
6 L'enquête de terrain	40
6.1 Enquête par questionnaire.....	41
6.2 Protocol d'enquête (le déroulement de l'enquête et les choix entrepris après l'enquête)	43
6.3 Conclusion partielle	43

TABLE DES MATIERES

Chapitre II : Résultat de l'enquête	45
1. Grille d'évaluation.....	45
2. Analyse des données	47
2.1 SECTION 1 : INFORMATIONS GENERALE.....	41
2.2 SECTION 2 : USAGE DES RESEAUX SOCIAUX ET <i>INSTAGRAM</i>	43
2.3 SECTION 3 : Experience et perceptions des memes	52
2.4 SECTION 4 : INFLUENCE DES MEMES ET COMPARAISON AVEC D'AUTRES CONTENUS.....	59
Conclusion générale	62
Référence bibliographiques	64
Table des tableaux et des figures	70
Annexes	75

TABLE DES TABLEAUX ET DES FIGURES

Tableaux

Tableau 01 : répartition des répondants selon leur tranche d'âge.

Tableau 02 : niveau d'instruction des participants à l'enquête.

Tableau 03 : utilisation des réseaux sociaux par les participants.

Tableau 04 : réseaux sociaux les plus utilisés par les participants.

Tableau 05 : appréciation de l'usage d'Instagram par les participants.

Tableau 06 : types de contenus les plus consultés sur Instagram.

Tableau 07 : connaissance des mèmes par les participants.

Tableau 08 : fréquence d'interaction des participants avec les mèmes sur Instagram.

Tableau 09 : perceptions des participants sur l'impact des mèmes humoristiques.

Tableau 10 : influence des mèmes sur la manière de percevoir les sujets de société.

Tableau 11 : opinions des participants sur la popularité des mèmes comparée à celle des contenus éducatifs.

Tableau 12 : fréquence de partage de contenus intellectuels ou éducatifs sur Instagram.

Tableau 13 : les mèmes détournent- ils l'attention des contenus éducatifs ? _ opinions des participants.

TABLE DES TABLEAUX ET DES FIGURES

Exemples de mèmes vidéo

Exemple 01

<https://www.instagram.com/reel/DEpjk6DtqN7/?igsh=MTNhY2JkMm14MWczbw==>

<https://www.instagram.com/reel/DEroGScIWGQ/?igsh=MTh5YWVzZHJ4azh5Yg==>

<https://www.instagram.com/reel/DAUCStDNN7N/?igsh=YTVrYmo4dWU3eG85>

https://www.instagram.com/reel/DElCRoVNOIJ/?utm_source=ig_web_copy_link

<https://vm.tiktok.com/ZMkGK9waj/>

<https://vm.tiktok.com/ZMkGKATtG/>

<https://vm.tiktok.com/ZMkGKxvj5/>

Consulté le 12.02.2025

Exemple 02

<https://www.instagram.com/reel/DDnej7vvHiJ/?igsh=aGJqZGowc240bWw5>

https://www.instagram.com/reel/DD4PG_MtCoE/?igsh=MWZkM3p1aWRsb3JteA==

<https://www.instagram.com/reel/DEfdFDaMvLz/?igsh=a2dtaWJvdzhrb2I1>

<https://www.instagram.com/reel/DDukPFtNWAA/?igsh=czJ2OWRxY3UwZG5h>

<https://www.instagram.com/reel/DD2GRt5tpce/?igsh=ZHNdTcwOXRrYmV5>

<https://www.instagram.com/reel/DDoqElJNEIT/?igsh=dWhuMTJraDVmZXh3>

Consulté le 12.02.2025

Exemple 03

<https://www.instagram.com/reel/DBMeF5YuBW8/?igsh=MWtlcHlrcXkyeXNmcw==>

<https://www.instagram.com/reel/DDVUGy4sDF9/?igsh=NDFyMXZvdGpvNmp0>

<https://www.instagram.com/reel/DBZgK0-CEJy/?igsh=ZHE2MXltZmtoZnU1>

<https://www.instagram.com/reel/DC17wZ0tM4k/?igsh=MXFxOHhqNHNidHgx>

<https://www.instagram.com/reel/DC1ZErvt-7d/?igsh=a3M1NThoNTEzM3o0>

TABLE DES TABLEAUX ET DES FIGURES

<https://www.instagram.com/reel/DCba4N0tY08/?igsh=cjM1cWdncjVrMmZv>

<https://www.instagram.com/reel/DAv4V3OoZaw/?igsh=cDFodXB6cHNpOWw5>

Consulté le 12.02.2025

Exemple 04

<https://www.instagram.com/reel/DBegpS8NH4N/?igsh=MjN5dTg3MW8yNmhi>

<https://www.instagram.com/reel/DC7kqVEMcPr/?igsh=czg2bXU0dWl5a3Mw>

<https://www.instagram.com/reel/CouFMiEAOzj/?igsh=eGxxNzBicGJlZnls>

<https://www.instagram.com/reel/DCSXO-2tuLW/?igsh=eHcxYmZ0bDZvb201>

Consulté le 13.02.2025

Exemple 05

https://www.instagram.com/reel/CdWmY_tpxF/?igsh=OHRINjJkNGNtbny

Consulté le 13.02.2025

Exemple 06

<https://www.instagram.com/reel/DBKTa4sidah/?igsh=eTd6dWt0aWp6YzFj>

<https://www.instagram.com/reel/DE-RvORI2Ku/?igsh=c3FtMWdianQ2MXVn>

<https://www.instagram.com/reel/DAT9SgRNtBZ/?igsh=c2ZhNzU0dTBUYWw=>

<https://www.instagram.com/reel/DCX3suQoDwP/?igsh=MW11NHBwMmpydTFwMw==>

<https://www.instagram.com/reel/DALBapYtMvX/?igsh=MTl0enM2ODR5bW10aA==>

<https://www.instagram.com/reel/DDDGYHzo58F/?igsh=c3BxdnQ0M2ZiaGIz>

https://www.instagram.com/reel/DDH_qoWNvn-/?igsh=bTFjZGg0cmNwNWZ5

<https://www.instagram.com/reel/DEnlv1CoPGY/?igsh=YnNnZmNnOWtvdWs0>

<https://www.instagram.com/reel/DGdCRO-MnWV/?igsh=M2VmYno3cjNlenRk>

Consulté le 28.02.2025

TABLE DES TABLEAUX ET DES FIGURES

Exemples de mèmes parole

Exemple 01

<https://vm.tiktok.com/ZMko1g1V4/>

Consulté le 28.02.2025

Exemple 02

<https://vm.tiktok.com/ZMkoeuED8/>

Consulté le 28.02.2025

Exemple 03

<https://vm.tiktok.com/ZMkodGQ1c/>

Consulté le 28.02.2025

Exemple 04

<https://vm.tiktok.com/ZMko899eB/>

Consulté le 28.02.2025

Exemple 05

<https://www.instagram.com/reel/C3U2Yi9stpr/?igsh=aTN6d3U2ZTd0aTF1>

Consulté le 03.03.2025

Exemple 06

<https://youtu.be/wzpxgL4vxR0?si=UDfpWzkopFgIbO8H>

<https://vm.tiktok.com/ZMB1tWUbD/>

<https://www.instagram.com/reel/C95oI6woT8H/?igsh=MWpmZWtvejBldmFjOQ==>

<https://www.instagram.com/reel/C5FJB-tIY-C/?igsh=MWwxhbHIwdDFwZm1rcQ==>

<https://www.instagram.com/reel/C301sUyshGH/?igsh=MWx3ZXN6bmhkZWYyMA==>

<https://www.instagram.com/reel/C4jSuDuMYkm/?igsh=MWJ5dnB2cmF2MDZ5bg==>

https://www.instagram.com/reel/C-N8eY6oK_t/?igsh=MXJ0NHpj3EzZWNwaw==

TABLE DES TABLEAUX ET DES FIGURES

https://www.instagram.com/reel/C_AamO6IXms/?igsh=N2RrbWY2amIwajFu

https://www.instagram.com/reel/C9-xpB_OGNE/?igsh=endtZWVuOGU3Z3Jz

Consulté le 02.03.2025

Exemple 07

<https://vm.tiktok.com/ZMB1WdCrt/>

Consulté le 02.03.2025

Exemple 08

<https://vm.tiktok.com/ZMBJhCF8M/>

Consulté le 03.03.2025

ANNEXES

ANNEXES

QUESTIONNAIRE **DE RECHERCHE**

Les mèmes sur les réseaux sociaux (Instagram) : Leurs significations implicites et leurs impacts sur les perceptions sociales et culturelles.

Dans le cadre de notre mémoire de fin d'études, nous réalisons cette enquête sur les mèmes partagés sur Instagram et leur impact sur les perceptions sociales et culturelles en Algérie. Ce questionnaire s'adresse aux jeunes Algériens, notamment aux lycéens et aux étudiants, qui sont particulièrement exposés aux mèmes et aux réseaux sociaux. Il vise à mieux comprendre comment ces contenus influencent leur vision du monde et leur perception de certains sujets de société. Les réponses resteront totalement anonymes et seront utilisées uniquement à des fins de recherche universitaire. Nous vous remercions pour votre participation et votre sincérité.

SECTION 1 : INFORMATIONS GÉNÉRALES

- **Genre :** Homme Femme

- **Âge :** 13-17 ans 18-24 ans 25-34 ans 35ans et plus

- **Niveau d'études :** Collège Lycée Université

- **Activité professionnelle :** *Etudiant*

- **Lieu de résidence :** *Alger*

- **Quelles langues parlez-vous couramment ?**
 Kabyle Arabe Français Anglais Autre(s) (précisez) :

SECTION 2 : USAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX ET INSTAGRAM

- **Utilisez-vous les réseaux sociaux ?**
 Oui, régulièrement Oui, de temps en temps Non, jamais

- **Quel réseau social utilisez-vous le plus souvent ?**
 Facebook Instagram TikTok Twitter Snapchat WhatsApp Autre

- **Aimez-vous utiliser Instagram ?**
 Oui, beaucoup Oui, un peu Non, pas vraiment Non, pas du tout

Si oui ou non pourquoi ?
J'aime Instagram pour ses contenus variés, information, des discussions sociales.

- **Quel type de contenu regardez-vous le plus souvent sur Instagram ?**
 Vidéos humoristiques (vidéos drôles ou qui font rire)
 Contenus éducatifs et culturels
 Vidéos sur l'actualité et la politique
 Contenus sportifs

SECTION 3 : EXPÉRIENCE ET PERCEPTION DES MÈMES

- **Connaissez-vous les mèmes ?**
 Oui, j'en regarde souvent Oui, mais rarement Non, pas vraiment

ANNEXES

QUESTIONNAIRE	DE RECHERCHE
<p>- Que pensez-vous des mèmes ?</p> <p><i>ils sont un moyen moderne et efficace de transmettre des idées, parfois de manière engagée.</i></p>	
<p>- Quels sont les mèmes que vous utilisez le plus souvent ?</p> <p><i>Des mèmes sur la politique et les débats sociaux.</i></p>	
<p>- Avez-vous déjà aimé, partagé ou commenté un mème sur Instagram ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, souvent <input checked="" type="checkbox"/> Oui, parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Non, jamais</p>	
<p>- Pourquoi regardez-vous des mèmes ?</p> <p><input type="checkbox"/> Parce qu'ils sont drôles et divertissants</p> <p><input type="checkbox"/> Parce qu'ils permettent d'exprimer une opinion de manière originale</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils abordent des sujets de société avec ironie</p> <p><input type="checkbox"/> Parce qu'ils reflètent des réalités sociales d'une manière accessible</p>	
<p>- Selon vous, les mèmes humoristiques sont-ils seulement un divertissement ou ont-ils un impact sur la société ?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Uniquement un divertissement</p> <p><input type="checkbox"/> Un divertissement, mais qui reflète parfois des réalités sociales</p> <p><input type="checkbox"/> Un outil d'expression sociale et culturelle</p>	
<p>- Pensez-vous que les mèmes influencent la façon dont les gens perçoivent certains sujets de société ?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Oui, beaucoup <input type="checkbox"/> Oui, un peu <input type="checkbox"/> Non, pas vraiment <input type="checkbox"/> Non, pas du tout</p>	
<p>SECTION 4 : INFLUENCE DES MÈMES ET COMPARAISON AVEC D'AUTRES CONTENUS</p>	
<p>- Pourquoi pensez-vous que certains mèmes deviennent populaires alors que des contenus éducatifs ou intéressants restent moins visibles ?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils sont plus courts et faciles à comprendre</p> <p><input type="checkbox"/> Parce qu'ils font rire et captent l'attention plus rapidement</p> <p><input type="checkbox"/> Parce que les gens préfèrent le divertissement à l'apprentissage</p> <p><input type="checkbox"/> Autre (précisez) :</p>	
<p>- Avez-vous déjà partagé un contenu éducatif ou intellectuel sur Instagram ?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Oui, souvent <input type="checkbox"/> Oui, parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Non, jamais</p>	
<p>- Pensez-vous que l'emploi excessif de mèmes peut détourner l'attention des contenus éducatifs ou informatifs ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, totalement <input type="checkbox"/> Oui, un peu <input checked="" type="checkbox"/> Non, pas vraiment <input type="checkbox"/> Non, pas du tout</p>	

ANNEXES

QUESTIONNAIRE

DE RECHERCHE

Les mèmes sur les réseaux sociaux (*Instagram*) : Leurs significations implicites et leurs impacts sur les perceptions sociales et culturelles.

Dans le cadre de notre mémoire de fin d'études, nous réalisons cette enquête sur les mèmes partagés sur Instagram et leur impact sur les perceptions sociales et culturelles en Algérie. Ce questionnaire s'adresse aux jeunes Algériens, notamment aux lycéens et aux étudiants, qui sont particulièrement exposés aux mèmes et aux réseaux sociaux. Il vise à mieux comprendre comment ces contenus influencent leur vision du monde et leur perception de certains sujets de société. Les réponses resteront totalement anonymes et seront utilisées uniquement à des fins de recherche universitaire. Nous vous remercions pour votre participation et votre sincérité.

SECTION 1 : INFORMATIONS GÉNÉRALES

- Genre : Homme Femme
- Âge : 13-17 ans 18-24 ans 25-34 ans 35ans et plus
- Niveau d'études : Collège Lycée Université
- Activité professionnelle :étudiant.....
- Lieu de résidence :Béjaia.....
- Quelles langues parlez-vous couramment ?
 Kabyle Arabe Français Anglais Autre(s) (précisez) :

SECTION 2 : USAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX ET INSTAGRAM

- Utilisez-vous les réseaux sociaux ?
 Oui, régulièrement Oui, de temps en temps Non, jamais

- Quel réseau social utilisez-vous le plus souvent ?
 Facebook Instagram TikTok Twitter Snapchat WhatsApp Autre

- Aimez-vous utiliser Instagram ?
 Oui, beaucoup Oui, un peu Non, pas vraiment Non, pas du tout

Si oui ou non pourquoi ?
.....n'ont aucun avantage.....

- Quel type de contenu regardez-vous le plus souvent sur Instagram ?
 Vidéos humoristiques (vidéos drôles ou qui font rire)
 Contenus éducatifs et culturels

- Vidéos sur l'actualité et la politique
 Contenus sportifs

SECTION 3 : EXPÉRIENCE ET PERCEPTION DES MÈMES

- Connaissez-vous les mèmes ?
 Oui, j'en regarde souvent Oui, mais rarement Non, pas vraiment

ANNEXES

QUESTIONNAIRE	DE RECHERCHE
<p>- Que pensez-vous des mèmes ?</p> <p>.....je pense que les mèmes sont des talents.....ou des filles.....</p>	
<p>- Quels sont les mèmes que vous utilisez le plus souvent ?</p> <p>.....Drôle et divertissants.....</p>	
<p>- Avez-vous déjà aimé, partagé ou commenté un mème sur Instagram ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, souvent <input type="checkbox"/> Oui, parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input checked="" type="checkbox"/> Non, jamais</p>	
<p>- Pourquoi regardez-vous des mèmes ?</p> <p><input type="checkbox"/> Parce qu'ils sont drôles et divertissants <input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils permettent d'exprimer une opinion de manière originale <input type="checkbox"/> Parce qu'ils abordent des sujets de société avec ironie <input type="checkbox"/> Parce qu'ils reflètent des réalités sociales d'une manière accessible</p>	
<p>- Selon vous, les mèmes humoristiques sont-ils seulement un divertissement ou ont-ils un impact sur la société ?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Uniquement un divertissement <input type="checkbox"/> Un divertissement, mais qui reflète parfois des réalités sociales <input type="checkbox"/> Un outil d'expression sociale et culturelle</p>	
<p>- Pensez-vous que les mèmes influencent la façon dont les gens perçoivent certains sujets de société ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, beaucoup <input checked="" type="checkbox"/> Oui, un peu <input type="checkbox"/> Non, pas vraiment <input type="checkbox"/> Non, pas du tout</p>	
<p>SECTION 4 : INFLUENCE DES MÈMES ET COMPARAISON AVEC D'AUTRES CONTENUS</p>	
<p>- Pourquoi pensez-vous que certains mèmes deviennent populaires alors que des contenus éducatifs ou intéressants restent moins visibles ?</p> <p><input type="checkbox"/> Parce qu'ils sont plus courts et faciles à comprendre <input type="checkbox"/> Parce qu'ils font rire et captent l'attention plus rapidement <input checked="" type="checkbox"/> Parce que les gens préfèrent le divertissement à l'apprentissage <input type="checkbox"/> Autre (précisez) :</p>	
<p>- Avez-vous déjà partagé un contenu éducatif ou intellectuel sur Instagram ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, souvent <input type="checkbox"/> Oui, parfois <input checked="" type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Non, jamais</p>	
<p>- Pensez-vous que l'emploi excessif de mèmes peut détourner l'attention des contenus éducatifs ou informatifs ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, totalement <input type="checkbox"/> Oui, un peu <input checked="" type="checkbox"/> Non, pas vraiment <input type="checkbox"/> Non, pas du tout</p>	

ANNEXES

QUESTIONNAIRE	DE RECHERCHE
<p>Les mèmes sur les réseaux sociaux (Instagram) : Leurs significations implicites et leurs impacts sur les perceptions sociales et culturelles.</p>	
<p>Dans le cadre de notre mémoire de fin d'études, nous réalisons cette enquête sur les mèmes partagés sur Instagram et leur impact sur les perceptions sociales et culturelles en Algérie. Ce questionnaire s'adresse aux jeunes Algériens, notamment aux lycéens et aux étudiants, qui sont particulièrement exposés aux mèmes et aux réseaux sociaux. Il vise à mieux comprendre comment ces contenus influencent leur vision du monde et leur perception de certains sujets de société. Les réponses resteront totalement anonymes et seront utilisées uniquement à des fins de recherche universitaire. Nous vous remercions pour votre participation et votre sincérité.</p>	
<p>SECTION 1 : INFORMATIONS GÉNÉRALES</p>	
<p>- Genre : <input checked="" type="checkbox"/> Homme <input type="checkbox"/> Femme</p>	
<p>- Âge : <input type="checkbox"/> 13-17 ans <input checked="" type="checkbox"/> 18-24 ans <input type="checkbox"/> 25-34 ans <input type="checkbox"/> 35ans et plus</p>	
<p>- Niveau d'études : <input type="checkbox"/> Collège <input type="checkbox"/> Lycée <input checked="" type="checkbox"/> Université</p>	
<p>- Activité professionnelle : <i>étudiant</i></p>	
<p>- Lieu de résidence : <i>Qurd. Gahir (village) Ville : Leg 1 et 3</i></p>	
<p>- Quelles langues parlez-vous couramment ? <input type="checkbox"/> Kabyle <input type="checkbox"/> Arabe <input type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre(s) (précisez) : <i>Une bonne mixture de 3 (français, arabe)</i></p>	
<p>SECTION 2 : USAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX ET INSTAGRAM</p>	
<p>- Utilisez-vous les réseaux sociaux ? <input type="checkbox"/> Oui, régulièrement <input checked="" type="checkbox"/> Oui, de temps en temps <input type="checkbox"/> Non, jamais</p>	
<p>- Quel réseau social utilisez-vous le plus souvent ? <input type="checkbox"/> Facebook <input checked="" type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> TikTok <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Snapchat <input type="checkbox"/> WhatsApp <input type="checkbox"/> Autre</p>	
<p>- Aimez-vous utiliser Instagram ? <input type="checkbox"/> Oui, beaucoup <input checked="" type="checkbox"/> Oui, un peu <input type="checkbox"/> Non, pas vraiment <input type="checkbox"/> Non, pas du tout</p>	
<p>Si oui ou non pourquoi ? <i>Qui, sans il m'arrive de trouver des pages intéressantes selon mes loisirs.</i></p>	
<p>- Quel type de contenu regardez-vous le plus souvent sur Instagram ? <input checked="" type="checkbox"/> Vidéos humoristiques (vidéos drôles ou qui font rire) <input type="checkbox"/> Contenus éducatifs et culturels <input type="checkbox"/> Vidéos sur l'actualité et la politique <input type="checkbox"/> Contenus sportifs</p>	
<p>SECTION 3 : EXPÉRIENCE ET PERCEPTION DES MÈMES</p>	
<p>- Connaissez-vous les mèmes ? <input checked="" type="checkbox"/> Oui, j'en regarde souvent <input type="checkbox"/> Oui, mais rarement <input type="checkbox"/> Non, pas vraiment</p>	

ANNEXES

QUESTIONNAIRE	DE RECHERCHE
<p>- Que pensez-vous des mèmes ? <i>: Ils sont assez intéressants mais parfois ils vont au-delà d'en être très influents (certaines personnes dépassent les limites en exigeant d'être drôle)</i></p>	
<p>- Quels sont les mèmes que vous utilisez le plus souvent ? <i>Généralement, ce sont ceux qui font des références à d'autres médias et personnes célèbres</i></p>	
<p>- Avez-vous déjà aimé, partagé ou commenté un mème sur Instagram ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, souvent <input type="checkbox"/> Oui, parfois <input checked="" type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Non, jamais</p>	
<p>- Pourquoi regardez-vous des mèmes ?</p> <p><input type="checkbox"/> Parce qu'ils sont drôles et divertissants <input type="checkbox"/> Parce qu'ils permettent d'exprimer une opinion de manière originale <input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils abordent des sujets de société avec ironie <input type="checkbox"/> Parce qu'ils reflètent des réalités sociales d'une manière accessible</p>	
<p>- Selon vous, les mèmes humoristiques sont-ils seulement un divertissement ou ont-ils un impact sur la société ?</p> <p><input type="checkbox"/> Uniquement un divertissement <input type="checkbox"/> Un divertissement, mais qui reflète parfois des réalités sociales <input checked="" type="checkbox"/> Un outil d'expression sociale et culturelle</p>	
<p>- Pensez-vous que les mèmes influencent la façon dont les gens perçoivent certains sujets de société ?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Oui, beaucoup <input type="checkbox"/> Oui, un peu <input type="checkbox"/> Non, pas vraiment <input type="checkbox"/> Non, pas du tout</p>	
<p>SECTION 4 : INFLUENCE DES MÈMES ET COMPARAISON AVEC D'AUTRES CONTENUS</p>	
<p>- Pourquoi pensez-vous que certains mèmes deviennent populaires alors que des contenus éducatifs ou intéressants restent moins visibles ?</p> <p><input type="checkbox"/> Parce qu'ils sont plus courts et faciles à comprendre <input type="checkbox"/> Parce qu'ils font rire et captent l'attention plus rapidement <input type="checkbox"/> Parce que les gens préfèrent le divertissement à l'apprentissage <input type="checkbox"/> Autre (précisez) : <i>C'est triste de dire ça mais je vais dire quand même, les gens aiment la stupidité simple et n'aiment pas les contenus qui demandent de la cervelle.</i></p>	
<p>- Avez-vous déjà partagé un contenu éducatif ou intellectuel sur Instagram ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, souvent <input type="checkbox"/> Oui, parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input checked="" type="checkbox"/> Non, jamais</p>	
<p>- Pensez-vous que l'emploi excessif de mèmes peut détourner l'attention des contenus éducatifs ou informatifs ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, totalement <input checked="" type="checkbox"/> Oui, un peu <input type="checkbox"/> Non, pas vraiment <input type="checkbox"/> Non, pas du tout</p>	

Page 2 sur 2

ANNEXES

QUESTIONNAIRE	DE RECHERCHE
<p>Les mèmes sur les réseaux sociaux (Instagram) : Leurs significations implicites et leurs impacts sur les perceptions sociales et culturelles.</p>	
<p>Dans le cadre de notre mémoire de fin d'études, nous réalisons cette enquête sur les mèmes partagés sur Instagram et leur impact sur les perceptions sociales et culturelles en Algérie. Ce questionnaire s'adresse aux jeunes Algériens, notamment aux lycéens et aux étudiants, qui sont particulièrement exposés aux mèmes et aux réseaux sociaux. Il vise à mieux comprendre comment ces contenus influencent leur vision du monde et leur perception de certains sujets de société. Les réponses resteront totalement anonymes et seront utilisées uniquement à des fins de recherche universitaire. Nous vous remercions pour votre participation et votre sincérité.</p>	
<p>SECTION 1 : INFORMATIONS GÉNÉRALES</p>	
<p>- Genre : <input type="checkbox"/> Homme <input checked="" type="checkbox"/> Femme</p>	
<p>- Âge : <input type="checkbox"/> 13-17 ans <input checked="" type="checkbox"/> 18-24 ans <input type="checkbox"/> 25-34 ans <input type="checkbox"/> 35ans et plus</p>	
<p>- Niveau d'études : <input type="checkbox"/> Collège <input type="checkbox"/> Lycée <input checked="" type="checkbox"/> Université</p>	
<p>- Activité professionnelle : <i>Stage communautaire manger</i></p>	
<p>- Lieu de résidence : <i>Algéro Sidi Aïmene</i></p>	
<p>- Quelles langues parlez-vous couramment ? <input checked="" type="checkbox"/> Kabyle <input checked="" type="checkbox"/> Arabe <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre(s) (précisez) :</p>	
<p>SECTION 2 : USAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX ET INSTAGRAM</p>	
<p>- Utilisez-vous les réseaux sociaux ? <input checked="" type="checkbox"/> Oui, régulièrement <input type="checkbox"/> Oui, de temps en temps <input type="checkbox"/> Non, jamais</p>	
<p>- Quel réseau social utilisez-vous le plus souvent ? <input type="checkbox"/> Facebook <input checked="" type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> TikTok <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Snapchat <input type="checkbox"/> WhatsApp <input type="checkbox"/> Autre</p>	
<p>- Aimez-vous utiliser Instagram ? <input checked="" type="checkbox"/> Oui, beaucoup <input type="checkbox"/> Oui, un peu <input type="checkbox"/> Non, pas vraiment <input type="checkbox"/> Non, pas du tout</p>	
<p>Si oui ou non pourquoi ? <i>C'est un moyen divertissant d'activités et de culture générale</i></p>	
<p>- Quel type de contenu regardez-vous le plus souvent sur Instagram ? <i>parfois</i></p>	
<p><input checked="" type="checkbox"/> Vidéos humoristiques (vidéos drôles ou qui font rire)</p>	
<p><input type="checkbox"/> Contenus éducatifs et culturels</p>	
<p><input type="checkbox"/> Vidéos sur l'actualité et la politique</p>	
<p><input type="checkbox"/> Contenus sportifs</p>	
<p>SECTION 3 : EXPÉRIENCE ET PERCEPTION DES MÈMES</p>	
<p>- Connaissez-vous les mèmes ? <input checked="" type="checkbox"/> Oui, j'en regarde souvent <input type="checkbox"/> Oui, mais rarement <input type="checkbox"/> Non, pas vraiment</p>	

ANNEXES

QUESTIONNAIRE	DE RECHERCHE
<p>- Que pensez-vous des mèmes ? <i>c'est l'humour moderne... incompris ! parfois ! ça, il appartient à la génération Z</i></p>	
<p>- Quels sont les mèmes que vous utilisez le plus souvent ? <i>Les mèmes américains tel que... Arianna ! ou hat are you doing here ? et algériens tel que... Djamilaa ! ></i></p>	
<p>- Avez-vous déjà aimé, partagé ou commenté un mème sur Instagram ?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Oui, souvent <input type="checkbox"/> Oui, parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Non, jamais</p>	
<p>- Pourquoi regardez-vous des mèmes ?</p> <p><input type="checkbox"/> Parce qu'ils sont drôles et divertissants <input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils permettent d'exprimer une opinion de manière originale <input type="checkbox"/> Parce qu'ils abordent des sujets de société avec ironie <input type="checkbox"/> Parce qu'ils reflètent des réalités sociales d'une manière accessible</p>	
<p>- Selon vous, les mèmes humoristiques sont-ils seulement un divertissement ou ont-ils un impact sur la société ?</p> <p><input type="checkbox"/> Uniquement un divertissement <input checked="" type="checkbox"/> Un divertissement, mais qui reflète parfois des réalités sociales <input type="checkbox"/> Un outil d'expression sociale et culturelle</p>	
<p>- Pensez-vous que les mèmes influencent la façon dont les gens perçoivent certains sujets de société ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, beaucoup <input checked="" type="checkbox"/> Oui, un peu <input type="checkbox"/> Non, pas vraiment <input type="checkbox"/> Non, pas du tout</p>	
<p>SECTION 4 : INFLUENCE DES MÈMES ET COMPARAISON AVEC D'AUTRES CONTENUS</p>	
<p>- Pourquoi pensez-vous que certains mèmes deviennent populaires alors que des contenus éducatifs ou intéressants restent moins visibles ?</p> <p><input type="checkbox"/> Parce qu'ils sont plus courts et faciles à comprendre <input type="checkbox"/> Parce qu'ils font rire et captent l'attention plus rapidement <input checked="" type="checkbox"/> Parce que les gens préfèrent le divertissement à l'apprentissage <input type="checkbox"/> Autre (précisez) :</p>	
<p>- Avez-vous déjà partagé un contenu éducatif ou intellectuel sur Instagram ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, souvent <input checked="" type="checkbox"/> Oui, parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Non, jamais</p>	
<p>- Pensez-vous que l'emploi excessif de mèmes peut détourner l'attention des contenus éducatifs ou informatifs ?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Oui, totalement <input type="checkbox"/> Oui, un peu <input type="checkbox"/> Non, pas vraiment <input type="checkbox"/> Non, pas du tout</p>	

Page 2 sur 2

ANNEXES

QUESTIONNAIRE	DE RECHERCHE
---------------	--------------

Les mèmes sur les réseaux sociaux (Instagram) : Leurs significations implicites et leurs impacts sur les perceptions sociales et culturelles.

Dans le cadre de notre mémoire de fin d'études, nous réalisons cette enquête sur les mèmes partagés sur Instagram et leur impact sur les perceptions sociales et culturelles en Algérie. Ce questionnaire s'adresse aux jeunes Algériens, notamment aux lycéens et aux étudiants, qui sont particulièrement exposés aux mèmes et aux réseaux sociaux. Il vise à mieux comprendre comment ces contenus influencent leur vision du monde et leur perception de certains sujets de société. Les réponses resteront totalement anonymes et seront utilisées uniquement à des fins de recherche universitaire. Nous vous remercions pour votre participation et votre sincérité.

SECTION 1 : INFORMATIONS GÉNÉRALES

- Genre : Homme Femme

- Âge : 13-17 ans 18-24 ans 25-34 ans 35ans et plus

- Niveau d'études : Collège Lycée Université

- Activité professionnelle :

- Lieu de résidence :

- Quelles langues parlez-vous couramment ?
 Kabyle Arabe Français Anglais Autre(s) (précisez) :

SECTION 2 : USAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX ET INSTAGRAM

- Utilisez-vous les réseaux sociaux ?
 Oui, régulièrement Oui, de temps en temps Non, jamais

- Quel réseau social utilisez-vous le plus souvent ?
 Facebook Instagram TikTok Twitter Snapchat WhatsApp Autre

- Aimez-vous utiliser Instagram ?
 Oui, beaucoup Oui, un peu Non, pas vraiment Non, pas du tout
Si oui ou non pourquoi ?
.....

- Quel type de contenu regardez-vous le plus souvent sur Instagram ?
 Vidéos humoristiques (vidéos drôles ou qui font rire)
 Contenus éducatifs et culturels
 Vidéos sur l'actualité et la politique
 Contenus sportifs

SECTION 3 : EXPÉRIENCE ET PERCEPTION DES MÈMES

- Connaissez-vous les mèmes ?
 Oui, j'en regarde souvent Oui, mais rarement Non, pas vraiment

ANNEXES

QUESTIONNAIRE	DE RECHERCHE
<p>je trouve que les mèmes apporte plusieurs trucs perso, ça m'a aidé à enrichir mon niveau culturel, même niveau langue. Ça m'a permis d'apprendre l'anglais, niveau humeur, j'en regarde, je ris, alors que je n'étais pas bien, en plus ça aide passer le temps. Comme dans les situations similaires au mien, et je me dis que je suis pas la seule. (A.W.I.L.I) (Hada, Achmaou, Kadyou, houa !) (la tchatche biqu... Faya... llhal !) (Kenza... kenza ?)</p>	
<p>- Que pensez-vous des mèmes ? à enrichir mon niveau culturel, même niveau langue. Ça m'a permis d'apprendre l'anglais, niveau humeur, j'en regarde, je ris, alors que je n'étais pas bien, en plus ça aide passer le temps. Comme dans les situations similaires au mien, et je me dis que je suis pas la seule. (A.W.I.L.I) (Hada, Achmaou, Kadyou, houa !) (la tchatche biqu... Faya... llhal !) (Kenza... kenza ?)</p>	
<p>- Quels sont les mèmes que vous utilisez le plus souvent ? Ah ! je suis pas la seule.</p>	
<p>- Avez-vous déjà aimé, partagé ou commenté un mème sur Instagram ?</p>	
<input checked="" type="checkbox"/> Oui, souvent	<input type="checkbox"/> Oui, parfois
<input type="checkbox"/> Rarement	<input type="checkbox"/> Non, jamais
<p>- Pourquoi regardez-vous des mèmes ?</p>	
<input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils sont drôles et divertissants	
<input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils permettent d'exprimer une opinion de manière originale	
<input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils abordent des sujets de société avec ironie	
<input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils reflètent des réalités sociales d'une manière accessible	
<p>- Selon vous, les mèmes humoristiques sont-ils seulement un divertissement ou ont-ils un impact sur la société ?</p>	
<input type="checkbox"/> Uniquement un divertissement	
<input checked="" type="checkbox"/> Un divertissement, mais qui reflète parfois des réalités sociales	
<input type="checkbox"/> Un outil d'expression sociale et culturelle	
<p>- Pensez-vous que les mèmes influencent la façon dont les gens perçoivent certains sujets de société ?</p>	
<input checked="" type="checkbox"/> Oui, beaucoup	<input type="checkbox"/> Oui, un peu
<input type="checkbox"/> Non, pas vraiment	<input type="checkbox"/> Non, pas du tout
<p>SECTION 4 : INFLUENCE DES MÉMES ET COMPARAISON AVEC D'AUTRES CONTENUS</p>	
<p>- Pourquoi pensez-vous que certains mèmes deviennent populaires alors que des contenus éducatifs ou intéressants restent moins visibles ?</p>	
<input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils sont plus courts et faciles à comprendre	
<input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils font rire et captent l'attention plus rapidement	
<input type="checkbox"/> Parce que les gens préfèrent le divertissement à l'apprentissage	
<input type="checkbox"/> Autre (précisez) : <i>Parce que, parfois, les mèmes... à l'un rire, pas d'un conseil</i>	
<p>- Avez-vous déjà partagé un contenu éducatif ou intellectuel sur Instagram ?</p>	
<input type="checkbox"/> Oui, souvent	<input checked="" type="checkbox"/> Oui, parfois
<input type="checkbox"/> Rarement	<input type="checkbox"/> Non, jamais
<p>- Pensez-vous que l'emploi excessif de mèmes peut détourner l'attention des contenus éducatifs ou informatifs ?</p>	
<input type="checkbox"/> Oui, totalement	<input type="checkbox"/> Oui, un peu
<input checked="" type="checkbox"/> Non, pas vraiment	<input type="checkbox"/> Non, pas du tout

ANNEXES

QUESTIONNAIRE

DE RECHERCHE

Les mèmes sur les réseaux sociaux (Instagram) : Leurs significations implicites et leurs impacts sur les perceptions sociales et culturelles.

Dans le cadre de notre mémoire de fin d'études, nous réalisons cette enquête sur les mèmes partagés sur Instagram et leur impact sur les perceptions sociales et culturelles en Algérie. Ce questionnaire s'adresse aux jeunes Algériens, notamment aux lycéens et aux étudiants, qui sont particulièrement exposés aux mèmes et aux réseaux sociaux. Il vise à mieux comprendre comment ces contenus influencent leur vision du monde et leur perception de certains sujets de société. Les réponses resteront totalement anonymes et seront utilisées uniquement à des fins de recherche universitaire. Nous vous remercions pour votre participation et votre sincérité.

SECTION 1 : INFORMATIONS GÉNÉRALES

- Genre : Homme Femme
- Âge : 13-17 ans 18-24 ans 25-34 ans 35 ans et plus
- Niveau d'études : Collège Lycée Université
- Activité professionnelle :
- Lieu de résidence :
- Quelles langues parlez-vous couramment ? Kabyle Arabe Français Anglais Autre(s) (précisez) :

SECTION 2 : USAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX ET INSTAGRAM

- Utilisez-vous les réseaux sociaux ? Oui, régulièrement Oui, de temps en temps Non, jamais
- Quel réseau social utilisez-vous le plus souvent ? Facebook Instagram TikTok Twitter Snapchat WhatsApp Autre
- Aimez-vous utiliser Instagram ? Oui, beaucoup Oui, un peu Non, pas vraiment Non, pas du tout

Si oui ou non pourquoi ?

- Pour moi... il facilite la communication et toutes les personnes qui sont proches
- Quel type de contenu regardez-vous le plus souvent sur Instagram ? de moi, je les ai tous sur Instagram (mieux les appelle)
- Vidéos humoristiques (vidéos drôles ou qui font rire)
- Contenus éducatifs et culturels
- Vidéos sur l'actualité et la politique
- Contenus sportifs

- Ainsi, sur Instagram qui on peut suivre le monde et l'actualité
- La mode, les achats en ligne ...

SECTION 3 : EXPÉRIENCE ET PERCEPTION DES MÈMES

- Connaissez-vous les mèmes ? Oui, j'en regarde souvent Oui, mais rarement Non, pas vraiment

ANNEXES

QUESTIONNAIRE	DE RECHERCHE
<p>- Que pensez-vous des mèmes ?</p> <p>Tout d'abord ils sont drôles... Y a jou... La... lgbt... Italien... grec ! et il reflète la culture - nez, n la société. Chaque pays je pense à les mêmes les mêmes... des hommes... (chaque homme peut avoir...)</p> <p>- Quels sont les mèmes que vous utilisez le plus souvent ?</p> <p>Les mèmes... des hommes... (chaque homme peut avoir...)</p> <p>- Avez-vous déjà aimé, partagé ou commenté un mème sur Instagram ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, souvent <input type="checkbox"/> Oui, parfois <input checked="" type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Non, jamais</p> <p>- Pourquoi regardez-vous des mèmes ?</p> <p><input type="checkbox"/> Parce qu'ils sont drôles et divertissants <input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils permettent d'exprimer une opinion de manière originale <input type="checkbox"/> Parce qu'ils abordent des sujets de société avec ironie <input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils reflètent des réalités sociales d'une manière accessible</p> <p>- Selon vous, les mèmes humoristiques sont-ils seulement un divertissement ou ont-ils un impact sur la société ?</p> <p><input type="checkbox"/> Uniquement un divertissement <input checked="" type="checkbox"/> Un divertissement, mais qui reflète parfois des réalités sociales <input type="checkbox"/> Un outil d'expression sociale et culturelle</p> <p>- Pensez-vous que les mèmes influencent la façon dont les gens perçoivent certains sujets de société ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, beaucoup <input checked="" type="checkbox"/> Oui, un peu <input type="checkbox"/> Non, pas vraiment <input type="checkbox"/> Non, pas du tout</p> <p>SECTION 4 : INFLUENCE DES MÈMES ET COMPARAISON AVEC D'AUTRES CONTENUS</p> <p>- Pourquoi pensez-vous que certains mèmes deviennent populaires alors que des contenus éducatifs ou intéressants restent moins visibles ?</p> <p><input type="checkbox"/> Parce qu'ils sont plus courts et faciles à comprendre <input type="checkbox"/> Parce qu'ils font rire et captent l'attention plus rapidement <input checked="" type="checkbox"/> Parce que les gens préfèrent le divertissement à l'apprentissage <input type="checkbox"/> Autre (précisez) :</p> <p>- Avez-vous déjà partagé un contenu éducatif ou intellectuel sur Instagram ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, souvent <input checked="" type="checkbox"/> Oui, parfois <input checked="" type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Non, jamais</p> <p>- Pensez-vous que l'emploi excessif de mèmes peut détourner l'attention des contenus éducatifs ou informatifs ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, totalement <input checked="" type="checkbox"/> Oui, un peu <input type="checkbox"/> Non, pas vraiment <input type="checkbox"/> Non, pas du tout</p>	<p>- Que pensez-vous des mèmes ?</p> <p>Tout d'abord ils sont drôles... Y a jou... La... lgbt... Italien... grec ! et il reflète la culture - nez, n la société. Chaque pays je pense à les mêmes les mêmes... des hommes... (chaque homme peut avoir...)</p> <p>- Quels sont les mèmes que vous utilisez le plus souvent ?</p> <p>Les mèmes... des hommes... (chaque homme peut avoir...)</p> <p>- Avez-vous déjà aimé, partagé ou commenté un mème sur Instagram ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, souvent <input type="checkbox"/> Oui, parfois <input checked="" type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Non, jamais</p> <p>- Pourquoi regardez-vous des mèmes ?</p> <p><input type="checkbox"/> Parce qu'ils sont drôles et divertissants <input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils permettent d'exprimer une opinion de manière originale <input type="checkbox"/> Parce qu'ils abordent des sujets de société avec ironie <input checked="" type="checkbox"/> Parce qu'ils reflètent des réalités sociales d'une manière accessible</p> <p>- Selon vous, les mèmes humoristiques sont-ils seulement un divertissement ou ont-ils un impact sur la société ?</p> <p><input type="checkbox"/> Uniquement un divertissement <input checked="" type="checkbox"/> Un divertissement, mais qui reflète parfois des réalités sociales <input type="checkbox"/> Un outil d'expression sociale et culturelle</p> <p>- Pensez-vous que les mèmes influencent la façon dont les gens perçoivent certains sujets de société ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, beaucoup <input checked="" type="checkbox"/> Oui, un peu <input type="checkbox"/> Non, pas vraiment <input type="checkbox"/> Non, pas du tout</p> <p>SECTION 4 : INFLUENCE DES MÈMES ET COMPARAISON AVEC D'AUTRES CONTENUS</p> <p>- Pourquoi pensez-vous que certains mèmes deviennent populaires alors que des contenus éducatifs ou intéressants restent moins visibles ?</p> <p><input type="checkbox"/> Parce qu'ils sont plus courts et faciles à comprendre <input type="checkbox"/> Parce qu'ils font rire et captent l'attention plus rapidement <input checked="" type="checkbox"/> Parce que les gens préfèrent le divertissement à l'apprentissage <input type="checkbox"/> Autre (précisez) :</p> <p>- Avez-vous déjà partagé un contenu éducatif ou intellectuel sur Instagram ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, souvent <input checked="" type="checkbox"/> Oui, parfois <input checked="" type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Non, jamais</p> <p>- Pensez-vous que l'emploi excessif de mèmes peut détourner l'attention des contenus éducatifs ou informatifs ?</p> <p><input type="checkbox"/> Oui, totalement <input checked="" type="checkbox"/> Oui, un peu <input type="checkbox"/> Non, pas vraiment <input type="checkbox"/> Non, pas du tout</p>

Résumé

Ce travail de recherche s'intéresse aux mèmes diffusés sur *Instagram* et à leur impact sur les perceptions sociales et culturelles des jeunes en Algérie. Notre objectif principal était de comprendre comment ces contenus, souvent humoristiques, peuvent transmettre des messages implicites liés à des sujets sociaux, culturels ou politiques. Pour répondre à cette problématique, nous avons mené une enquête par questionnaire auprès de 50 jeunes (lycéens et étudiants à Béjaïa), afin de recueillir des données sur leurs pratiques et perceptions. Le corpus étudié se compose de quatre types de mèmes : des mèmes visuels (images accompagnées de texte), des mèmes vidéo, des mèmes textes et un type particulier que nous avons nommé « mèmes-paroles », regroupant des expressions courtes largement utilisées par les jeunes sur *Instagram*. Les résultats ont révélé que les mèmes occupent une place importante dans le quotidien numérique des jeunes et participent à la construction de leurs représentations sociales. Ces contenus permettent, de manière humoristique, d'aborder des sujets sérieux comme le genre, l'actualité ou les valeurs culturelles. Ils sont à la fois un moyen d'évasion et un outil d'expression. Ainsi, notre étude montre que les mèmes sur *Instagram* ne sont pas de simples distractions, mais des formes modernes de communication qui reflètent et influencent les perceptions sociales et culturelles contemporaines.

Les mots clés : Les mèmes, les représentations, perceptions sociales, humour, réseaux sociaux, Algérie, culture populaire

Abstract

This research focuses on the memes shared on Instagram and their impact on the social and cultural perceptions of young people in Algeria. Our main objective was to understand how these often humorous contents can convey implicit messages related to social, cultural, or political topics. To address this issue, we conducted a questionnaire survey with 50 young people (high school students and university students in Béjaïa) to gather data on their practices and perceptions. The studied corpus consists of four types of memes: visual memes (images accompanied by text), video memes, text memes, and a specific type that we named "memes-words," which includes short expressions widely used by young people on Instagram. The results revealed that memes play a significant role in the daily digital life of young people and contribute to the construction of their social representations. These contents allow, in a humorous way, to address serious topics such as gender, current events, and cultural values. They serve both as an escape and as a means of expression. Thus, our study shows that memes on Instagram are not just distractions but modern forms of communication that reflect and influence contemporary social and cultural perceptions.

Keywords: Memes, representations, social perceptions, humor, social networks, Algeria, popular culture