



[http://www.20minutes.fr/articles/2006/05/12/argument\\_Pascal\\_JouxteL\\_La\\_memetique\\_permet\\_de\\_se\\_deconditionner.php](http://www.20minutes.fr/articles/2006/05/12/argument_Pascal_JouxteL_La_memetique_permet_de_se_deconditionner.php)

argument

[Imprimer l'article](#)



## Pascal JouxteL : "La mémétique permet de se déconditionner"

20 Minutes | édition du 12.05.06

Interview de Pascal JouxteL, président de la société francophone de mémétique

### **Pouvez-vous donner une définition de la mémétique pour non-initiés ?**

C'est une approche évolutionniste de la reproduction des codes culturels, les mèmes. Un mot proche de gène, parce que les sociétés, les entreprises, les systèmes de pensée sont des mondes vivants. Il y a transmission, mutation et sélection des codes culturels, qui sont en concurrence pour se reproduire dans la société.

### **Quels sont les mèmes les plus aptes à se reproduire ?**

Ceux qui nous font exister dans l'espace social, qui attirent le regard des autres. Pour héberger un mème en soi, il faut en retirer une certaine gratification. Ainsi les expressions, les publicités qui se répètent et se transmettent le plus facilement sont celles qui incluent ce que j'appelle « un kit théâtral » qui permet de se mettre en scène. Il y a également la rareté, qui peut être commercialement organisée, notamment dans les jeux des enfants, avec les collections de cartes. Celui qui a une carte Pokémon rare voit les regards converger vers lui. Tout comme celui qui a cinquante cartes face à celui qui n'en a que six.

### **Avec l'informatisation et Internet, notre époque est-elle plus propice à la répliation des mèmes ?**

Oui, mais c'est, plus que l'informatisation, le maillage intensif du tissu social grâce aux moyens de communication (les SMS par exemple) qui permet à des codes de se reproduire en très grand nombre, alors que dans une société traditionnelle, où il faut se rencontrer pour échanger ou partager quoi que se soit, la diffusion est ralentie.

### **Les émissions de télé-réalité semblent utiliser au maximum les codes. Est-ce une des raisons de leur succès ?**

La raison de leur succès est qu'elles sont « évoluées » avec la création de flux d'échanges : SMS, discussions, petits objets transactionnels... Si le contenu est fortement codé, c'est parce qu'il est produit très rapidement en masse. Le code est très voyant car à peine « habillé de chair » ! En outre, il peut être produit par des auteurs à faible qualification, qui peuvent reproduire mais non créer du neuf. Les artistes d'élevage sont prêts en six mois alors que les artistes sauvages, eux, ont parfois besoin de vingt ans... et sont moins contrôlables !

### **Quel est l'intérêt de l'approche mémétique ?**

Quand on enseignera la mémétique à l'école, nous serons moins faciles à manipuler. Savoir d'où viennent nos idées, comment les codes éveillent notre attention, comment ils se reproduisent à notre insu... permet de nous déconditionner. D'autant que les mèmes sont en concurrence entre eux et cherchent à occuper le maximum de notre « temps de cerveau disponible ». Aujourd'hui, finalement, les gens du marketing font de la mémétique sans le savoir, et induisent des besoins dans nos têtes. Face à eux, nous ne sommes pas à égalité. Si les universitaires et les citoyens ne s'intéressent pas à la question, les commerçants feront plus facilement de l'élevage de comportements. Avec la mémétique, on montre l'envers du décor. Libre à vous de jouer seulement du spectacle, mais si vous voulez avoir une vision intégrale du théâtre avec les coulisses et les éclairages, c'est possible.

### **Recueilli par Anne Kerloc'h**

Pascal JouxteL vient de publier Comment les systèmes pondent aux éditions de l'Olivier.