
« #Clexa love is not a fight » : queerbaiting, pratiques toxiques et activisme dans la communauté des fans de #Clexa

"#Clexa love is not a fight": Queerbaiting, Toxic Practices and Activism in the #Clexa Fans Community

"#Clexa el amor no es una pelea": reclamo LGBT, prácticas tóxicas y activismo en la comunidad de fans de #Clexa

Mélanie BOURDAA



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/ticetsociete/6134>

DOI : 10.4000/ticetsociete.6134

Éditeur

Association ARTIC

Édition imprimée

Pagination : 209-227

Référence électronique

Mélanie BOURDAA, « #Clexa love is not a fight » : queerbaiting, pratiques toxiques et activisme dans la communauté des fans de #Clexa », *tic&société* [En ligne], Vol. 15, N° 1 | 1er semestre 2021 | 2021, mis en ligne le 20 mai 2021, consulté le 22 mai 2021. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/6134> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.6134>

Bourdaa Mélanie

**« #Clexa love is not a fight » : queerbaiting,
pratiques toxiques et activisme dans la
communauté des fans de #Clexa**

Mélanie BOURDAA

melaniebourdaa@yahoo.fr

« #Clexa love is not a fight » : queerbaiting, pratiques toxiques et activisme dans la communauté des fans de #Clexa

« #Clexa love is not a fight » : queerbaiting, pratiques toxiques et activisme dans la communauté des fans de #Clexa

Biographie

Mélanie Bourdaa est Maitresse de Conférences HDR en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université de Bordeaux Montaigne, et chercheuse au laboratoire MICA. Elle analyse la réception des séries télévisées américaines contemporaines par les fans, et les stratégies de productions (*Transmedia Storytelling*).

Elle a piloté le cours en ligne ouvert à tous « Comprendre le Transmedia Storytelling » hébergé sur la plateforme FUN (1^{re} session janvier-mars 2014/2^e session janvier-mars 2015).

Elle dirige le programme MediaNum (valorisation du patrimoine par le *Transmedia Storytelling*) financé par la Région Aquitaine, la DRAC et le Ministère de la Culture. <http://medianum.tumblr.com/>. Elle codirige le Design et Media Lab.

Résumé : Cet article propose d'analyser comment la relation des fans avec les textes, mais également avec les équipes de production, peut influencer la communauté des fans elle-même et les inciter à mener des actions communes. Ces réactions/actions peuvent être négatives, un phénomène appelé *toxic fandom* qui entraîne des clivages dans la communauté. Néanmoins, elles peuvent également être positives, un phénomène d'activisme politique dans lequel les fans se servent de la fiction et de ses personnages comme levier d'engagement. Nous nous appuierons sur un cas spécifique : la mort d'un personnage dans la série post-apocalyptique *The 100* qui a provoqué de fortes réactions dans la communauté des fans de la série. Cette analyse sera l'occasion de revenir sur les contextes industriels et narratifs en définissant le *queerbaiting* et le trope narratif « Bury Your Gay ».

Mots clés : fans, affects, communautés, production

**“#Clexa love is not a fight”: queerbaiting,
toxic practices and activism in the
#Clexa fan community**

Abstract: This article analyzes how fans' relationships with media texts but also with production teams can impact the fan community and encourage fans to act collectively. These reactions - actions can be negative, a phenomenon called toxic fandom and cause ruptures in the community. But they can also be positive, producing political activism in which fans use fiction and characters as a call for engagement. We will draw on a specific case: the death of a character in the post-apocalyptic series *The 100* which caused strong reactions among the series' community of fans. This analysis will be an opportunity to return to industrial and narrative contexts by defining queerbaiting and the narrative trope "Bury Your Gay".

Keywords: fans, affects, production, fandoms

**« #Clexa love is not a fight » : reclamo LGTB,
prácticas tóxicas y activismo en la
comunidad de fans de #Clexa**

Resumen : Este artículo tiene como objetivo analizar el impacto de la relación de los fans con los textos y con los equipos de producción en la propia comunidad de fans; a la vez les anima a actuar juntos. Estas acciones-reacciones pueden ser negativas, un fenómeno llamado *toxic fandom* que causa divisiones en la comunidad. Pero también pueden ser positivas, un fenómeno de activismo político en el que los fans utilizan la ficción y los personajes como palanca para el compromiso. Se analiza un caso concreto: la muerte de un personaje de la serie post-apocalíptica *The 100* que provocó fuertes reacciones en la comunidad de fans de la serie. Este análisis permite considerar los contextos industriales y narrativos, definiendo el *queerbaiting* y el tropo narrativo "Bury Your Gay".

Palabras clave : fans, afectos, comunidades, producción.

« #Clexa love is not a fight » : queerbaiting, pratiques toxiques et activisme dans la communauté des fans de #Clexa

Les fans constituent un public spécifique qu'il est intéressant d'appréhender lorsque nous nous intéressons à la réception de contenus audiovisuels. Ce public particulier, expert et actif, se rassemble en communautés de pratiques (Wenger, 1998), dans lesquelles les membres échangent, partagent et créent des contenus originaux (*fan fictions*, *fan arts*, *vidding*, *cosplay*, par exemple). D'ailleurs, aujourd'hui, de plus en plus, « les pratiques d'une communauté (de fans) transpirent dans la culture de masse; les changements dans les technologies qui ont trait aux produits culturels ont rendu encore plus poreuse les frontières entre les pratiques de la culture fan » (Postigo, 2008, 71). Les pratiques des fans se métamorphosent alors en pratiques *mainstream* qui sont réutilisées par différents publics. David Peyron rappelle que, pour Jenkins, « la culture fan est un laboratoire de pratiques qui vont ensuite être intégrées par un plus large public » (Peyron, 2013, 68).

Les fans sont envisagés dans cet article comme des récepteurs actifs, experts, producteurs de sens et de contenus, pour lesquels la communauté en ligne qu'ils investissent s'apparente à une famille, à un lieu sécurisé. Ce havre de paix (Bourdaa, 2016) permet aux fans de se dévoiler et de construire ensemble des actions qui s'appuient sur la narration, ou sur les personnages.

Surtout, les cultures fans sont des cultures des sentiments, ce que Louisa Stein qualifie de *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).

La relation, intellectuelle ou émotionnelle, 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. De là découlait un

Bourdaa Mélanie

sentiment d'appartenance extrêmement fort qui construisait l'identité sociale du fan et de la communauté.

De plus, les fans qualifient leurs productions et créations de « labor of love », un travail enraciné dans leur amour pour le texte médiatique. En effet, les fans produisent des contenus dans leur communauté à partir d'un travail de relecture et d'interprétation du texte médiatique ou des personnages. Ce travail met en place un univers de références communes pour les fans qui s'en emparent pour exacerber leur créativité. Cela signifie donc que la relation étroite entretenue avec le texte médiatique favorise la production de contenus et d'actions.

Cet article propose d'analyser comment la relation des fans avec les textes et avec les équipes de production peut influencer la communauté et les inciter à mener des actions ensemble. Nous verrons que cela passe par la construction de processus émotionnels et affectifs basés sur un lien étroit avec la fiction ou les personnages pour les fans. C'est ce lien étroit qui va enclencher les réactions des fans face à des événements spécifiques. Ces réactions/actions peuvent être négatives, un phénomène appelé *toxic fandom* qui entraîne des clivages dans la communauté. Mais elles peuvent également être positives, enclenchant un phénomène d'activisme politique dans lequel les fans se servent de la fiction et des personnages comme levier d'engagement. Nous nous appuyons sur un cas spécifique : la mort d'un personnage dans la série post-apocalyptique *The 100* qui a provoqué de fortes réactions dans la communauté des fans de la série. Cette analyse sera l'occasion de revenir sur les contextes industriels et narratifs en définissant le *queerbaiting* et le trope narratif « Bury Your Gay ».

1. Contexte méthodologique

Les pratiques de fans ne sont pas nouvelles, et un petit panorama historique permet de comprendre que ces communautés ont toujours été actives, même avant l'arrivée des nouvelles technologies. Par exemple, Shakespeare a suscité les passions après sa mort et son village de naissance de Stratford-Upon-Avon a ouvert sa maison aux visites dès la première moitié du 18^e siècle. Les premières sociétés autour de l'œuvre d'Arthur Conan Doyle, *Sherlock Holmes*, ont été créées au début des années 1930, notamment aux États-Unis en 1934 avec la naissance de

« #Clexa love is not a fight » : queerbaiting, pratiques toxiques et activisme dans la communauté des fans de #Clexa

The Baker Street Irregulars, et à Londres la même année avec *The Sherlock Holmes Society*. Ces premiers rassemblements physiques de fans du détective soulignaient déjà l'importance d'une communauté pour cristalliser et affirmer sa passion et son intérêt pour une œuvre fictionnelle. En plus de discuter autour de l'intrigue ou des personnages, les fans créaient lors de ces rencontres des œuvres satellites, qui venaient enrichir l'univers imaginé par Conan Doyle : journaux, fanzines, *fan fictions*, pièces de théâtre. Naturellement, les exemples qui précèdent l'avènement des nouvelles technologies et d'Internet sont nombreux, des premières *fan fictions* liées aux œuvres de Jane Austen aux fans complétant les écrits de Charles Dickens, en passant par la création de fanzines et autres activités autour des œuvres de science-fiction dans les années 30.

Cependant, désormais, les fans se rassemblent dans des communautés en ligne, ce qui a pour conséquence de briser les frontières spatiales, géographiques et temporelles pour créer des communautés mondiales de façon quasi instantanée. Cette conséquence impose au chercheur un repositionnement de ses méthodes et de sa démarche. En effet, depuis les textes fondateurs de Jenkins et Bacon-Smith (1992), peu de chercheurs analysent les pratiques hors ligne. En réalité, l'accès à Internet et l'acculturation des publics aux technologies ont créé des opportunités de recherche, notamment en ce qui a trait à la constitution de corpus. De plus, les fans eux-mêmes se sont massivement rendus sur Internet, et les chercheurs les ont suivis (voir Baym, 1999; Jenkins, 2006; Ross, 2009; Booth, 2010).

Les nouvelles technologies et leur utilisation par les fans ont apporté un éclairage nouveau non seulement sur les pratiques des fans, mais aussi sur l'étude de ces « communautés sociales et spécialisées » (Ross, 2009). Internet, et plus généralement les nouvelles technologies, a façonné les pratiques, les activités et la créativité des fans de tout produit culturel, qu'il s'agisse d'une série télévisée, d'un film ou même d'une bande dessinée ou d'un roman graphique.

Compte tenu du nouvel environnement télévisuel, culturel et technologique favorisé par la convergence telle que décrite par Henry Jenkins, les chercheurs doivent développer de nouvelles méthodologies pour analyser les interactions au sein des communautés de fans ou les activités et créations partagées par les fans. Dès les débuts

Bourdaa Mélanie

des analyses sur les communautés de fans, deux postures méthodologiques se sont affrontées. La posture à l'intérieur de la communauté prônée par Henry Jenkins, avec la position de l'*aca-fan*, et la position de surplomb adoptée par Camille Bacon-Smith, qui ne faisait pas partie de la communauté qu'elle analysait, lui conférant ainsi un recul critique sur les pratiques.

Plutôt que de proposer une méthode à l'intérieur ou à l'extérieur de la communauté, nous envisageons la posture d'« ethno-fan » (Bourdaa, 2017), une posture hybride qui prend en compte le nouvel environnement médiatique des communautés de fans. Cette méthodologie renvoie au travail de l'ethnographe, immergé dans la communauté qu'il observe et étudie, tout en conservant l'aspect spécialiste, voire expert, du fan et la connaissance de ses pratiques sociales, technologiques et médiatiques. L'ethno-fan investit, propose et développe une nouvelle démarche de recherche qui entraîne des méthodologies adaptées au contexte et à l'objet : immersion dans la communauté, recueil et extraction des traces numériques et des travaux d'archivage des fans, navigation hypertexte.

Pour cet article, nous avons suivi la communauté des fans du couple Clarke et Lexa de la série *The 100*, en recueillant les messages publiés sur les comptes Twitter¹ à la fois des *showrunners*, producteurs et acteurs, et des fans eux-mêmes. Pendant deux mois, entre le 7 mars 2016 (jour de diffusion de l'épisode dans lequel Lexa meurt) et le 7 mai 2016 (diffusion de la fin de la saison 3), nous avons relevé les contenus et messages en utilisant le mot-clic créé par les fans pour désigner le couple #Clexa ce qui nous a permis de collecter des traces numériques. Nous regardons la série, mais nous ne participons pas aux activités des fans, sauf en commentant parfois notre visionnage de quelques épisodes avec le mot-clic #Clexa aux moments pertinents. Nous connaissons donc la narration et l'univers de la série, et nos déambulations numériques au sein de la communauté nous ont permis d'en saisir les codes, les rites, et les langages. Ainsi, en tant qu'ethno-fans conscients des spécificités de la communauté des fans de #Clexa, nous avons pu analyser les données en contexte. La quantité de ces données est un témoignage de la créativité du *fandom* et de leurs multiples activités dans la sphère publique. De plus, nous avons interviewé par échange de courriels les initiatrices du

¹ Grâce à la fonction de recherche avancée sur le réseau social qui permet de choisir un mot-clic spécifique et une temporalité (ici du 7 mars 2016 au 7 mai 2016).
[https://twitter.com/search?lang=fr&q=Clexa%20\(%23Clexa\)%20until%3A2016-05-07%20since%3A2016-03-07&src=typed_query](https://twitter.com/search?lang=fr&q=Clexa%20(%23Clexa)%20until%3A2016-05-07%20since%3A2016-03-07&src=typed_query)

« #Clexa love is not a fight » : queerbaiting, pratiques toxiques et activisme dans la communauté des fans de #Clexa

mouvement « *We Deserved Better* », mouvement qui a lancé l'activisme des fans.

2. Queerbaiting, une pratique aux conséquences dévastatrices

Le *queerbaiting*, une pratique qui consiste à cibler les fans LGBTQ pour promouvoir une série, tire ses origines du contexte industriel hollywoodien. En effet, la production cinématique hollywoodienne a, des années 30 aux années 60, été régie par un code de censure, le *Hays Code*, qui stipulait entre autres que les « perversions sexuelles » ne devaient pas être montrées à l'écran pour ne pas porter atteinte à la morale des spectateurs. Ce code a contribué à rendre invisibles les relations homosexuelles à l'écran, ou du moins à les rendre implicites par des jeux de double langage. Aujourd'hui, le code n'est plus en vigueur, mais des pratiques subsistent pour mettre en valeur une certaine hétéronormativité dans les fictions à travers le phénomène du *queerbaiting* et du trope *Bury Your Gays* (ou *Dead Lesbian Syndrome*). En effet, le *queerbaiting* tend à éliminer, ou du moins à atténuer, les narrations, arcs narratifs et personnages homosexuel(le)s en les reléguant au *sous-texte*. De plus, ces actions sont souvent couplées à des problèmes de relations publiques et d'interactions avec les publics LGBTQ. En effet, d'un côté, les producteurs leur font miroiter la perspective d'une représentation positive (*queerbaiting*), et de l'autre, ils balayent d'un revers de la main cette même représentation avec le trope *Bury Your Gays* (BYG). Ce trope consiste à faire mourir un personnage LGBTQ pour faire avancer l'arc narratif d'un autre personnage, hétérosexuel la plupart du temps. Ce n'est pas tant le fait de tuer des personnages LGBTQ qui pose problème, mais plutôt les contextes scénaristiques et le peu de représentations positives à l'écran. L'année 2016-2017 (année de diffusion de la troisième saison de *The 100*) a été particulièrement dévastatrice de ce point de vue, voyant la mort de nombreux personnages lesbiens, et entretenant de fait l'existence et l'importance du trope².

À l'ère des médias sociaux, le *queerbaiting*, qui fait appel à une base de fans LGBTQ, peut avoir des conséquences désastreuses (perte de téléspectateurs

² Outre Lexa dans *The 100* qui va nous intéresser ici, nous pouvons recenser : Denise (*The Walking Dead*), Poussey (*Orange is the New Black*), Shoot (*Person of Interest*), Marie-Louise et Nora (*The Vampire Diaries*) par exemple.

Bourdaa Mélanie

et, par extension, de publicité pour la série), en termes de marketing et relations publiques pour la chaîne ou le *showrunner*, et en termes d'impact émotionnel pour les fans. Selon Joseph Brennan, le concept de *queerbaiting* est un terme qui a été inventé par les fans pour souligner la stratégie narrative utilisée par les sociétés de production et les *showrunners* qui suggèrent un sous-texte homosexuel dans une fiction télévisuelle afin d'appâter un public LGBTQ, même si cette relation n'est pas officielle ou officialisée dans la fiction. 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).

Ainsi, le contrat implicite qui s'établit entre la production et les publics peut mener à des controverses et à de fortes tensions. La chaîne The CW a utilisé ces stratégies scénaristiques spécifiques pour promouvoir *Riverdale* (2016-) lorsqu'ils ont basé la promotion de la série sur un baiser entre les meilleures amies Veronica et Betty dans les bandes-annonces. Cela relevait de la pure stratégie promotionnelle, car les producteurs savaient pertinemment que les deux personnages n'allaient jamais se retrouver dans une relation amoureuse à l'écran. Les producteurs de la série *Rizzoli and Isles* ont aussi abusé de ce procédé lorsqu'ils ont constaté qu'une partie de leur public lesbien imaginait les deux personnages principaux féminins dans une relation homosexuelle, notamment au travers de l'écriture de *fan fictions* ou de recontextualisations à l'aide de *GIFs* sur Tumblr. Les allusions (dans les affiches de promotion, les bandes-annonces ou les épisodes) étaient délibérées de la part des producteurs, scénaristes et actrices, pour attirer leur base de fans lesbiennes. Dans ce contexte, les producteurs cherchent à s'assurer le soutien d'une base de fans lesbienne parce qu'ils sont conscients qu'il s'agit d'une communauté particulièrement active sur les réseaux sociaux. Cette communauté en manque de représentation dans les fictions se retrouve en ligne pour constituer des groupes actifs et productifs, qui rendent visibles grâce à leurs créations les personnages

« #Clexa love is not a fight » : queerbaiting, pratiques toxiques et activisme dans la communauté des fans de #Clexa

ou les couples qui leur tiennent à cœur. De plus, les fans produisent des contenus dans leurs communautés qui pourraient aider à promouvoir la série, par des phénomènes de circulation dans les communautés et dans la sphère publique (Jenkins *et al.*, 2013).

3. Queerbaiting, BYG et réactions de fans : le cas de *The 100*

La mort du Commandant Lexa, un personnage également connu sous le nom de Heda, dans le 7^e épisode de la saison 3 de *The 100* sur la chaîne américaine The CW, a provoqué une réaction brutale des fans et a permis de soulever des questions de représentation des personnages LGBTQ dans les fictions sérielles contemporaines. L'équipe de production le *showrunner* et ses assistants ont délibérément laissé croire à leur *fanbase*, par une stratégie de communication sur les réseaux sociaux, que Lexa était un personnage central de la saison 3 et qu'elle était en sécurité, au moins pour une saison de plus. Les fans se sont sentis trahies, car Lexa était un modèle de représentation positive pour les téléspectateurs LGBTQ, dans un paysage télévisuel, qui même s'il s'améliore quantitativement³, est encore frileux à donner les premiers rôles à des personnages LGBTQ. Cette étude du cas de *The 100* permet de mettre en exergue une stratégie de *queerbaiting*, mais également le trope *Bury Your Gays*. En effet, le montage des scènes a renforcé l'effet de trahison, de colère et de peine des fans lesbiennes, comme en attestent les nombreuses publications partagées sur les réseaux sociaux. Lexa est tuée par une balle perdue, tirée par sa figure paternelle, et destinée à sa petite amie Clarke. De plus, cette scène intervient immédiatement après une scène dans laquelle Lexa et Clarke font l'amour pour la première fois, accentuant le choc des fans par l'enchaînement d'une scène de bonheur pour les deux personnages et d'une scène de violence mortelle (entrecoupées d'une interruption publicitaire lors de la diffusion américaine). La brutalité de la scène efface littéralement un personnage lesbien qui avait pourtant été mis en avant par les producteurs. De plus, cet enchaînement de scènes est non seulement

³ Des statistiques sont disponibles par exemple ici <https://www.autostraddle.com/all-65-dead-lesbian-and-bisexual-characters-on-tv-and-how-they-died-312315/> (consulté le 10 mars 2021)

Bourdaa Mélanie

problématique d'un point de vue narratif, mais également éthique : ces scènes semblent dire que l'acceptation de l'homosexualité et du bonheur qui peut en découler ne va pas de soi (Lexa est tuée par sa figure paternelle) et que l'on n'autorise pas les personnages homosexuels à avoir une vie heureuse. Les réactions des fans ont été nombreuses et ont fonctionné en trois étapes : une effusion de chagrin partagée sur les médias sociaux, un tollé vocal et actif, et une campagne de collecte de fonds en ligne.

3.1 Pratiques toxiques et clivages

Les réactions des fans après la mort de Lexa constituaient une réponse à la fois à la disparition d'un personnage particulièrement apprécié par les fans et à la promotion menée par le producteur exécutif et *showrunner* de la série, Jason Rothenberg. En effet, il a interagi avec sa base de fans lesbienne en utilisant une stratégie de *queerbaiting*. Pour Mel Stanfill, le problème relève d'une mauvaise gestion des fans par les équipes de la série qui ont utilisé leur langage pour s'adresser à eux, soulignant une claire manipulation (Stanfill, 2019 : 12). De plus, l'outrage a été « exacerbé par le fait que l'équipe de production de la série avait assuré plusieurs fois que le personnage de Lexa ne serait pas tué » (Busse in Stanfill, 2017). Jason Rothenberg a par exemple publié sur son compte Twitter des photographies des deux actrices sur le tournage du dernier épisode de la saison ainsi que des messages rassurants pendant le hiatus entre les saisons deux et trois, et le début des tournages de la saison trois. Il a déclaré plusieurs fois sur Twitter que Lexa était un personnage important pour la série. Par exemple, le 28 janvier 2016, il a publié : « vous savez que je ne *ship* pas, mais je dois admettre que #Clexa est un couple sensationnel #JustSaying #The100 », avec des mentions directes vers les comptes des actrices Eliza Parker, qui joue Clarke Griffin et Alycia Debnam Carter, qui joue Lexa. Dans ses messages, il a délibérément utilisé le langage vernaculaire des fans, notamment le nom porte-manteau du couple, pour cibler la communauté. De son côté, la chaîne The CW, qui diffusait la série, a mis en place une stratégie similaire à celle du producteur. Elle a centré la promotion de la saison dans les affiches et les différentes bandes-annonces autour du personnage de Lexa, en soulignant encore une fois son importance dans l'univers narratif de la série. Enfin, la veille de la diffusion de l'épisode 7

« #Clexa love is not a fight » : queerbaiting, pratiques toxiques et activisme dans la communauté des fans de #Clexa

de la saison 3, dans lequel Lexa est tuée, Rothenberg a encouragé les fans à regarder l'épisode en direct car, selon lui, c'était le seul épisode à vraiment regarder pendant la saison. De plus, certains membres de l'équipe de production, notamment des scénaristes, ont infiltré des forums de discussion en utilisant des pseudonymes pour faire l'éloge du personnage, de sa sexualité et de sa relation avec Clarke, créant ainsi des discussions et des conversations autour de la série et de ses arcs narratifs. Les producteurs ont ainsi, avec ces actions, utilisé une stratégie promotionnelle basée sur du *queerbaiting*. En effet, ils se sont infiltrés dans la communauté, ont publié de fausses informations sur l'avenir du personnage dans la série et se sont adressés de façon délibérée à une base de fans spécifique en utilisant leur langage et leurs codes.

Jason Rothenberg, qui a perdu 15 000 abonnés sur Twitter le soir même de la diffusion de l'épisode, a publié des excuses sous la forme d'une lettre ouverte. Il y expliquait pourquoi il avait choisi de tuer Lexa et comment il n'a pas vraiment mesuré les conséquences sociales que cette représentation fictionnelle allait engendrer. Il affirmait par ailleurs ne pas connaître le trope *Bury Your Gays* et avoir agi simplement en termes de narration, et en sachant que Alysia Debnam Carter était recrutée comme personnage principal dans la série *Fear The Walking Dead* et ne serait donc plus disponible pour sa série. Ses explications s'appuyaient sur le contexte industriel propre aux séries et à leurs distributions, ainsi que sur sa méconnaissance des références scénaristiques et narratives. De plus, lors de la conférence *The 100* pendant la convention de fans *WonderCon* à Los Angeles en mars 2017, toutes les questions liées à Lexa ont été interdites à la demande du *showrunner*, lui permettant de ne pas aborder la question de la représentation dans sa série. Ce refus de dialogue de la part du *showrunner* marque une cassure claire dans les interactions possibles entre fans et producteurs de séries, dialogue souvent favorisé, aujourd'hui, par les réseaux sociaux. Il y a en réalité eu, comme le note Myles McNutt (McNutt, 2018), une rupture dans le contrat social établi entre les fans et les producteurs : 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

Bourdaa Mélanie

responsabilité quant à la représentation fictionnelle. La seule personne qui a compris l'importance de cette représentation fictionnelle précise dans la série est le scénariste de l'épisode, Javier Grillo-Marxuach, qui a par ailleurs pris le temps de répondre aux fans sur son compte Twitter et de poster une lettre d'excuses sur son Tumblr. Lors d'une conférence à l'événement ATX Festival au Texas consacrée aux représentations LGBTQ, il a fait une sorte de *mea culpa* à l'attention des fans, tout en regrettant le manque de stratégies de dialogue entre les publics et les producteurs : « l'échec a été de ne pas avoir conscience de l'impact culturel que cela allait avoir en dehors de la série... et d'agir en conséquence en dehors de la série »⁴.

Cette promotion de la part de la production, les actions du *showrunner* et la mort du personnage ont dans un premier temps entraîné une rupture à l'intérieur de la communauté des fans. En effet, leur première initiative a été d'appeler au boycottage de la série, pour forcer son annulation par la chaîne. Sur une chaîne de network américaine comme The CW, cela peut représenter un moyen de pression efficace, car la chaîne a besoin de publics en direct pour valoriser ses contenus de flux. Par exemple, pour la diffusion de l'épisode 8 de la saison 3, les fans ont boycotté la série en direct et ont réussi à faire passer le public de 1,47 millions de téléspectateurs pour l'épisode 7 à 1,25 pour l'épisode 8. Cette décision collective a été prise afin de montrer que Lexa en tant que personnage était une partie importante de la série et de la narration.

De plus, certains fans ont menacé Jason Rothenberg sur les réseaux sociaux, l'insultant même. Les fans ont utilisé les mêmes tactiques que le *showrunner*, dans un mouvement de « *toxic fandom* » qui a divisé les membres de la communauté. Bien entendu, les pratiques toxiques de fans ne sont pas un phénomène nouveau, mais elles ont été amplifiées par les possibilités qu'Internet offre en matière de visibilité, de rassemblement, d'écho et de partage. Pour Kelsey Cameron, les pratiques toxiques sont « des attaques *ad hominem* vers les producteurs médiatiques qui vont au-delà d'une colère qui pourrait être justifiée, des formes d'interactions entre fans et producteurs que plusieurs dans la communauté des fans aimeraient désavouer »

⁴ <https://variety.com/2016/tv/news/the-100-lexa-dead-clarke-javier-grillo-marxuach-reaction-lesbian-trope-1201793568/>

« #Clexa love is not a fight » : queerbaiting, pratiques toxiques et activisme dans la communauté des fans de #Clexa

(Cameron, 2018, 3). Il est intéressant de noter que ces pratiques tournent souvent autour de sujets sociétaux importants comme la misogynie, le harcèlement, le racisme, l'homophobie, la transphobie ou « d'autres attaques basées sur des politiques identitaires ou les idéologies progressistes » (Proctor et Kies, 2018, 138). Cela a entraîné des incivilités numériques de la part des fans qui ont fait pression en groupe sur le *showrunner* au travers des réseaux sociaux.

Le cyberharcèlement des fans est une des méthodes les plus souvent utilisées pour faire pression sur les *showrunners*. Dans ce cas précis, Jason Rothenberg a cessé toute interaction sur Twitter. Du point de vue extérieur, ces actions de pression ont eu pour résultat de victimiser le *showrunner*, alors que les fans étaient au départ les victimes du trope *Bury Your Gays* et du *queerbaiting*. Plusieurs fans ont appelé à une autorégulation au sein de la communauté, de peur de véhiculer une mauvaise image du fandom, qui allait entacher la suite des actions civiques⁵.

3.2. Activisme politique et actions collectives

L'activité la plus collective et collaborative des fans a cependant résidé dans la mise en place d'un activisme culturel et social et d'un engagement politique. Les créatrices du mouvement « We Deserved Better » nous ont déclaré dans un entretien : « Nous voulions être reconnues et nous voulions montrer que nous ne pouvions pas continuer à offrir un buzz et une promotion gratuite sur les réseaux sociaux après avoir été trahies. Les plateformes de médias sociaux que nous avons précédemment utilisées pour aider à la promotion de la série seraient désormais utilisées pour envoyer un message » (Bourdaa, 2016). Les réseaux sociaux ont alors été détournés par les fans et ont fourni une plateforme pertinente pour leur action.

De fait, certaines fans ont décidé d'agir et de transformer leur frustration, et la colère engendrée par le *queerbaiting* et le *Bury Your Gays* en des actions positives destinées à la société civile, mais également à l'industrie. Cet appel à l'action de manière raisonnée et organisée dans les communautés de fans est un élément fréquent d'autorégulation (Guerrero *et al.*,

⁵ Par exemple, ce tweet d'une fan : « La communauté sur twitter nous décrit comme des personnes hystériques. Le harcèlement n'est jamais une solution ».

Bourdaa Mélanie

2018), comme le notent les fans à l'origine du mouvement : « Il ne fait pas de doute que le premier objectif du mouvement est de porter l'attention sur des problématiques sociales spécifiques et que ces dynamiques soient présentes et représentées dans les médias. Tout est lié dans un sens ou dans l'autre parce que les problématiques de représentation dans les médias sont directement liées à la marginalisation dans la vraie vie » (entretien avec l'auteur, 2017). Ici, il est important de noter que la représentation fictionnelle est étroitement liée aux identités des fans de la communauté et joue un rôle dans leurs actions.

L'activisme des fans peut se matérialiser en autant d'efforts et d'actions menées pour résoudre les problèmes sociaux ou politiques, en regard du déploiement du contenu de la culture populaire. L'activisme social et l'engagement civique sont les activités les plus importantes des fans lorsqu'ils prennent collectivement position pour défendre une cause sociale et politique et la rendre visible dans la sphère publique. En ce sens, les fans représentent une culture de la participation (Jenkins, Ito et Boyd, 2016), exprimée dans les communautés de fans par des interactions, des activités, un activisme et un partage. Comme le souligne Anne Besson, « il s'agit d'observer la manière dont ils (les fans, ndlr) reprennent des images, des mots ou des symboles de la culture populaire et dont ils peuvent ainsi s'imaginer eux-mêmes comme acteurs politiques au sens plein » (Besson, 2021 : 104), car c'est bien cela qui caractérise les fans les plus engagés, les hyperfans (Bourdaa, 2019 : en ligne) : une réception active qui peut aller jusqu'à un engagement social, culturel et politique, mené en commun, dans une communauté de pratiques.

Certains fans de *The 100*, plutôt que de s'enfermer dans des pratiques toxiques divisant la communauté, se sont organisés collectivement pour mener des actions politiques. Elles ont notamment organisé une levée des fonds pour *The Trevor Project*⁶. Le choix de l'association a été favorisé à la fois par le lien affectif des fans au personnage de Lexa, mais également par le fait que les thèmes défendus par cette association touchaient à leur identité même de fan et de collectif. Ensuite, les fans ont travaillé à proposer des pistes pour une meilleure représentation des personnages LGBTQ dans les

⁶ The Trevor Project est une association américaine qui vient en aide aux jeunes gens LGBTQ qui commettent des tentatives de suicide.

« #Clexa love is not a fight » : queerbaiting, pratiques toxiques et activisme dans la communauté des fans de #Clexa

séries télévisées, notamment par la rédaction d'une charte. Ce document à destination de l'industrie télévisuelle (producteurs, scénaristes, chaînes de télévision) a émergé de discussions et débats à l'intérieur de la communauté afin de trouver un moyen pertinent de rendre visibles les personnages LGBTQ. Ces fans ont fourni cet effort de rédaction en connaissance du contexte industriel, pour éviter de subir de nouveau une trahison et une frustration. Ces actions collectives et collaboratives contribuent également à renforcer la cohésion dans la communauté, l'identité collective et le sentiment d'appartenance.

Le personnage de Lexa et son arc narratif dans la série ont agi comme des leviers d'engagement pour ces fans qui ont transformé les actions toxiques d'une partie de la communauté en action positive pour la société civile. La relation étroite des fans avec le texte, mais également entre les membres de la communauté, a provoqué des discussions qui ont mené à des actions concrètes de la part des fans.

4. Les communautés de fans, entre pratiques toxiques, actions et processus affectifs

Que la réaction des fans soit positive ou toxique, nous observons que des processus se mettent naturellement en place dans la communauté : un appel à agir et une visibilité de l'action qui passe par les réseaux sociaux, la création d'un site Internet qui centralise les objectifs, le contexte et l'origine de l'activisme, et un parallèle avec une narration qui va agir comme un levier d'action. Le numérique et les nouvelles technologies ont clairement favorisé les rassemblements des fans et offert aux communautés une plateforme pour faire entendre et circuler leurs revendications. Mais ces revendications sont toujours contextualisées par les fans et documentées pour justifier et légitimer le mouvement. Enfin, les personnages et la narration fournissent aux fans les éléments nécessaires pour raconter leur propre histoire. Les narrations sont autant de leviers d'engagement que les fans actionnent dans leur communauté pour expliquer leurs positions et leur positionnement.

L'exemple analysé dans cet article tend à prouver que la culture des sentiments qui caractérisent les communautés de fans favorise la construction d'un

Bourdaa Mélanie

collectif autour d'émotions, de codes et de rituels partagés. Ce collectif met ensuite en place des pratiques toxiques qui viennent entacher la cohésion et collectif, puis des actions positives qui reconstruisent cette cohésion. De plus, ce sont les relations avec le texte et les relations entre les membres de la communauté qui provoquent un passage à l'action.

Certains chercheurs ont analysé les communautés de fans comme des efforts affectifs. Dans ce sens, Lawrence Grossberg souligne l'importance des affects qu'il envisage en termes d'intensité et comme étant liés à l'identité du ou des fans (Grossberg, 1992). Matt Hills, de son côté, propose d'analyser les communautés comme des espaces affectifs. Il envisage seulement 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 qui permet de construire un lieu protégé où les identités se révèlent. Nicolle 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 elle implique des dynamiques dans la relation des fans à la fiction. Ces dynamiques sont essentielles dans la mise en place d'actions d'engagement par les fans.

Références :

Bacon-Smith C. (1991), *Enterprising Women : Television Fandom and the Creation of Popular Myth*, Philadelphie, University of Pennsylvania Press.

Baym N. (1999), *Tune in, log on. Soaps, Fandom and Online Community*, Londres, Sage Publications.

Besson, A. (2021), *Les pouvoirs de l'enchantement. Usages politiques de la fantasy et de la science-fiction*, Paris, Vendémiaire.

Booth P. (2010), *Digital Fandom. New Media Studies*, New York, Peter Lang.

Bourdaa M. (2016), « l'activisme fan en action : entretien avec We Deserved Better autour de The 100 », <https://fandoms.hypotheses.org/41>

« #Clexa love is not a fight » : queerbaiting, pratiques toxiques et activisme dans la communauté des fans de #Clexa

Bourdaa M. (2017), « Adopter une position d'ethno-fan pour retracer la narration transmedia », dans S. Lécossais, N. Qéméner, *En quête d'archives. Bricolages méthodologiques en terrains médiatiques*, Paris, INA, 131-138.

Bourdaa M. (2019), « Hyperfans. Traversées des territoires de fans », <https://traversees.hypotheses.org/33>

Cameron, K. (2018). "Toxic regulations: From TV's code of practices to #BuryYourGays", *Participations. Journal of Audience and Reception Studies*, Volume 15 (1), en ligne.

<http://www.participations.org/Volume%2015/Issue%201/contents.htm>

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

Grossberg, L. (1992), "Is there a fan is the House? The affective sensibility of Fandom", dans L.A. Lewis (directeur), *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, Londres, Angleterre, Routledge.

Guerrero-Pico, M., Establés, M.J., Ventura, R. (2018). « Killing off Lexa : Dead Lesbian Syndrom and intra-fandom management of toxic fandom practices in a online queer community », *Participations. Journal of Audience and Reception Studies*, Volume 15 (1), 311-333.

Hills M. (2002), *Fan Cultures*, Londres, Routledge.

Jenkins H., (1992), *Textual Poachers. Television fans and Participatory Culture*, New York, NYU Press.

Jenkins H., Ito M., boyd d. (2016), *Participatory Culture in a Networked Era*, New York, Polity Press.

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

McNutt, M. (2018). « *The 100* and the social contract of social TV », *Transformative Works and Culture*, n°26, en ligne.

<http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/1297/919>

Bourdaa Mélanie

Peyron, D. (2013). *La Culture Geek*. Limoges, France : FYP Editions.

Proctor, W., Kies, B. (2018). "Editors' introduction: on toxic fan practices and the new culture wars", *Participations. Journal of Audience and Reception Studies*, Volume 15 (1), 127-142.

Ross S.M. (2009), *Beyond the Box. Television and the Internet*, Londres, Blackwell Publishing.
<http://www.participations.org/Volume%2015/Issue%201/8.pdf>

Stanfill, M. (2019), *Exploiting Fandoms. How the Media Industry Seeks to Manipulate Fans*, Iowa City, University of Iowa Press.

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

Wenger, E. (1998). *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*, Cambridge University Press.