Iconographies médiaclastiques des corps noirs : des innovations visuelles au service d'alternatives représentationnelles

*Black Bodies in French Mediaclastic Iconography: Visual Innovations for
Representational Alternatives*

Emmanuelle Bruneel

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/edc/10147>

DOI : 10.4000/edc.10147

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université de Lille

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2020

Pagination : 87-112

ISBN : 978-2-917562-23-9

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Emmanuelle Bruneel, « Iconographies médiaclastiques des corps noirs : des innovations visuelles au service d'alternatives représentationnelles », *Études de communication* [En ligne], 54 | 2020, mis en ligne le 02 janvier 2022, consulté le 08 janvier 2022. URL : <http://journals.openedition.org/edc/10147> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/edc.10147>

Iconographies médiaclastiques
des corps noirs : des innovations
visuelles au service d'alternatives
représentationnelles

*Black Bodies in French Mediaclastic
Iconography: Visual Innovations
for Representational Alternatives*

Emmanuelle Bruneel

CELSA Sorbonne Université – Gripic
bruneelemmanuelle@gmail.com

Résumé / Abstract

Cet article consiste en l'étude de deux médias, *L'Afro le site* et *Nothing But The Wax*, qui traitent de l'actualité sociale et politique, de la vie culturelle impliquant des personnes noires. Nous montrons que leur offre médiatique alternative est contre-hégémonique tant au niveau des sujets abordés qu'au plan de l'énonciation éditoriale et des figures visuelles produites. Leur perspective sémioclastique vis-à-vis des stéréotypes *mainstream* donne à réfléchir aux formes de visibilisation des personnes racisées dans un cadre médiaclastique.

Mots-clés : iconographie politique, racialisation, médias alternatifs, sémioclastie des stéréotypes, représentations sociales, intersectionnalité.

This article studies two online media, L'Afro le site and Nothing But The Wax, which deal with social and political news and cultural life involving black people. We demonstrate that these alternative media are anti-hegemonic both in terms of thematic content and in terms of editorial enunciation and visual figures. These semioclastic media contest mainstream stereotypes, seeking to highlight racialized forms of visibility within a media-clastic framework.

Keywords: political iconography, racialization, alternative media, stereotype semioclasty, social representations, intersectionality.

Cet article consiste en l'étude de deux sites d'information en ligne, *L'Afro le site*¹ et *Nothing But The Wax*² (abrégé *NBTW* dans son logo), qui traitent de l'actualité sociale politique et culturelle impliquant des Noirs de France et se positionnent comme des espaces de médiatisation de la « culture noire ». Les conceptrices respectivement à l'origine de chacun de ces deux projets éditoriaux – Dolorès Bakèla et Adiaratou Diarassouba pour *L'Afro le site*, et Chayet Chiénin et Adama Anotho pour *Nothing But The Wax* – sont des femmes noires qui inscrivent leurs initiatives médiatiques dans l'esprit « FUBU » pour « *For us, by us* », c'est-à-dire fait par des personnes noires pour des personnes noires. Dans le contexte français, il existe un petit nombre de titres de « presse spécialisée³ » et ceux-ci sont produits à la fois pour la France et pour certains pays d'Afrique francophone comme c'est le cas de la presse féminine noire (Sassoon, 2014). De plus, les faits sociaux ayant trait aux phénomènes de racialisation (Fassin, 2010) sont souvent étudiés comme des problématiques relatives aux dites « minorités visibles » (Rigoni, 2007). *NBTW* et *L'Afro* envisagent de transformer les représentations des femmes noires en France de façon à problématiser la racialisation genrée. Or, les pratiques médiatiques des femmes noires ont été très peu étudiées. Sans prétendre retracer toutes les transformations de leur représentation en France, soulignons que nos deux médias sont d'emblée au croisement des enjeux de visibilité médiatique et de visibilité politique (Mirzoeff, 2011).

Nos recherches sur les processus de racialisation des figures sociales (Bruneel et Seurat, 2018) nous conduisent à aborder, sous l'angle médiatique, la question de la mise en visibilité dans l'espace public (Miège, 2010) des groupes féminins racisés⁴ historiquement dominés et subalternisés (Fraser, 2012). Il s'agit de penser les transformations de la visibilité des personnes noires à l'aune des formes éditoriales, des discours d'accompagnement et des iconographies proposées par ces deux sites. Leurs lignes éditoriales sont distinctes mais on peut les rapprocher du fait de leur volonté commune de faire exister des représentations estimées « plus justes » des Noires de France. Cette étude de cas envisage le travail visuel effectué par *L'Afro* et *NBTW* à l'aune de la question de la normativité et de l'hégémonie des représentations

1 Lancé le 31 octobre 2015 sous forme de plateforme collaborative sous Wordpress : <https://lafrolesite.wordpress.com/>.

2 Lancé en 2017 sous forme de site propre <http://nothingbutthewax.com/> et existant sous un autre format depuis 2010 sous blogspot : <https://nothingbutthewax.blogspot.com/>.

3 Exemples d'autres initiatives médiatiques : *Negus*, *Negronews*, *NOFI*, *Africulture*, *Afriscopes*.

4 Le terme « racisé » qualifie le résultat des processus de racialisation : les personnes racisées sont le plus souvent en France celles perçues comme noires, arabes / magrébines, asiatiques, du fait de la constitution de leurs traits phénotypiques comme supports de racialisation. Ils ont historiquement servi de substrat à l'élaboration de catégories raciales à partir desquelles la « race » a été construite comme fait social.

médiatiques. Ces médias réalisent une mise en visibilité des personnes noires qui se veut alternative et innovante. Leurs critiques méta-médiatiques de faits sociaux et de productions industrielles *mainstream* les dotent d'une teneur que nous qualifions de « médiaclastique ». Nous élaborons cette notion sur le modèle de celle de sémioclastie⁵ (Kunert et Seurrat, 2012) mais à l'échelle d'une production médiatique entière plutôt qu'à l'échelle de certains signes. Dès lors, ce que nous appelons médiaclastie est le geste qui consiste à défaire des médiations médiatiques en en proposant une lecture qui les donne à voir comme des objets construits et stéréotypés. Il s'agit de mettre à distance des représentations médiatiques majoritaires pour en pointer les écueils en vue d'en proposer de meilleures. Nous montrerons que les sites *L'Afro* et *NBTW* offrent des contenus originaux tout en nous demandant si réaliser des tels gestes médiaclastiques conduit à se défaire des normes. Nous verrons d'abord que leurs images sont inhabituelles, innovantes et inspirantes puis qu'ils diffusent via la dénonciation ou la valorisation de produits des industries culturelles (musique, cinéma, etc.) des représentations sociales contre-hégémoniques (Dalibert et Quemener, 2017). Ainsi, c'est en proposant des images alternatives et dé-stéréotypées des corps noirs qu'ils offrent des ressources visuelles sémioclastiques propices à renouveler les représentations.

1.

Des corps noirs montrés autrement : visibilité alternative et contre-visualité

1.1. Des enjeux de représentation qui questionnent les normes

La question de normes médiatiques est au cœur de notre analyse sémiotique de ces deux sites. La critique d'un « sujet universel de la nation française », impensé en termes de genre et de race, se retrouve au centre de propositions qui consistent à défaire la « ruse de la raison dominante » (Dorlin, 2009). La notion de « minorités visibles » est mobilisée pour qualifier « les personnes dont l'appartenance ethno-raciale supposée peut être déduite de leur apparence, et qui peuvent, à ce titre, faire l'objet de traitements inégalitaires. Les Noirs entrent de manière archétypique dans cette catégorie » (N'Diaye, 2009, 68). Dans les médias de l'espace public dominant, les formes médiatiques donnant à voir des rôles modèles féminins noirs (Audrey Pulvar, Karine Le Marchand, Kareen Guiock) correspondent à certaines normes : elles sont minces, portent des vêtements standardisés, ont les cheveux lissés et des couleurs de peau plutôt claires. Or, si les femmes noires de France sont considérées comme

⁵ Il s'agit ici de comprendre « [...] la sémioclastie comme geste de mise au jour de la violence symbolique dans les discours et idéologies dominant le champ médiatique d'une époque » (Kunert et Seurrat, 2012, 172).

appartenant à la « minorité visible noire », elles ne forment pas un tout homogène : il ne s'agit pas d'un groupe social *en soi*. Elles ont comme dénominateur commun le fait d'être perçues physiquement et reconnues socialement comme femmes et comme noires : elles sont concernées par le racisme et la misogynie. Ici, nous observerons en quoi les prises de paroles indépendantes (autofinancées et bénévoles) de *L'Afro* et *NBTW* s'accompagnent de figurations éditoriales (Bruneel, 2012) originales de personnes noires qui visent à pallier leur manque de visibilité dans les médias *mainstream*.

La *figuration éditoriale* est le processus par lequel les signes pris dans les images de communication opèrent la visualisation de figures sociales au sein de l'économie visuelle de l'énonciation éditoriale (Souchier, 1998). Lors de la séance du séminaire *Pour une iconographie politique des dominés*⁶ consacrée aux représentations des femmes noires dans la presse, les rédactrices des deux sites ont exposé leurs motivations et leurs objectifs : renouveler les représentations des minorités racisées noires dans les médias (Cervulle, 2013). Elles affirmaient en avoir assez de ne pas « se voir », de se sentir marginalisées, invisibles dans les médias ou d'être montrées de façon inadéquate. Par leurs activités éditoriales, elles disaient vouloir se représenter comme elles aimeraient l'être par ailleurs : « Nous aussi, on veut être une norme » affirmait Adama Anotho⁷.

1.2. Un travail de subjectivation politique par l'énonciation éditoriale

Pour analyser ces sites nous avons décortiqué la politique éditoriale, les slogans, le rubricage, la titraille, les récits proposés, etc., tout en nous centrant sur les images de façon à être attentive « à la matérialité du symbolique, au pouvoir des signes ainsi qu'à la transformation du sens dans des contextes situés, notamment pour interroger la dimension visuelle de la communication » (Bonaccorsi, 2013). Cette perspective sémio-communicationnelle (Berthelot-Guiet, 2015) permet d'observer comment, dans les formes éditoriales, le rédactionnel et le visuel construisent des énoncés et des figures qui retravaillent les normes médiatiques. Les onglets de présentation des deux projets médiatiques précisent que leurs lignes éditoriales respectives ne sont pas seulement conçues comme « noires » mais comme « afro ». Cela se lit également au niveau de modes d'adresse ciblant un public « afrodescendant⁸ ». Pour *L'Afro*, on peut lire dans l'onglet « Pourquoi L'Afro ? » la précision suivante :

6 « Iconographie des femmes noires dans les médias », 19 mai 2017, séminaire *Pour une iconographie politique des dominé.e.s* (Maxime Boidy, Labex Arts H2H, Crespa-Labtop).

7 Pendant sa présentation de *Nothing But The Wax* lors de la séance « Iconographie des femmes noires dans les médias ».

8 Ce sont elles qui nomment leur public-cible les « afrodescendant.e.s » : cette acception est suffisamment large pour regrouper les Français.e.s noir.e.s, les Français.e.s d'origine africaine subsaharienne, les Antillais.e.s, les Africain.e.s subsaharien.ne.s résidant en France ; soit largement toutes les populations racisées potentiellement identifiables comme « noires » de France.

« Nous voulons poser notre regard critique et curieux sur une partie de la population qu’on dit invisibilisée, repliée sur elle-même ou agressive, toujours dans des discours victimaires mais dont on ne parle jamais dans le fond : les Afrofrançais.es, afrodescendant.e.s, noir.e.s de France, peu importe le label, un genre de quotidien qui s’intéresse à tout et particulièrement à eux⁹ ».

Pour *NBTW*, il s’agit de cibler les jeunes d’aujourd’hui appelés par Chayet Chiénin les *millennials* (né.es à partir des années 2000) : « Jamais l’Afrique et sa diaspora n’auront autant inspiré et influencé le monde. Une ère nouvelle s’annonce pour une jeunesse afrodescendante et hyper connectée qui s’éveille, crée et s’exprime. Cette génération c’est nous : les *Millennials Noirs*¹⁰ ».

Si les stratégies éditoriales sont différentes, l’enjeu commun reste de « changer le regard » sur les personnes noires afin de se départir de l’infériorisation et de la haine de soi constitutive des identités racialisées prises dans le paradigme post-colonial (Bentouhami-Molino, 2015). Il s’agit de repenser les régimes de visibilité des corps noirs et de construire des espaces de contre-visualité (Mirzoeff, 2011). Ces deux médias constituent des innovations éditoriales dans la mesure où ils interrogent les normes de visualité et proposent une perspective « afro-centrée ». On y lit une volonté de transformer les images médiatiques des personnes noires par l’investissement des domaines créatifs (mode, art, sorties, etc.) Par exemple, les bandeaux de rubricage en haut des pages des sites (Figures 1 et 2) indiquent ces prétentions communicationnelles d’auto-médiatisation qui, en filigrane, sont politiques.

Figure 1 : Bandeau de rubricage de L'Afro

9 <https://lafrolesite.wordpress.com/pourquoi-lafro/>.
10 <https://nothingbutthewax.com/editors-note/>.

Figure 2 : Bandeau de rubricage de NBTW

1.3. Médiatisation d'éléments de l'identité fine

Les femmes noires partagent une identité fine (N'Diaye, 2009) à la fois racisée et genrée (Crenshaw et Bonis, 2005). Les concepts d'identité fine et d'identité épaisse permettent de penser les processus de racialisation et les significations que ces processus font exister au sein des rapports sociaux. Pap N'Diaye, citant Clifford Geertz, explique que l'identité épaisse est :

« [...] l'identité fondée sur une culture commune, une histoire, des références communes, une langue qui marque une différence nette entre ceux qui en sont les porteurs et les autres [...]. Quant à l'identité fine, elle délimite un groupe qui n'a en commune qu'une expérience de l'identité prescrite, celle de Noir en l'occurrence, qui a été historiquement associée à des expériences de domination subie, et qui peut s'accompagner de la conscience du partage de cette expérience (N'Diaye, 2009, 56-57) ».

Le geste cognitif qui identifie quelqu'un « comme noir » prend toujours appui sur un aspect de surface, une caractéristique physique et/ou phénotypique telle que la couleur de la peau. L'assignation identitaire consiste à réduire l'identité d'une personne à son *identité fine* et, souvent, à l'assortir de clichés. Les oppressions telles que les discriminations ethno-raciales reposent sur des processus de racialisation et actualisent des assignations identitaires historiquement, culturellement et socialement agissantes. Par exemple, si elles sont *de jure* des sujets politiques de la nation française, les femmes noires sont longtemps restées exclues des représentations majoritaires, politiques comme médiatiques, car leur subjectivation politique ne va pas de soi. L'assignation identitaire réductrice est en lien avec la dimension universaliste du *credo* républicain masquant les effets pervers des oppressions systémiques. Dès lors, la réflexivité politique contre-hégémonique consiste non seulement à s'écarter des normes dominantes pour les critiquer mais aussi à donner à voir ces normes comme des normes impensées, naturalisées. Offrir des possibilités d'identification à des figures de femmes noires ordinaires constitue une alternative et amorce une subjectivation politique. Les personnes noires sont montrées comme présentant une beauté complexe, subtile, non stéréotypée et sont présentées comme sources d'inspiration positive. Ces choix visent la

création d'images nouvelles ouvrant sur une sémioclastie des stéréotypes¹¹ (Kunert et Seurrat, 2012). Les énonciations éditoriales opèrent ici de telle sorte que les personnalités sont présentées de façon élogieuse. Les canons esthétiques convoqués sont loin de ceux des représentations disponibles dans les médias *mainstream*, jugées réductrices, telles que les femmes noires minces à la peau éclaircie et aux cheveux lissés ou tissés. L'originalité repose sur le fait de montrer une pluralité de rôles sociaux et des images de corps noirs aux esthétiques variées, ni essentialisantes, ni exotisantes.

11 Geste à la fois intellectuel, médiatique (associé à des pratiques visuelles) qui consiste à identifier ou mobiliser un stéréotype pour le déconstruire, le critiquer, le mettre à distance.

2.

Enjeux méta-médiatiques à visée
contre-hégémonique

2.1. Anticipation de la réception et esthétisation

Chaque média est accompagné d'un discours donnant à comprendre son projet et son contrat de lecture (Véron, 1988). Le premier se positionne comme une offre journalistique qui vise à « rencontrer et raconter les gens¹² » et le second comme une source d'inspiration et une offre de récits. Ceux-ci esthétisent visuellement les corps et les décors via une forte mise en avant de la mode et la confection de vidéos soignées. Les deux orientations éditoriales convergent dans l'idée de valoriser et de promouvoir une pop culture faite *par et pour* les afrodescendant.es. *L'Afro* a pour slogan « news, enquêtes, reportages » et, sur sa version mobile, le sous-titre « Nos vies d'afrofrançais.e.s ». Dans l'onglet « Pourquoi *L'Afro* ? », le projet est présenté comme devant « *contribuer à renouveler le discours sur la société dans laquelle on vit*¹³ » et les rédactrices surlignent qu'elles n'ont la prétention de parler au nom de personne : ni la communauté noire, ni le continent africain. Elles se prémunissent, en les mettant d'emblée à distance, de l'écueil d'essentialisation de « la communauté noire » et de la tendance à exotiser et érotiser les corps noirs. Visibiliser est le maître mot et la prétention communicationnelle centrale de l'ensemble du projet éditorial de *L'Afro* qui part du constat que : « les Noir.e.s sortent, mangent, dépensent, organisent mais on ne les voit pas 'vraiment' dans les publications 'mainstream'¹⁴ ». Il s'agit alors de proposer des représentations positives de personnes souvent visibilisées sous un angle stéréotypé ou négatif à travers une médiatisation qui se veut « critique et curieuse et vise à défaire ces stéréotypes¹⁵ ». La lutte contre la distorsion de la visibilité médiatique des personnes noires est également au cœur de *NBTW* dont les figurations éditoriales sont bien distinctes. Ce projet repose sur trois verbes à l'infinitif « Raconter. Inspirer. Célébrer ». Son ambition éditoriale est de « Raconter la jeunesse afrodescendante face à l'absence de représentation et de justesse¹⁶ ». Cette anticipation de la réception apparaît dans la description du site sur les moteurs de recherche : « Le média qui raconte les histoires singulières de la génération afrodescendante connectée : Les Mille-nials Noirs » et sa perspective est davantage internationale. La description de sa cible que propose la fondatrice et rédactrice en chef Chayet Chiénin dans l'onglet « *Editor's note* » va en ce sens.

12 <https://lafrolesite.wordpress.com/pourquoi-lafro/>.

13 <https://lafrolesite.wordpress.com/pourquoi-lafro/>.

14 <https://lafrolesite.wordpress.com/pourquoi-lafro/>.

15 <https://lafrolesite.wordpress.com/pourquoi-lafro/>.

16 « Iconographie des femmes noires dans les médias », 19 mai 2017, séminaire *Pour une iconographie politique des dominé.e.s* (Maxime Boidy, Labex Arts H2H, Crespa-Labtop).

Figure 4 : *Nothing But The Wax* – onglet Editor's note

Le public ciblé par NBTW est caractérisé comme la génération qui définit « les codes d'une nouvelle esthétique africaine », « déconstruit les paradigmes pour en créer de nouveaux », « s'insurge, s'engage et défend les valeurs de justice et d'égalité ». La rédactrice passe de l'anaphore débutant par « une génération qui... », formulée à la troisième personne du singulier, à la première personne du pluriel en convoquant un « nous » dans lequel elle se place parmi ses lecteurs. Elle les enjoint alors, avec elle, à « [se] réapproprier le récit, [à] réinventer et [à] investir de nouveaux espaces, formes de narrations et d'expressions publiques. C'est dans cet élan que *Nothing But the Wax* s'inscrit pour RACONTER et CÉLÉBRER dans toute sa diversité et complexité cette jeunesse qui INSPIRE de manière certaine le monde¹⁷ » (Figure 4). Par ce message, elle réitère en majuscule les trois verbes qui forment le slogan du média puis indique la mission d'« être le reflet et le porte-voix de cette jeunesse », convoquant ainsi deux métaphores communes concernant le rôle des médias dans la société.

17 <http://nothingbutthewax.com/editors-note/>.

Figure 5 : Nothing But The Wax – onglet Culture

Ces imaginaires du « reflet » et du « porte-parolat » sont suffisamment puissants pour rester, y compris dans des médias alternatifs, impensés, non questionnés.

Figure 6 : Nothing But The Wax – onglet Société

2.2. Visuel : l'esthétique comme politique des représentations

NBTW se veut alternatif à la valorisation des héritages afro-diasporiques qui imprègnent la pop culture contemporaine, tout en s'appuyant sur les ambitions médiatiques ordinaires : « refléter le monde », le « donner à voir », en être le « porte-parole ». Sa ligne éditoriale couvre une vaste offre culturelle, donne à connaître des créateurs et propose des narrations sous forme de vidéos aux contenus sophistiqués qui construisent des récits atypiques (Figures 5, 6, 7 et 8). L'énonciation éditoriale de *NBTW* passe par une forte implication créative : une typographie soignée et une composition visuelle faite d'incrustation d'images travaillées. Les personnes noires représentées sont investies dans des domaines à forte dimension esthétique comme le stylisme africain, les patrimoines culturels noirs, la musique et plus largement les différents arts. Le tout dans une célébration de la démultiplication des possibles par des créations esthétiques à la croisée de multiples cultures et styles. Par exemples, dans les rubriques *Mode et Beauté*¹⁸ et *Vidéo*¹⁹ (Figures 7 et 8) les contenus sur les vêtements (les styles de personnes ordinaires²⁰, les mannequins²¹ et les défilés professionnels²²) et sur la beauté (notamment capillaire²³) sont accompagnées d'images riches en couleurs et graphiquement soignées. Ainsi, l'énonciation de ce média anticipe sa réception par une élite afrodescendante cultivée, friande d'art et de tendances.

18 Rubrique Mode et beauté : <http://nothingbutthewax.com/categorie-fashion/>.

19 Rubrique Vidéos : <http://nothingbutthewax.com/categorie-video/>.

20 Styles ordinaires : <http://nothingbutthewax.com/category/video/o.ne-minute-style/>.

21 Sujets sur des mannequins <http://nothingbutthewax.com/category/mode/beaute-mode/>.

22 Défilés de mode : <http://nothingbutthewax.com/category/video/inside-african-fashion/>.

23 Tutoriel coiffure : <http://nothingbutthewax.com/category/video/my-beauty/>.

modes de *visualisation possible* des corps noirs dérogeant aux régimes visuels normés répandus. Selon nous, ce sont des *ouvroirs de visualité potentielle* car ils façonnent des images visant à repousser les normes hors des carcans hégémoniques et incitent à créer de nouveaux modèles. Or, les transformations qui affectent les images médiatiques ont des effets sur la visualité, sur *les effets de pouvoir des images* (Marin, 1998). Ces médias questionnent les normes symboliques et revitalisent les possibilités de création. Leur travail sur la visualité des corps noirs relève d'une pratique signifiante de médiatisation qui constitue un agir à la fois *esthétique* et *social*. En effet, dans de nombreuses représentations ordinaires, les figures de femmes noires ont été le plus souvent méprisées et dédaignées : considérées comme moins belles que les autres, moins désirables parce que porteuses d'un stigmate racial. Ou au contraire, certains imaginaires stéréotypés considèrent « la femme noire » comme exotique, animale (assimilée à la guenon), comme un objet sexuel érotisé voir hyper sexualisée. D'autres poncifs ramènent la figure de « la femme noire » à un être féminin hirsute, hystérique et agressif, comme le stéréotype de « la femme noire en colère » (Larcher, 2017, 108). Ces grossières caricatures qui ont toujours cours de nos jours²⁴ ont un point commun : elles puisent dans la structuration historique d'imaginaires sociaux empreints d'infériorisation raciale, de colonialisme et de *misogynoir*²⁵. C'est pour s'en départir, que ces médias réalisent des gestes esthétiques à teneur politique. Ainsi, les conceptrices de *NBTW* ont attiré notre attention sur une image particulière qui a été l'objet d'un retour très positif de la part de leur public : il s'agit de celle qui forme le bandeau de la rubrique culture et qui représente une femme noire allongée sur le ventre en train de lire un magazine sur les arts (Figure 5). Cette femme représente en quelque sorte la cible : des personnes noires jeunes, cultivées et curieuses. Elle a été plébiscitée par certains récepteurs comme particulièrement bienvenue du simple fait qu'elle représente une femme noire aux multiples tresses dressées plongée dans une activité de lecture, soit une activité sociale peu fréquemment associée aux femmes noires dans l'imaginaire collectif.

2.3. Visibiliser des corps noirs féminins pluriels

Sur *L'Afro*, une série de portraits est présentée dans le cadre d'un thème momentanément récurrent traité sous forme de mot-dièse « un jour, une actrice noire » puis reprise dans la rubrique stable « Noir PPL²⁶ ». Les portraits et un certain nombre de billets visent à défendre une position, faire découvrir une

24 Par exemple, lorsqu'est traitée de « guenon » la Garde des Sceaux Christiane Taubira en 2013.

25 Dénigrement intersectionnel spécifique aux femmes noires qui combine sexisme raciste et racisme sexiste (notion proposée par la chercheuse féministe queer afro-américaine Moya Bailey en 2010 sur : <http://www.crunkfeministcollective.com/2010/03/14/they-arent-talking-about-me/>).

26 <https://lafrolesite.wordpress.com/trombinoscope-des-comediens-ne-s-afrofrancais-es-en-france/>.

initiative, prononcer un mécontentement quant à une production culturelle jugée décevante, un propos nauséabond²⁷ sur les réseaux sociaux ou encore exprimer une opinion politique²⁸. On trouve également l'auto-publicisation d'un événement culturel complet²⁹ organisé par *L'Afro : le Fraîches Women Festival* qui a connu trois éditions et donné lieu à deux séries inédites de portraits photographiques de femmes noires inspirantes (Figures 3 et 9). Le protocole visuel des portraits de Noëlla L. en 2017 consiste à photographier chaque femme interrogée vêtue de blanc : elles sont à chaque fois assises en extérieur dans un fauteuil en osier. La série de portraits diffusée en 2018 est axée sur les participantes qui animent les différents temps forts de l'événement : chacune est présentée avec sa spécialité et avec une description de sa contribution. Elle consiste en des vignettes qui sont le résultat d'une ré-éditorialisation d'images préexistantes mises dans des cadres de couleurs esthétisés graphiquement par des lignes et des nuances de coloris. Les séries de portraits de *L'Afro* montrent des *personas* : des personnalités qui prennent le sens de rôles modèles ici replacées dans une configuration collective attrayante. Les trois séries manifestent la pluralité en valorisant des cas individuels de réussite. En regardant ensemble la série de portraits autour de neuf femmes inspirantes³⁰ de 2017 (Figure 3), puis les vingt-et-une vignettes réalisées pour présenter les participantes du festival *Fraîches Women* de 2018³¹ et enfin les images de celles de 2019³², nous voyons qu'il s'agit de traiter des qualités propres d'une personne puis de la resituer dans un collectif. La série de 2017 (Figure 3) et celle de 2019 (Figure 9) fonctionnent sur le même principe médiatique : il s'agit de plusieurs portraits-interviews de femmes noires inspirantes, chacune sur sa page, après un édito présentant le thème fédérateur de chaque série : « *Fraîches Women* » en 2017 (qui donne son nom au festival éponyme) et « *Black excellence* » en 2019.

27 Cet adjectif est souvent utilisé pour qualifier un propos limite ou problématique qui relève du racisme systémique impensé.

28 <https://lafrolesite.wordpress.com/tag/politique/>.

29 Cet événement payant, ouvert à tou.te.s, a été organisé par deux fois (11 mai 2018 et 6 mai 2019) à La Marbrerie à Montreuil, et comprend, sur une journée et une soirée, des conférences, la proposition de repas confectionné par des femmes noires cheffes cuisinières, de multiples ateliers thématiques, des conférences sur la santé et la sexualité, des stands créatifs, etc.

30 <https://lafrolesite.wordpress.com/2017/09/25/edito-fraichewomen-black-girls-rock-france/>.

31 https://lafrolesite.wordpress.com/2018/04/10/nkaliworks-lesrdvsexcare-fa-ka_sa-toute-la-programmation-du-fraichewomenfestival-est-la/.

32 <https://lafrolesite.wordpress.com/2019/04/08/edito-fraichewomen2019-noire-femme-creative-eternelle-injonction-excellence/>.

Figure 9 : L'Afro le site – édito du Fraîches Women 2019

La série qui accompagne le FWF2019 a, elle, à nouveau fait l'objet d'un *shooting* dédié (réalisé par Ozal Emier) dont les photographies ont été reprises par ailleurs sous formes de vignettes pour les annonces des ateliers (Figure 10). Les femmes noires photographiées ici sont placées sur un fond jaune. Elles sont presque toutes vêtues de noir sauf une en T-shirt blanc (Figure 11) et les cadrages des portraits sont plus ou moins serrés.

Figure 10 : L'Afro le site – programme du Fraîches Women Festival 2019

Cette série de 2019 est thématisée par la mention « *black excellence* » et propose aux femmes interviewées de s’interroger sur les effets de la méritocratie dans les représentations ordinaires des personnes noires : les entretiens font mention de leurs rapports au pouvoir et à la décision.

Figure 11 : L'Afro le site – exemple de portrait : Anne Sanogo

La notion de « *black excellence* » est un concept élitiste qui vient des États-Unis et caractérise les afro-américain.es³³ qui ont fait fortune dans tous les domaines. Dans son entretien, l'une des femmes s'interroge d'ailleurs quant à cette « *black excellence* » et se demande qui fixe cette norme ; elle souligne que si elle peut dynamiser les aspirations des personnes noires, elle ne doit être ni enfermante ni stigmatisante (Figure 12).

Figure 12 : L'Afro le site – exemple de portrait : Jeannine Fischer Siéwé

L'ensemble de la médiatisation des « *Fraîches Women* » insiste sur l'exemplarité des parcours présentés en valorisant une variété de figures sociales telles qu'une cheffe de cuisine, des musiciennes (chanteuses, rappeuses, DJ), des thérapeutes, des danseuses, des travailleuses sociales, des militantes, une avocate, une députée, etc. Les qualités personnelles telles que la ténacité, le courage, la bienveillance, l'esprit de rébellion, la lucidité, l'originalité, etc., sont appuyées. Ce traitement médiatique montre la multiplicité de leurs activités et de leurs engagements sociaux, culturels, artistiques, politiques tout en créant une dynamique positive qui vise l'identification et l'envie de participer au festival (Figure 3 et Figure 9). Il s'agit de retracer leurs parcours personnels et professionnels, de les faire parler de leurs projets, désirs, aspirations avec connivence et complicité comme dans certains magazines féminins. Donner à voir et à lire des récits de vie de femmes noires de façon banale est pourtant très inhabituel : il est rare de faire parler plusieurs femmes noires ensemble et

33 La référence qui revient le plus souvent dans les discours sur la « *black excellence* » est Oprah Winfrey, afro-américaine milliardaire qui fait figure de modèle de réussite aux États-Unis et dans le monde entier.

côte à côte et non une seule femme noire qui joue le rôle de *token*³⁴ parmi un groupe de femmes blanches. *L'Afro* présente d'autres portraits sous forme de trombinoscope de visages : des hommes et des femmes journalistes noires³⁵ (Figure 13) donnant leurs avis sur l'actualité et une série de portraits de comédiens et comédiennes³⁶. En démultipliant les images, ces séries de visages interrogent la teneur de l'invisibilité des minorisés racisés travaillant dans l'industrie cinématographique à l'occasion de la critique adressée aux Césars et aux Oscars de manquer de « diversité ». Cette activité de visibilisation médiatique donne notamment à connaître des personnalités aux identités minorisées et marginalisées. Cette narration alternative des parcours vise à constituer une forme de reconnaissance symbolique par le médiatique qui en corrobore la dimension politique.

34 Le *tokenisme* consiste à faire figurer un membre d'un groupe racisé et à l'ériger en exemple représentatif.

35 <https://lafrolesite.wordpress.com/2017/12/22/annee-2017-vue-par-journalistes-afro/>.

36 Cette galerie de portraits est présentée dans l'onglet stable « Noir PPL » <https://lafrolesite.wordpress.com/trombinoscope-des-comedien-ne-s-afrofrancais-es-en-france/> et introduite par le texte suivant : « *L'Afro* s'est demandé : le public français connaît-il ses comédien.ne.s noir.e.s ? Sont-ils vraiment invisibles ? Se comptent-ils sur les doigts de la main ? Ce qu'on peut dire, c'est qu'ils sont bel et bien présent.e.s, en activité, viennent de tout horizon, de tout âge, travaillent en France, à l'étranger et/ou viennent même d'autres pays. Bref, ils sont divers.e.s et varié.e.s comme en témoignent leur parcours à découvrir en cliquant sur les photos ci-dessous ».

Figure 13 : *L'Afro le site* – Trombinoscope Journalistes afrofrancais.es

Conclusion

L'Afro et *NBTW* agissent symboliquement en vue de transformer le social en défaisant la stéréotypie associée aux corps noirs et en ouvrant des possibles. Ces pratiques sémioclatiques visent à ce que les concernés *se montrent*, *se pensent* et *se voient* exister *autrement*, à partir de canons contre-hégémoniques. Les corps noirs, toujours d'emblée racisés malgré eux, sont ici visibilisés de façon à promouvoir une afrodescendance complexe à la fois réaliste, ancrée dans le présent et le quotidien des lecteurs et des lectrices mais aussi suggestive, poétique et onirique. Les représentations des corps noirs s'écartent des stéréotypes présents dans les magazines papier plus anciens spécialement dédiés aux femmes noires (*Amina*, *Brune*, *Miss Ebène*) qui font la promotion de produits éclaircissants et des rituels esthétiques du défrisage et du tissage tout en proposant des représentations dépolitisées (Sassoon, 2013). Ces magazines sont « [...] prescripteurs de normes et de relais de représentations hégémoniques » et « [...] adhèrent en réalité à une conception marchande et mondialisée de la 'beauté noire' qui sert leurs objectifs commerciaux, mais répondent aussi à la réalité des pratiques esthétiques les plus répandues »

(Sassoon, 2013, 43). La stratégie éditoriale, la production iconographique, l'effort d'imagination, les choix de signes, réalisent *en eux-mêmes* des gestes de sémioclastie de ces stéréotypes marchands. Certaines images en présence dans *L'Afro* et *NBTW* insistent sur la nature revendicative et politique de ces gestes médiatiques et déstabilisent les stéréotypes et les imaginaires associés aux corps noirs : tiraillleur sénégalais Banania, femme noire créole du rhum Negrita ou des *pop stars* contemporaines. La dimension subversive est ici moins dans le traitement journalistique que dans des représentations qui ne revitalisent pas l'exceptionnalité corporelle (Tévanian, 2011) sur laquelle est fondée la racialisation négative, méprisante et raciste qui existe dans les contextes sociaux façonnés par les normes *hétéroblantriarcales*³⁷ (Bruneel et Gomes Silva, 2017). Chez *NBTW* et *L'Afro*, la volonté de transformer les regards portés sur les corps, les cultures et les identités noires, tient ainsi compte de la racialisation qui les affecte. Nous qualifions leur démarche de médiaclastique dans la mesure où leurs propositions éditoriales sont critiques et développent des représentations subversives faisant circuler et stabilisant de *nouvelles normes de visibilité noire* en France dans une perspective « *For us, by us* ». Or, si ce « *us* » s'inscrit dans la volonté de constitution d'un « *nous* » afro-descendant, ce « *nous* » n'est ni stable ni forcément fédérateur pour toutes les populations noires de France qui sont culturellement très hétérogènes.

À cet égard, l'idée de l'existence d'une « culture noire » en France (Thomas, 2007) est sujette à controverse et fait l'objet de débats. En effet, « le terme 'Noir' désigne la perception d'une apparence, il est le produit d'un rapport social. Il ne qualifie pas une essence, ni une culture. Il peut être à la fois envisagé comme une catégorie d'autodéfinition et comme une catégorie politique construite, fondée sur l'expérience commune de la discrimination » (Sassoon 2013, 34). D'après Pap N'Diaye, « la couleur de peau délimite un groupe d'intérêt, pas une culture » (2009, 415). En France, elle nourrit de fortes tensions quant aux enjeux politiques de ce que nous appelons « l'énonciation sociale et visuelle de la race » et qui concernent des phénomènes culturels contemporains aux ramifications postcoloniales impensées (Mbembé, 2013). Si des initiatives alternatives aux médias *mainstream* ont pu exister antérieurement, leur manque d'archivage empêche souvent d'y accéder. Or, un véritable effort créatif provient de ces marges médiatiques qui désignent la norme en place comme excluante et la déconstruisent pour pouvoir en construire d'autres, plus subversives ou plus satisfaisantes pour les concernés. Le besoin de reconnaissance exprimé par les personnes racisées s'exprimant de plus en plus fortement, certaines entreprises, notamment de cosmétiques, tentent de capter ce désir de visibilité médiatique *via* des activités commerciales dites de « *marketing ethnique* ». Ainsi, la valorisation des « minorités visibles » par la figuration éditoriale de

37 Soit des normes qui combinent l'hétéronormativité à la blanchité et au patriarcat sexiste.

corps racisés (Bruneel, 2012), est de plus en plus prégnante dans les industries de la mode et de la beauté. L'originalité de *L'Afro* et de *NBTW* vient aussi de leur perspective journalistique et culturelle non marchande. Leurs prises de parole déploient une stratégie innovante de contre-visualité subversive qui se veut contre-hégémonique. Il apparaît toutefois que la question de l'intersectionnalité dans les représentations médiatiques des rapports sociaux – à savoir : comment montrer des personnes et des personnages dont les identités sont au croisement du genre, de la race, de la classe, etc. – reste ouverte.

Bibliographie

Bruneel E. (2012). *La fabrique de la « diversité » dans les discours de l'entreprise : entre thématique sociopolitique et schème représentationnel, étude d'une dynamique symbolique*. Mémoire de Master, CELSA-Paris Sorbonne.

Bruneel E. (2017). « La 'diversité', un concept transmédiagénique à critiquer ». In Loicq M. et Féroc Dumez I. (dir.), *Jeunes, médias et diversités*, p. 13-32. Disponible sur <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02088751> (page consultée le 8 juillet 2019).

Bruneel E., Gomes Silva T. O. (2017). « Paroles de femmes noires. Circulations médiatiques et enjeux politiques ». In *Réseaux*, n° 201, p. 59-85.

Bruneel E., Seurat A. (2018). « Figurer 'la diversité' ? Esthétisation, euphorisation, essentialisation ». In *Semen*, n° 45, p. 167-182.

Bentouhami-Molino H. (2015). *Race, cultures, identités : une approche féministe et postcoloniale*, Paris, PUF.

Berthelot-Guiet K. (2015). *Analyser les discours publics*, Paris, Armand Colin.

Boidy M. (2017). *Les études visuelles*, Saint-Denis, Presses Universitaires de Vincennes.

Bonaccorsi J. (2013). « Pratiquer les images en Sciences de l'information et de la communication : sémiose, eikones, montage ». In *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 3. Disponible sur <http://rfsic.revues.org/530> (page consultée le 8 juillet 2019.)

Cervulle M. (2013). *Dans le blanc des yeux. Diversité, racisme et médias*, Paris, Éditions Amsterdam.

Crenshaw K., Bonis O. (2005). « Cartographies des marges : intersectionnalité, politique de l'identité et violences contre les femmes de couleur ». In *Cahiers du Genre*, n° 39, p. 51-82.

Dalibert M., Quemener N. (2017). « Introduction ». In *Études de communication*, n° 48, p. 7-20.

Dorlin E. (dir.). (2009). *Sexe, race, classe : pour une épistémologie de la domination*, Paris, Presses Universitaires de France.

Fassin D. (2010). « Ni race, ni racisme, ce que racialiser veut dire ». In Fassin D. (dir.), *Les nouvelles frontières de la société française*, Paris, La Découverte, p. 147-172.

Fraser N. (2012). *Le féminisme en mouvements : des années 1960 à l'ère néolibérale*, E. Ferrarese (trad.), Paris, La Découverte.

Kunert S., Seurat A. (2012). « Sémio-clastie militante : agir sur la symbolique des discours médiatiques ». In

Actes du colloque international ORC IARSIC-ESSACHESS, p. 171-183.

Larcher S. (2017). « 'Nos vies sont politiques !'. L'afrofémisme en France ou la riposte des petites-filles de l'Empire ». In *Participations*, n° 19, p. 97-127.

Marin L. (1998). *Des pouvoirs de l'image*. Gloses, Paris, Éditions du Seuil.

Mbembé A. (2015). *Critique de la raison nègre*, Paris, La Découverte.

Miège B. (2010). *L'espace public contemporain : approche info-communicationnelle*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Mirzoeff N. (2011). « Contre-visualité et droit de regard ». In Mirzoeff N., *The Right to look. A Counterhistory of Visuality*, M. Boidy et S. Roth (trads.), Durham, Duke University Press, p. 22-25.

N'Diaye P. (2009). *La condition noire. Essai sur une minorité française*, Paris, Point Seuil.

Rigoni I. (dir.). (2007). *Qui a peur de la télévision en couleurs ? La diversité culturelle dans les médias*, Montreuil, Aux lieux d'être éditions.

Sassoon V. (2013). « Les ambiguïtés de la 'presse féminine noire' », *e-Migrinter*, n° 10, p. 34-48. Disponible sur <http://journals.openedition.org/e-migrinter/466> (page consultée le 8 juillet 2019).

Sassoon V. (2014). *Femmes noires sur papier glacé*, Bry-sur-Marne, INAthèque éditions.

Souchier E. (1998). « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale ». In *Les cahiers de médiologie*, n° 6, p. 137-145.

Tévanian P. (2011). *La mécanique raciste*, Paris, La Découverte.

Thomas D. (2007). *Black France : colonialism, immigration, and transnationalism*, Bloomington, Indiana University Press.

Véron É. (1988). *La sémiotique sociale : fragments d'une théorie de la discursivité*, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes.