

Introduction

Hélène Breda et Mélanie Bourdaa



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/edc/15013>

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université de Lille

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2022

Pagination : 7-14

ISBN : 978-2-917562-28-4

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Hélène Breda et Mélanie Bourdaa, « Introduction », *Études de communication* [En ligne], 59 | 2022, mis en ligne le 01 décembre 2022, consulté le 11 janvier 2024. URL : <http://journals.openedition.org/edc/15013> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/edc.15013>

Le texte et les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés), sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

Introduction

■ *Introduction*

Hélène Breda

LabSIC – IRCAV, Université Sorbonne Paris Nord
helene.breda@univ-paris13.fr

Mélanie Bourdaa

Laboratoire MICA, Université Bordeaux Montaigne
melanie.bourdaa@u-bordeaux-montaigne.fr

Le terme de « représentations », actuellement en vogue tant dans les champs disciplinaires touchant aux questions de contenus culturels que dans des discours « grand public », peut paraître presque galvaudé. Il mérite d'être (re-)défini et interrogé dans ses acceptions polyphoniques. Anne Besson (2021) rappelle sa dimension double, héritée conjointement d'une tradition fictionnelle de *mimesis* et d'une organisation démocratique (le fait de « représenter quelqu'un » en politique). Dans les sphères des médiacultures (Maigret et Macé, 2005), les problématiques relatives aux représentations sociales, individuelles comme collectives, se déploient tant du côté des fictions (romans, films, séries télévisées, *comic books*, jeux vidéo...) que dans la monstration du « monde réel », via les médias d'actualité notamment, sans oublier la publicité. Si la théorie du reflet est délaissée de longue date, la télévision peut être envisagée comme le « double » de la société dont elle émane (Macé, 2006), les séries comme une « paraphrase » des expériences de la vie quotidienne (Esquenazi, 2017), tandis que Marc Lits et Joëlle Desterbecq (2017) rappellent le caractère construit et situé de tout « récit médiatique ». Se pose, dès lors, la question de qui représente, de ce qui est représenté, et de quelles manières : les identités et rapports sociaux dépeints dans les médias, les stéréotypes et contre-stéréotypes (Macé, 2007), nous renseignent sur le fonctionnement de notre monde et sur les échelles de valeurs qui le structurent. Mais les enjeux ne se cantonnent pas à une approche herméneutique qui permettrait de comprendre dans quelle mesure les contenus médiatiques sont façonnés par la société qui les produit. Ainsi que le rappelle encore Anne Besson (2021, 140), il existe désormais un consensus quant au fait qu'en retour, « les médias [...] jouent un rôle dans l'évolution globale des mentalités, accompagnant ou précédant les changements constants qui transforment de génération en génération nos perceptions du "normal", de l'acceptable et du désirable ». En conséquence, l'étude des représentations ne saurait être ici décorrélée de celle de leurs réceptions, dans la tradition des *cultural studies*.

Depuis l'appropriation des nouvelles technologies par les publics et leurs usages dans l'environnement médiatique, les analyses portant sur le phénomène de réception à l'heure de la convergence numérique sont menées dans le champ des études culturelles. Les notions de communauté

de pratiques et de communautés d'affiliation soulignent la notion de rassemblement collectif. Si nous prenons le cas de la télévision, Sharon Marie Ross (2009) précise que les téléspectateur·rices apprécient le fait de faire partie d'une communauté interprétative active et spécialisée dans laquelle ils et elles partageront des contenus et participeront à des activités multiples. Plus récemment, Roberta Pearson (2010), grâce à une étude empirique auprès de fans de séries télévisées, a montré que la révolution numérique a eu un profond impact sur la réception des séries télévisées et a brouillé les frontières entre production et réception. Les communautés de fans sont donc des espaces à la fois virtuels et réels (lorsque les fans se retrouvent dans des conventions par exemple), des lieux d'appartenance fondamentaux, d'échanges et de partages, dans lesquels ils et elles créent et produisent des discours (Bourdaa, 2021). Les communautés de fans peuvent être considérées à la fois comme des communautés interprétatives (Radway, 1984) car ils et elles produisent du contenu et du sens, et des communautés sociales puisque les fans partagent des liens sociaux, voire affectifs et amicaux. La communauté de fans devient alors un espace privilégié d'entraide et de partage.

En France, les études de réception sont présentes dans le champ de la sociologie des publics mais également en Sciences de l'information et de la communication. Après les études pionnières de Dominique Pasquier (1999) et Philippe Le Guern (2002) sur les publics fans et les publics amateurs autour des séries télévisées et de la musique, Patrice Flichy (2010) se réapproprie les théories anglo-saxonnes des études de réception et de fans pour développer un « sacre de l'amateur·rice » favorisé par l'aspect communautaire sur Internet.

La dimension dialogique des relations entre des industries culturelles hégémoniques et leurs récepteur·rices est bien éloignée du paradigme des médias de masse aliénants. Les études culturelles menées ces dernières décennies ont insisté, à l'inverse, sur la richesse des lectures résistantes ou oppositionnelles de contenus médiatiques, des pratiques braconnières (de Certeau, 1980) par des amateur·rices (Flichy, 2010), sur l'émergence de « fans prescripteur·rices » (Bourdaa, 2017) et de « critiques [...] profanes » (Breda, 2017). Si ces phénomènes n'ont rien de nouveau, l'essor du web 2.0 a bien sûr contribué à rendre visibles et à encourager de telles pratiques expressives polyphoniques, dont nous pouvons nous demander si elles constituent de réels contre-pouvoirs face aux normes dominantes.

L'une des vocations de ce dossier thématique est d'analyser des exemples de productions des publics qui contribuent à étendre des univers narratifs, mais également à amplifier ou reconfigurer les représentations

dont ils sont porteurs. Des recherches antérieures dans le domaine des *fan studies* ont bien montré comment les activités de « créations dérivées » (François, 2013), notamment les fanfictions, contribuaient à augmenter, enrichir et « compléter » des univers médiatiques préexistants. Le phénomène est particulièrement ancré dans des *fandoms* dédiés aux « cultures de l'imaginaire » (ou SFFF, pour « Science Fiction, Fantasy et Fantastique ») dont l'élaboration par leurs auteur·rices réside déjà dans une pratique du *world-making* (Jenkins, 2006), notion abordée dans la première partie de ce dossier. La franchise transmédiatique *Harry Potter* en est l'un des exemples contemporains les plus emblématiques. Camille Nicol et Mélanie Millette ont choisi d'analyser un corpus de fanfictions audiovisuelles – ou *fan videos* – d'*Harry Potter* qui visent à combler les « espaces blancs », ou « espaces négatifs » (Long, 2007) de la narration « officielle » (ou « canon ») à travers un processus de co-création. Julie Escurignan montre pour sa part comment la pratique du *cosplay* sert de support aux fans de la série *Game of Thrones* (HBO, 2011-2019, d'après la saga de *fantasy* de George R. R. Martin) pour réinterpréter les représentations portées à l'écran. Le *cosplay*, pratiqué dans les conventions et les rassemblements de fans, devient alors prétexte à étendre l'univers narratif et à une (ré-)interprétation par les fans des personnages et narrations.

En dépit du caractère par définition irréaliste des récits de l'imaginaire, il est pertinent de les appréhender comme des grilles de lecture de notre « monde réel », sur lequel ils nous renseignent de manière allégorique, métaphorique et symbolique, et pour lequel ils nous fournissent des outils critiques. En s'en emparant pour les déployer, les fans créatif·ves peuvent approfondir, remodeler ou réécrire les représentations qu'ils ou elles mettent en place pour véhiculer leur propre vision. Les relations entre les instances de production et les publics peuvent, à ce titre, être à double sens, comme l'avance Alexis Trepier dans son texte sur l'ambiguïté de *Gotham* (Warner, 2014-2019). Si celle-ci est parfois accusée de *queerbaiting*, une co-construction de sens permet aux spectateur·rices LGBTQIA+ d'explorer de manière approfondie le développement de relations entre personnages gay ou lesbiens de la série.

Les réceptions, multiples et situées, prennent ainsi en charge des enjeux non seulement narratifs, mais identitaires. Ce second axe proposé par le dossier a trouvé des échos dans de nombreuses propositions. En abordant un terrain original, celui de la réception des feuilletons turcs par les publics grecs, Dimitra Laurence Laroche rappelle à quel point la « consommation » d'œuvres fictives s'ancre dans des contextes sociaux, politiques et économiques. Elle convoque les notions de « nostalgie » et

d'« authenticité » pour expliquer comment une partie de la population grecque, en temps de crise économique, puise dans ces programmes un sentiment d'émancipation face à la culture « officielle » hellénique du pays.

Un faisceau d'activités discursives et créatrices, articulé aux questions de représentation, permet aux publics concernés (notamment dans des franges jeunes et des groupes socialement minorisés) de véhiculer des revendications concrètes d'ordre identitaire, s'inscrivant dans des mouvements plus vastes de « lutte pour la reconnaissance » (Honneth, 2000). Ces créations de fans participent à une mise en visibilité de groupes qui ont tendance à être invisibilisés dans les productions transmédiatiques. L'article de Mélanie Lallet, Émilie Marolleau et Kaja Skowronska fait dialoguer les points de vue de créateur-rices et de récepteur-rices de la série animée *Miraculous : Les Aventures de Ladybug et Chat Noir* (TF1, 2015, en production) vis-à-vis des représentations de genre, d'orientation sexuelle ou encore d'identité ethnoraciale. Si une partie de l'équipe de production se montre sensible aux questions de diversité et désireuse de proposer un programme inclusif, elle se heurte à certains écueils qui brident sa liberté artistique. C'est alors une frange du *fandom* qui s'empare du matériau proposé pour y approfondir des thèmes issus des féminismes contemporains et des théories intersectionnelles. En étudiant les réceptions d'un corpus de films dystopiques pour jeunes adultes connus pour leurs personnages féminins supposés « forts », Sandra Hamiche montre toutefois que les lectures féministes et engagées ne sont pas hégémoniques. Les jeunes gens auprès de qui elle a mené son enquête ont révélé, d'une manière qui pourrait nous paraître contre-intuitive, que peu d'entre elles et eux se sont approprié ce type de décodage, bien que le genre entre en ligne de compte dans la manière dont les œuvres sont appréhendées.

Lorsqu'elles ont eu l'habitude d'être dépeintes de façon inadéquate, les personnes issues de groupes minorisés trouvent des gratifications symboliques dans la mise en scène de protagonistes qui leur ressemblent et dont les trajectoires font écho à leurs propres vies. Les représentations médiatiques de certaines identités peuvent susciter ou contribuer à entretenir le sentiment de faire communauté pour les pans de leurs publics qui s'y reconnaissent (ou non). Une étude centrée sur la série télévisée *Atypical* (Netflix, 2017-2021) permet à Marta Lopera-Mármol et Marine Malet d'aborder conjointement la représentation du trouble du spectre de l'autisme (TSA) dans cette œuvre et sa réception active par des téléspectateur-rices également autistes. Les espaces d'engagement et d'échanges en ligne créés par les fans autour d'*Atypical* se révèlent des

lieux d'*empowerment* qui rendent possibles une organisation collective, la diffusion de savoirs et le déploiement de relations de solidarité.

Il est particulièrement heuristique, au sein des études de réception, d'opérer des rapprochements entre les différentes acceptions de termes tels qu'« engagement » ou « participation », qui s'appliquent à la fois aux pratiques des publics actifs et à des mobilisations citoyennes. Un exemple désormais canonique de « fanactivisme » est celui de la *Harry Potter Alliance* (devenue depuis *Fandom Forward*), fondation caritative créée par Andrew Slack en 2005 qui a multiplié les actions en faveur des droits humains à un niveau international. Maude Bonenfant, Patrick Deslauriers et Jérémie Pelletier-Gagnon ont choisi pour ce dossier d'étudier un mouvement social de grande envergure né de la prise de position pro-Hong Kong de Blitzchung, joueur du jeu vidéo *Hearthstone*. Après que celui-ci s'est vu interdire l'accès aux tournois pour avoir exprimé ses idées politiques, un grand nombre de fans s'est mobilisé via les réseaux sociaux numériques pour faire entendre leurs voix, exercer un contre-pouvoir contre une industrie vidéoludique et, plus largement, porter des messages politiques.

À travers les trois thématiques proposées, le dossier explore ainsi les croisements et complémentarités entre représentations et réceptions autour d'œuvres culturelles sérielles, cinématographiques et ludiques. Les auteurs et autrices du dossier abordent la question des publics actifs et producteurs de contenus et de sens, dans un contexte de co-construction d'univers narratifs, de dialogue avec les producteurs ou de contre-pouvoir permettant la visibilité de minorités sociales jusque-là invisibilisées dans les œuvres culturelles.

Bibliographie

- BESSON, A. (2021). *Les pouvoirs de l'enchantement. Usages politiques de la fantasy et de la science-fiction*. Vendémiaire.
- BOURDAA, M. (2021). *Les fans. Publics actifs et engagés*. C&F Éditions.
- BOURDAA, M. (2017). « Je suis un fan et je ferais tout pour ma série » : les figures des fans prescripteurs. B. Chapelain et S. Ducas (dir.), *Prescription culturelle : avatars et médiamorphoses*. Presses de l'ENSSIB, 287-300.
- BREDÀ, H. (2017), « La critique féministe profane en ligne de films et de séries télévisées ». *Réseaux*, 35(201), 87-114.
- DE CERTEAU, M. (1980). *L'invention du quotidien. I. Arts de faire*. Union générale d'édition.
- ESQUENAZI, J.-P. (2017). Séries télévisées et « réalités » : les imaginaires sériels à la poursuite du réel. S. Sépulchre (dir.), *Décoder les séries télévisées*. De Boeck, 2^e édition.
- FRANÇOIS, S. (2013). Les créations dérivées comme modalités de l'engagement des publics médiatiques : le cas des fanfictions sur Internet. Thèse de doctorat, Télécom Paris Tech. <https://pastel.archives-ouvertes.fr/tel-01308687/>.
- HONNETH, A. (2000). *La lutte pour la reconnaissance*. Gallimard.
- FLICHY, P. (2010). *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère du numérique*. Seuil.
- JENKINS, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- LE GUERN, P. (dir.). (2002). *Les cultes médiatiques. Culture fans et œuvres cultes*. Presses universitaires de Rennes.
- LITS, M. ET DESTERBECQ, J. (2017). *Du récit au récit médiatique*. De Boeck, 2^e édition.
- LONG, G. A. (2007). *Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company*. Master of Science, Massachusetts Institute of Technology.
- MACÉ, É. (2007). Des « minorités visibles » aux néostéréotypes. Les enjeux des régimes de monstration télévisuelle des différences ethnoraciales. *Journal des anthropologues*, hors-série, 69-87.
- MACÉ, É. (2006). *La société et son double. Une journée ordinaire de télévision*. Armand Colin.
- MAIGRET, E. ET MACÉ, É. (dir.) (2005). *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Armand Colin.
- PASQUIER, D. (1999). *La culture des sentiments*. Maison des Sciences de l'Homme.
- PEARSON, R. (2010). Fandom in the Digital Era. *Popular Culture. The International Journal for Media and Culture*, 8(1), 84-95. <https://doi.org/10.1080/15405700903502346>.
- RADWAY, J. (1984). *Reading the Romance: Woman, Patriarchy and Popular Culture*. University of North Carolina Press, 2^e édition.
- ROSS, S. M. (2009). *Beyond the box. Television and the Internet*. Blackwell.