

## Les réponses des fans aux représentations lesbiennes fictionnelles : le cas de *The 100* et *Wynonna Earp*

*How Fans Respond to Fictional Lesbian Representations in Television Series: The Example of Two Series, The 100 and Wynonna Earp*

Mélanie Bourdaa

---



### Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/edc/10116>

DOI : 10.4000/edc.10116

ISSN : 2101-0366

### Éditeur

Université de Lille

### Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2020

Pagination : 71-86

ISBN : 978-2-917562-23-9

ISSN : 1270-6841

### Référence électronique

Mélanie Bourdaa, « Les réponses des fans aux représentations lesbiennes fictionnelles : le cas de *The 100* et *Wynonna Earp* », *Études de communication* [En ligne], 54 | 2020, mis en ligne le 02 janvier 2022, consulté le 07 janvier 2022. URL : <http://journals.openedition.org/edc/10116> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/edc.10116>

---

Les réponses des fans  
aux représentations lesbiennes  
fictionnelles : le cas de *The 100*  
et *Wynonna Earp*

*How Fans Respond to Fictional Lesbian  
Representations in Television Series:  
The Example of Two Series, The 100  
and Wynonna Earp*

Mélanie Bourdaa

Université Bordeaux Montaigne, Laboratoire MICA  
melaniebourdaa@yahoo.fr

## Résumé / Abstract

Cet article se concentre sur l'analyse de la représentation sérielle des personnages lesbiens et de leur réception par les publics fans. Comment les fans se réapproprient les images et les représentations pour donner à voir et se donner à voir ? Par une analyse des traces numériques laissées par les fans sur les réseaux sociaux (en particulier Tumblr et Twitter) et par des questionnaires distribués en ligne auprès des fans, nous tenterons de saisir comment leurs discours tendent à mettre en visibilité et à contrer les discours hégémoniques et cherchent à produire des représentations positives ou en en faire la promotion.

Mots-clés : fans, discours, représentations, lesbien, visibilité.

*This article analyzes representation of lesbian characters in television series and the reception of these characters by fans. How do fans appropriate images and representations in order to create visibility for themselves? Through analysis of digital traces left by fans on social networks (in particular Tumblr and Twitter) and through online questionnaires distributed to fans, we explore the ways in which fan discourses both highlight and counter hegemonic discourses while seeking to produce or promote positive representations.*

*Keywords: fans, discourses, representations, visibility, lesbians.*

La saison sérielle américaine 2015-2016 a connu une explosion de décès de personnages lesbiens, aussi bien sur les chaînes historiques de network que sur les chaînes du câble américaines, alimentant un trope scénaristique persistant et rajoutant à la représentation négative de ces personnages spécifiques dans les fictions contemporaines. Cette vague mortelle avait été lancée par la mort de Lexa dans *The 100* (The CW). Elle avait été suivie de près par la mort de Denise dans *The Walking Dead* (AMC) et par la mort de Poussey dans *Orange is The New Black* (Netflix). En réalité, toutes chaînes confondues, des trente-cinq personnages lesbiens à la télévision sur la saison 2015-2016, dix sont mortes en l'espace de cinq mois (de janvier à mai 2016). Cette « hécatombe » est dénoncée par les fans avec l'expression « *bury your gays* », « enterrez vos gays », dénonçant la place encore problématique des personnages homosexuels dans la fiction. Cet article s'attache à l'analyse de la représentation fictionnelle et sérielle des personnages lesbiens et de leur réception par les publics fans. Comment les représentations sont-elles véhiculées dans les séries mais également par les showrunners et producteurs ? Comment les fans se réapproprient-ils les images et les représentations pour donner à voir et se donner à voir ?

Dans un premier temps, nous expliquerons en quoi les publics fans sont des publics spécifiques, experts et actifs, qui utilisent la fiction et les personnages comme un levier à leur engagement social, politique ou culturel. Ensuite, nous étudierons les réactions des fans. Par une analyse des traces numériques laissées par les fans sur les réseaux sociaux (en particulier Tumblr et Twitter) et par des questionnaires administrés en ligne, nous tenterons de saisir comment leurs discours tendent à mettre en visibilité et contrer les discours hégémoniques, et cherchent à produire des représentations positives ou à les promouvoir. Leurs activités de création, qui passent par les gifs, le montage vidéo ou le *fanart*, rendent ainsi visibles des représentations lesbiennes positives et les font circuler dans la sphère publique. Notre corpus sera composé de deux séries télévisées fonctionnant comme un exemple et un contre-exemple (*The 100* et *Wynonna Earp*). Nous nous appuierons également sur des discours et créations visuelles de fans en réponse à ces représentations.

## 1.

### Activisme fan : entre engagement et affect au service du collectif

L'image du fan hystérique et obsessionnel est souvent véhiculée par les médias, que ce soit la presse ou les médias audiovisuels. Les stéréotypes montrent des *fangirls* hystériques et des *fanboys* obsédés par l'univers et ses moindres détails (Booth et Bennett, 2016). Cependant, de nombreuses études, notamment menées par des chercheurs en *Cultural Studies*, dépeignent les fans comme des récepteurs actifs et experts. Ils partagent un fort sentiment

d'appartenance en s'inscrivant dans une ou plusieurs communautés : le *fandom* (Bourdaa, 2017). Ils sont également des producteurs de contenus et de sens à travers les créations (écriture de fanfiction, montage vidéo ou artistique par exemple) et à travers un engagement qui leur fait défendre des causes sociales, culturelles et politiques. Fort de ces constats d'un public actif, expert et producteur, nous avons proposé une typologie des activités de fans, divisée en cinq catégories : lien social, médiation culturelle, intelligence collective, création et activisme. C'est cette dernière activité qui va nous intéresser dans cet article. En effet, les activités de fans peuvent parfois se situer à l'intersection de la participation culturelle et de la participation politique et impliquer un niveau accru d'engagement civique, en particulier parmi les jeunes fans qui utilisent les plateformes médiatiques et surtout les réseaux sociaux comme tribunes pour exprimer leurs opinions.

Dans sa préface à la traduction de l'ouvrage sur la culture participative, Hervé Le Crosnier reprend les mots d'Henry Jenkins afin de souligner l'importance du lien entre la culture fan, les pratiques de fans et le politique. Ainsi, Jenkins se demande « comment raccorder les idéaux de participation politique et d'engagement civique à d'autres types de participation culturelle et à l'accès aux réseaux sociaux ? » (Le Crosnier, 2017, 17). Par exemple, on ne saurait faire l'économie des questions identitaires dans l'analyse des relations interindividuelles, institutionnelles ou biographiques. Le hashtag #representationmatters en est un exemple flagrant. Les questions de masculinité, de racisation, d'invisibilisation ou d'instrumentalisation des minorités sont une des pulsations du débat actuel en termes de réception comme d'action des fans et des minorités. C'est dire combien les fans représentent un groupe social essentiel pour penser les tensions du contemporain, en matière de représentation bien évidemment, mais aussi de résistances, de créativité, d'influence, ou de passivité parfois face au poids des normes.

La question de l'affect est également fondamentale lorsque l'on aborde les communautés de fans, en particulier sur les problématiques des identités et des représentations fictionnelles. Lawrence Grossberg souligne l'importance des affects qu'il envisage en termes d'intensité et comme étant liés à l'identité du fan ou des fans (Grossberg, 1992). Matt Hills, de son côté, propose d'analyser les communautés comme des espaces affectifs. Il envisage cependant la relation au texte et fait l'impasse sur les relations affectives possibles entre membres de la même communauté. Or, ces relations interpersonnelles entre fans engendrent le sentiment d'appartenance et permettent de construire un lieu protégé où les identités se révèlent. Nicole Lamerichs propose quant à elle la notion de « processus affectif » : « des expériences émotionnelles qui peuvent conduire à l'engagement dans un monde à travers lequel nous construisons notre identité » (Lamerichs, 2018, 208). L'idée de processus, plutôt que celle d'espace ou de pratiques, est ici importante car cela implique des dynamiques dans la relation des fans à la fiction.

De plus, les cultures fan sont des cultures des sentiments, ce que Louisa Stein nomme *feels culture*. Elle précise : « dans la culture des sentiments, les émotions restent intimes mais ne sont plus nécessairement privées ; au contraire, elles construisent un collectif intime, qui est précisément rassemblé par le processus d'une émotion partagée » (Stein, 2015, 156). Dans notre analyse des réactions-actions des fans à un processus spécifique, il nous semble essentiel de lier sentiments et affects. Les affects s'attachent à se concentrer sur les comportements, discours, contenus et signes (Allard et al., 2017).

La relation affective que les fans entretiennent avec les textes médiatiques façonne donc le collectif de la communauté et crée des allers-retours entre l'identité du fan et la construction partagée de la communauté. Dans les enquêtes que nous avons menées précédemment (Bourdaa, 2012, 2017), les fans interrogés mettaient en avant l'intérêt pour le texte médiatique comme point de départ de leur appartenance à la communauté. Dans les questions d'engagement activiste dont il est question dans cet article autour des représentations, ces affects construisent un sentiment d'appartenance extrêmement fort qui façonne l'identité sociale du fan et de la communauté.

## 2. Méthodologie d'ethnofan : collecter et aspirer les données

La méthode de recueil de données autour des fans est un enjeu important, d'autant plus qu'il est à noter un manque évident d'articles scientifiques consacrés à ces questions (Evans et Stasi, 2014). Les travaux fondateurs de Henry Jenkins et Camille Bacon-Smith en 1992 envisageaient des méthodologies différentes : une posture à l'intérieur de la communauté (*aca-fan*) ou une posture de surplomb, le chercheur ne participant pas à la communauté étudiée. Bien entendu, les enjeux ont évolué et les chercheurs ont dû s'adapter aux pratiques numériques de fans et se déplacer sur Internet aujourd'hui. Désormais, les fans se rassemblent dans des communautés en ligne ce qui a pour conséquence de briser des frontières spatiales, géographiques et temporelles assez importantes pour créer des communautés mondiales de façon quasi instantanée et impose au chercheur un repositionnement de ses méthodes et de sa démarche.

Nous proposons, dans le contexte de cet article, une démarche d'ethnofan, qui postule que nous nous immergeons dans les communautés étudiées, connaissons parfaitement leurs pratiques médiatiques, leur langage, leurs rites pour pouvoir capter et recueillir les créations de fans qui semblent pertinentes à l'analyse (Bourdaa, 2017). Nous n'avons cependant pas d'activités de créations spécifiques au sein de ces deux communautés de fans. Nous avons intégré la communauté des fans des deux séries en suivant les débats, discussions et conversations sur les plateformes numériques Twitter, Tumblr, et DeviantArt.

Nous avons commencé par utiliser les hashtags officiels puis par effet d'éentonnoir, nous avons découvert ceux dédiés aux couples qui nous intéressent ici : #clexa, #Lexkru, #clarke & Lexa pour *The 100*, et #wayhaught #waverly and Nicole pour *Wynonna Earp*. Ce filtrage nous a permis d'aspirer et d'archiver les tweets, les messages Tumblr et les dessins DeviantArt sur une période de deux mois pour *The 100* (entre la diffusion de l'épisode polémique en mars 2016 et la fin de la saison 3 en mai 2016) et sur une période de trois mois pour *Wynonna Earp* (juste avant le début de la saison 3 en septembre 2018 et la mi-saison en décembre 2018).

De plus, nous avons fait circuler sur les réseaux sociaux un questionnaire en ligne auprès des fans de la série *Wynonna Earp*. Ce questionnaire avait pour objectif de comprendre pourquoi les fans intégraient la communauté et ce qui les intéressait principalement dans la série. Il se divisait en quatre parties : la découverte et l'attrait de la série, l'engagement dans le *fandom*, les activités de création et les relations avec l'équipe. Nous avons obtenu 263 réponses. Puis, nous avons mené des entretiens par échange de mails avec des fans qui avaient des activités spécifiques dans le *fandom* : Bonnie Ferrar et Kevin Bacheldar, créateurs du podcast *Tales of the Black Badge*, Bridget Lizewski, rédactrice du site *TV Junkie*, fan de la série, et initiatrice des campagnes de levée de fonds.

### 3.

## *The 100* : queerbaiting vs. lobbying

Le concept de « *queerbaiting* » est un terme inventé par les fans pour souligner la stratégie utilisée par les sociétés de production et les *showrunners* qui suggèrent un sous-texte homosexuel dans une fiction télévisuelle, même si cette relation n'est pas explicite. Judith Fathallah définit le « *queerbaiting* » comme :

« une stratégie par laquelle les scénaristes et les chaînes tentent d'attirer l'attention des spectateurs queer via des allusions, des blagues, des gestes et du symbolisme suggérant une relation particulière entre deux personnages, puis niant catégoriquement cette possibilité. Le déni et la moquerie rétablissent alors un récit hétéronormatif qui ne risque pas d'offenser les téléspectateurs traditionnels au détriment des fans *queer* » (Fathallah, 2015, 491).

À l'ère des médias sociaux, ce phénomène qui fait appel à une base de fans lesbienne ou gay, peut avoir des conséquences désastreuses (perte de téléspectateurs et, par extension, de publicité pour la série) en termes de marketing et relations publiques pour la chaîne et/ou le *showrunner* et en termes d'impact émotionnel pour les fans.

*The 100* est une série post-apocalyptique, dans laquelle de jeunes gens condamnés à la prison sont envoyés sur Terre pour vérifier si celle-ci est de

nouveau habitable après avoir subi une attaque nucléaire. La production et le *showrunner* de la série, Jason Rothenberg, ont eu recours au *queerbaiting* en s'adressant délibérément aux fans du couple Clarke et Lexa et en leur faisant miroiter un avenir commun pour les deux personnages. Les informations étaient soigneusement distillées sur les réseaux sociaux, terrain de jeu des fans, avec l'utilisation du hashtag #Clexa, signifiant que Jason Rothenberg connaissait très bien le langage des fans et savait pertinemment à qui il s'adressait pour faire la promotion de sa série. De plus, les scénaristes auraient infiltré des groupes de discussions de fans pour orienter les débats autour des deux personnages, selon le site Internet *LGBT fans deserve better*. Du point de vue narratif et dans la représentation visuelle, les fans se sont légitimement senties trahies par la mort du personnage de Lexa et, plus important encore, par la façon dont elle meurt. Elle est touchée par une balle perdue tirée par sa figure paternelle, juste après avoir couché avec Clarke pour la première fois. Les deux scènes sont montées l'une après l'autre, renforçant ainsi le contraste entre une scène de bonheur (elles font l'amour) et une scène de totale détresse (Lexa meurt dans les bras de Clarke). Ces deux scènes étaient coupées par une pause publicitaire, laissant les publics sur une note positive avant de les confronter au drame.

Il y a en réalité eu, comme le note Myles McNutt (2018), une rupture dans le contrat social établi entre les fans et les producteurs et *showrunners* : les fans participaient à la promotion de la série dans leurs réseaux en partageant des contenus officiels et non-officiels, et en contrepartie les producteurs et *showrunners* avaient une certaine responsabilité quant à la représentation fictionnelle. Pour contrer cette rupture dans le contrat social, les fans se sont rassemblées dans leur communauté en ligne et ont décidé d'agir de façon positive de plusieurs manières. Tout d'abord, elles se sont organisées sur les réseaux sociaux – en particulier Twitter – pour créer des hashtags afin de rendre leur action visible et mondiale. L'utilisation des réseaux sociaux pour lancer l'action semblait logique car la plupart des fans étaient déjà actives sur Twitter et participaient à la promotion de la série sur ce réseau social. Les fans se sont donc appuyées sur leur compétence numérique et sur les réseaux qu'elles utilisaient au préalable.

À partir de l'épisode 9, chaque jeudi, le jour de diffusion de la série sur la chaîne<sup>1</sup>, les fans ont créé un nouvel hashtag significatif pour accentuer leur action. L'organisatrice de ce mouvement (@Clexa\_Asia) a partagé des instructions extrêmement précises en ligne ainsi qu'un guide à destination de la communauté des fans, à suivre pour s'assurer que les actions étaient liées entre elles afin de renforcer leur impact. Elle a fourni des informations spécifiques sur les périodes temporelles pour poster les tweets étant donné que le mouvement était mondial et a demandé aux fans de programmer des tweets sur

1 La grille de programmation de la chaîne a changé pour la saison 2018 et la série est désormais programmée le mercredi soir après *Riverdale*.



tweetdeck, un logiciel gratuit en ligne qui permet de gérer ses comptes Twitter, pour synchroniser le mouvement. Elle a également spécifié les mentions que les fans devaient utiliser dans le tweet pour alerter des personnes influentes, expliqué que les images ou gifs aideraient à rendre plus visuelle l'action et que le profil des usagers devait être public pour un meilleur partage, une meilleure diffusion et circulation des contenus. Les deux plateformes principales utilisées par les fans ont été Twitter et Tumblr, deux réseaux sociaux pour lesquels le visuel (sous forme de photos, vidéo ou gifs) est important. Ce qui est intéressant avec Tumblr c'est son ergonomie et ses fonctionnalités qui construisent une apparence d'anarchie dans les communautés de fans tout en permettant la visibilité de sous-communautés par des phénomènes de circulation des contenus. De plus :

« Tumblr est une plateforme qui est intensément visuelle, favorisant l'éclosion de nouvelles pratiques de fans (particulièrement en ce qui concerne les gifs). L'utilisation d'images a également brisé les frontières linguistiques/textuelles permettant l'intégration de communautés de fans en ligne, comme par exemple une présence plus importante de fans transnationaux » (Morimoto et Stein, 2018).

Les fans ont utilisé les potentialités visuelles des réseaux pour faire connaître leur action et pour amplifier le mouvement en jouant sur l'effet caisse de résonance des réseaux et les facilités de circulation des messages par retweets ou reblogs.

Pour cela, elles ont utilisé trois méthodes spécifiques. Tout d'abord, elles ont posté des vidéos se centrant sur la relation entre Clarke et Lexa en compilant les moments phares du couple, pour lui construire une histoire, un ancrage sur un temps long et ainsi créer une sorte de légitimité au couple. Elles ont également monté des bandes-annonces pour des *spin-off* imaginaires mettant en scène les deux personnages afin de continuer à les faire vivre au-delà du canon de la série. Par exemple, elles élaborent des moodboards avec des photos qui imaginent Lexa et Clarke ensemble dans un New York contemporain. Ces mises en scène et en image d'un univers alternatif (AU) conservent les traces de l'histoire du couple dans un temps long. Elles ont ensuite fabriqué des memes ou des gifs, des images recontextualisées avec un texte pointant leur sentiment de trahison. Les fans ont également édité un livre papier des fanarts et montages d'images les plus emblématiques du couple pour célébrer les deux personnages. Enfin, les fans ont compilé des photos d'autres personnages lesbiens morts dans différentes séries afin de montrer que la mort de Lexa participait au phénomène « *bury your gays* » (BYG), expression dénonçant l'hécatombe de personnages homosexuels dans les séries, comme nous l'évoquons en introduction. Cette stratégie leur a permis de mettre en lumière et en visibilité le traitement de ces personnages dans les séries en soulignant sa répétition et son ancienneté.

Pour *The 100*, les fans du couple Clarke et Lexa ont transformé leur frustration, leur colère et leur déception face à la mort de Lexa en un lobbying social et politique positif afin de souligner à quel point les problématiques de représentation et d'identité sont importantes dans les fictions. À travers leurs actions de mise en visibilité sur les réseaux sociaux, elles ont montré que les représentations fictionnelles avaient un impact, elles ont prouvé que les fans avaient la capacité de s'organiser pour rendre visible une cause en faisant circuler des contenus dans leur communauté et dans la sphère publique. Ces actions leur ont permis de lever des fonds pour une association, *The Trevor Project*, qui aide de jeunes gens LGBTQ+ qui ont tenté de se suicider. La narration vient alors jouer comme levier d'engagement, les images officielles ou transformées et manipulées par les fans opérant comme des agents de la visibilité.

#### 4. *Wynonna Earp* : sentiment d'appartenance et activisme

Notre seconde étude de cas est centrée sur *Wynonna Earp*, série de genre, qui allie western et fantastique. Elle met en scène Wynonna Earp, descendante du célèbre Wyatt Earp, aux prises avec des revenants, des démons qui ont juré la perte de la famille Earp. En tant qu'héritière et élue, elle seule peut les éliminer et les renvoyer en enfer grâce à un pistolet appelé *Peacemaker*. Cette série est diffusée sur la chaîne du câble Syfy et est une adaptation par Emily Andras du *comic book* de Beau Smith pour l'éditeur IDW. Comme le soulignait Maureen Ryan dans un article paru dans le *New York Times* la veille de la diffusion du premier épisode de la saison 3, « *Wynonna Earp* est la preuve qu'une histoire différente, des fans passionnés, et une équipe créative qui respecte et entretient cet enthousiasme peuvent aider une série à se développer dans un paysage télévisuel cruel même avec les séries les plus acclamées par la critique<sup>2</sup> ». La communauté des fans de la série, les *Earpers*, constitue un collectif qui porte une identité commune qui se donne à voir à travers le choix de leur profil numérique et le choix des actions qu'ils mènent, inspirées par la narration et/ou les personnages de la série. L'« identité déclarative » (Georges, 2009) que se donnent les *Earpers* est renforcée la plupart du temps par une identité visuelle et graphique, qui passe par le choix de la photographie de profil et/ou par le choix de la bannière qui présente alors des images de la série ou des équipes de la série. Ainsi, un « design de la visibilité » (Cardon, 2008) fonctionne comme une injonction auprès des fans qui, grâce à leur présentation numérique et leur représentation de soi, se déclarent comme appartenant à

2 Ryan M., « A cult's show recipe for success : whiskey, twitter and complex women », *New York Times*, 6 juillet 2018. <https://www.nytimes.com/2018/07/06/arts/television/wynonna-earp-syfy.html> (consulté le 4 septembre 2018).

une communauté. Cette identité numérique favorise une réécriture de soi, et une réécriture de sa biographie. Mais surtout, la présentation de soi en ligne repose sur plusieurs aspects qui croisent biographie classique ou fantasmée ici et contenus numériques. La projection identitaire qui marque un élément de l'identité affective du fan est marquée par le choix du nom. Le contenu numérique permet quant à lui d'étoffer, de renforcer l'identité numérique que se construit le fan.

Pour les fans, il y a trois façons d'utiliser les contenus numériques sous forme de photographies et d'images collectées, empruntées, détournées. Les fans postent à la place de leur propre photographie une image des personnages de la série ou des actrices, pour renforcer leur identité de fan et leur intégration dans la communauté. Se construit alors une identité fantasmée, dans laquelle le fan s'identifie au personnage qui s'incarne dans la présentation de soi sur le réseau social. Les fans peuvent aussi poster une photographie d'eux entourés des actrices et/ou équipe de la série qu'ils ont prise lors d'une convention. Ici, se joue une idée de position privilégiée dans la communauté : j'en suis et d'autant plus que j'ai pu interagir « pour de vrai » avec les équipes. Enfin, les fans peuvent poster une photographie de la série (qui est souvent déployée en bannière), la manière finalement la plus neutre de présenter son engagement dans la communauté mais qui montre combien la série est importante pour la personne. L'exemple de lobbying que nous avons développé précédemment, autour de la série *The 100*, émanait d'un sentiment d'injustice de la part des fans qui s'étaient senties trahies par le *showrunner* et ses actions de *queerbaiting*. Pour *Wynonna Earp*, c'est au contraire la représentation positive du couple formé par Waverly et Nicole qui va inciter les fans à mener des actions sociales et politiques.

Dans le questionnaire en ligne que nous avons proposé aux fans de la série<sup>3</sup>, nous avons posé une question sur la représentation qui se donne à voir dans la série. L'objectif était de comprendre l'importance de la série dans le contexte de résurgence du trope « *bury your gays* » à la télévision américaine mais également dans le contexte politique et social nord-américain. La totalité des réponses que nous avons reçues mettent en avant la représentation positive des minorités sexuelles LGBTQ+ dans la série. Les fans montrent dans leurs réponses qu'elles connaissent le contexte culturel de la représentation des personnages LGBTQ dans les séries et qu'elles ont probablement été victimes d'un *queerbaiting* de la part d'une équipe d'une autre série. La répondante 64 confirme : « La série souligne des aspects qui sont sous-représentés mais qui

3 Les réponses sont disponibles ici <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1GtGnKjHrw21BLnv3AG6f6OYvVJxZfHWRkqxDFKTYoZA/edit#gid=1016591854>.

sont importants, particulièrement pour la communauté LGBTQ. En ne tuant pas Nicole par balle, la série prouve que le Trope BYG n'a plus lieu d'être<sup>4</sup> ».

Cette représentation positive que les fans mettent en avant souvent en comparaison à d'autres expériences négatives, touche à l'identité même de certains membres de la communauté. Selon eux, les personnages sont bien écrits car ils vivent les mêmes choses qu'eux et livrent les mêmes combats. De plus, à la lecture des réponses, il apparaît que la communauté des fans de la série est composée de jeunes fans et de fans plus âgées qui se rassemblent autour de questions de représentation et d'identité individuelle et commune. Les fans plus âgées apprécient également le fait que la série aide les plus jeunes, là où elles n'ont pas eu de représentation positive pour les accompagner dans leur découverte d'identité<sup>5</sup>. Par exemple, la répondante 42 nous explique : « Cela aide de se voir représentées de façon positive et de voir un monde où l'orientation sexuelle n'est pas un problème. Comme cela devrait être dans la vraie vie en fait ». Les fans louent le fait que la représentation du couple Waverly Earp-Nicole Haught est réaliste, car elles le mettent en miroir de ce qu'elles vivent dans leur vie et dans leur identité parce que les fans « méritent de voir sur leurs écrans des personnages qui nous ressemblent. C'est une des façons de créer un monde qui accepte plus les différences » (répondant 226). La répondante 162 confirme : « J'ai seulement 15 ans et la série a fait plus pour moi que n'importe quelle autre série que j'ai regardée. Sans la représentation dans la série, je n'aurais pas eu le courage de faire mon coming out à mes amis. Et maintenant je pense faire mon coming out à mes parents grâce à Waverly. Ils montrent à la communauté LGBTQ que nous n'avons pas à avoir honte de qui nous sommes, que c'est ok d'être qui nous sommes, que nous sommes beaux ».

Pour soutenir cette représentation positive d'un couple LGBTQ, les fans ont décidé de mener à bien des actions politiques et de s'organiser pour soutenir des causes caritatives. À l'initiative de trois fans (Bridget, Kevin et Bonnie), la communauté *Wynonna Earp* a lancé une levée de fonds pour venir en aide à l'association *Gay and Lesbian Alliance Against Diffamation* (GLAAD) afin de lutter contre le harcèlement des jeunes gens LGBTQ. Cette campagne avait lieu pour

4 Dans le dernier épisode de la saison 1, Nicole Haught est touchée par une balle en plein cœur. Les fans ont craint une nouvelle mort d'un personnage LGBTQ mais la scène suivante montre Nicole dans les bras de Waverly, sonnée mais bien vivante, protégée par son gilet pare-balles.

5 Autres exemples de verbatim : « En tant que femme queer qui ne l'a réalisé qu'à 20 ans, voir le parcours de Waverly et l'amour que Nicole lui porte est très important pour moi. La façon dont les traumatismes sont traités entre les personnages est également très importante. La petite fille que j'étais avait besoin de modèles comme Waverly, Nicole et Wynonna et je suis reconnaissante qu'elles existent » (137) ; « Je fais partie de ces personnes gays plus vieilles dont Kat a parlé plus tôt dans l'année. J'avais très peu de représentation quand j'ai découvert que j'étais gay. Je lisais de la littérature gay et j'écoutais de la musique de femmes dans les années 80. Mon icône gay était Martina Navratilova. WE m'a aidée à trouver ma tribu, pour ainsi dire, et me sentir soutenue dans mon identité » (144).

le *Spirit Day*, une journée de soutien qui est consacrée à ces problématiques sociales et sociétales. Cette journée annuelle de sensibilisation a été créée en 2010 suite à une vague de suicides très médiatisés de jeunes personnes LGBTQ. C'est donc un sujet social et politique qui touche particulièrement les fans de la série qui, pour la plupart, font partie de la communauté LGBTQ. Comme l'expliquent les organisateurs du mouvement au sein du *fandom* : « Nous avons lancé la campagne *Spirit Day* 2017 pour GLAAD afin d'utiliser le pouvoir de la communauté pour une bonne cause [...]. L'inclusion et la bienveillance sont deux des valeurs de la communauté *Earpers*, et étant donné que plusieurs fans de *Wynonna Earp* appartiennent à la communauté LGBTQ, nous avons choisi cette campagne *Spirit Day* dans l'espoir de lever des fonds pour une cause à laquelle nous pouvons nous identifier<sup>6</sup> ». Cette campagne activiste a été une initiative construite sur le moment, en capitalisant sur l'opportunité que présentait la journée *Spirit Day* et sa signification pour la communauté des *Earpers*. Selon Bridget Liszewski, l'organisation de la campagne s'est faite rapidement dans la communauté : « Quand nous avons lancé la campagne, nous avons simplement utilisé Twitter pour en faire la promotion et dire aux autres de partager et faire circuler l'information même s'ils ne pouvaient pas donner de l'argent<sup>7</sup> ». Une fois de plus, la mise en place de l'action, sa promotion et le recrutement passent par les réseaux sociaux, et en particulier par Twitter, réseau le plus utilisé par les *Earpers*. Cette campagne de levée de fonds en appelle aux valeurs des fans qui puisent leur inspiration dans les personnages de la série. Ici, clairement, la fiction sert de levier d'engagement et va jouer comme un moteur à l'action civique des fans qui se reconnaissent à la fois dans la représentation positive véhiculée par la série et dans la cause qu'ils décident de défendre.

## 5.

### Les représentations fictionnelles : levier d'engagement pour les fans

Les représentations fictionnelles et les images véhiculées par les séries télévisées agissent comme des leviers d'engagement pour les fans, entraînant une dynamique de lobbying ou d'activisme social et politique. Les contextes dans lesquels s'inscrivent ces représentations et ces actions peuvent varier : un

6 Lane C., « Wynonna Earp fans raise over 12000 dollars for GLAAD Spirit Day Campaign », *SyFy Wire*, 25 octobre 2017. <https://www.syfy.com/syfywire/wynonna-earp-fans-raise-over-12k-for-glaad-spirit-day-campaign> (consulté le 18 septembre 2018). « We started the Spirit Day 2017 campaign for GLAAD as a way to use the power of fandom for good. Inclusivity and kindness are some of the core Earper values, and given that many *Wynonna Earp* fans are also a part of the LGBTQ community, we undertook this Spirit Day Campaign hoping to raise of few dollars for a cause many could relate to ».

7 Bourdaa, correspondance personnelle par e-mail, 2018.

contexte industriel, un contexte narratif, un contexte de relations publiques et d'interactions entre fans et équipes de production. Quel que soit ce contexte, les fans se saisissent des représentations visuelles pour donner à voir leur identité (souvent en lien avec les personnages) et donner à voir leurs actions par des formes de lobbying social et visuel. Les fans utilisent les images ou les transforment pour rendre visible leur engagement mais également pour rendre visibles des représentations qui font défaut ou qui ne sont pas assez nombreuses. L'image et le visuel deviennent alors des instruments de l'agentivité des fans en matière de représentation fictionnelle, de leur impact dans la société et de leur rapport aux identités sexuelles.

## Bibliographie

Booth P., Bennett L. (2016). *Seeing Fans. Representations of Fandom in Media and Popular Culture*, New York, Bloomsbury.

Bourdaa M. (2012). « Taking a break from all your worries: Battlestar Galactica et les Nouvelles pratiques télévisuelles des fans ». In *Questions de Communication*, n° 22, p. 235-250.

Bourdaa M. (2017). « Ici je suis moi-même : appartenance, littératie et genre dans les communautés de fans de *The Flash* et *Arrow* ». In *Revue de Recherche en Littérature médiatique multimodale*, vol. 4. Disponible sur <https://www.erudit.org/fr/revues/rechercheslmm/2016-v4-rechercheslmm03729/1046991ar/> (page consultée le 23 mars 2020).

Bourdaa M. (2018). « Les Earpers, une communauté active et activiste », billet publié le 18 octobre 2020. Disponible sur <https://fandoms.hypotheses.org/60>.

Chalvon-Demersay S. (1996). « Une société élective : scénarios pour un monde de relations choisies ». In *Terrain*, n° 27, p. 81-100.

Caïra O. (2011). *Définir la fiction. Du roman au jeu d'échecs*, Paris, Éditions de l'EHESS.

Cardon D. (2008). « Le design de la visibilité : un essai de cartographie du web 2.0 ». In *Réseaux*, n° 152, p. 93-137.

Evans A., Stasi M. (2014). « Desperately seeking methodology: New directions in fan studies research ». In *Participations : Journal of Audience and Reception Studies*, vol. 11, n° 2, p. 4-23.

Fathallah J. (2015). « Moriarty's Ghosts. Or the queer disruption of the BBC's *Sherlock* ». In *Television and New Media*, vol. 16, n° 5, p. 490-500.

Georges F. (2009). « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 ». In *Réseaux*, vol. 2, n° 154, p. 165-193.

Glévarec H. (2012). *La sériophilie. Sociologie d'un attachement culturel*, Paris, éditions Ellipses.

Grossberg L. (1992). « Is there a fan in the House ? The affective sensibility of Fandom ». In Lewis L. A. (dir.), *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, Londres, Routledge.

Lamerichs N. (2018). *Productive Fandom. Intermediality and Affective Reception in Fan Cultures*, Amsterdam, Amsterdam University Press.

Le Crosnier H. (2017). « Préface ». In Jenkins H., Ito M., boyd danah, *Culture Participative. Une conversation sur la jeunesse et l'éducation et l'action dans un monde connecté*, Caen, C&F Éditions, p. 6-21.

Macé E. (2007). « Des minorités visibles aux néostéréotypes. Les enjeux des régimes de monstration télévisuelle des différences ethno-

raciales ». In *Journal des anthropologues*, Hors-Séries, p. 69-87.

McNutt M. (2018). « *The 100* and the social contract of social TV ». In *Transformative Works and Culture*, n° 26. Disponible sur <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/1297/919> (page consultée le 12 mai 2018).

Morimoto L., Stein L. (2018). « Editorial. Tumblr and Fandom ». In *Transformative Works and Cultures*, n° 27. Disponible sur <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/1580/1826> (page consultée le 12 mai 2018).

Stein L. (2015). *Millennial Fandom: Television Audiences in the Transmedia Age*, Iowa City, University Press of Iowa.



