



HAL
open science

Les guerres culturelles de 2008 à 2019 ? Le cas de l'univers cinématographique Marvel

Loïc Catiga

► **To cite this version:**

Loïc Catiga. Les guerres culturelles de 2008 à 2019 ? Le cas de l'univers cinématographique Marvel. Histoire. 2021. dumas-04632452

HAL Id: dumas-04632452

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04632452v1>

Submitted on 2 Jul 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License



HAL
open science

Les guerres culturelles de 2008 à 2019 ? Le cas de l'univers cinématographique Marvel

Loïc Catiga

► **To cite this version:**

Loïc Catiga. Les guerres culturelles de 2008 à 2019 ? Le cas de l'univers cinématographique Marvel. Histoire. 2021. dumas-04632452

HAL Id: dumas-04632452

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04632452>

Submitted on 2 Jul 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0
International License

Université Rennes 2
Laboratoire Tempora (EA 7468)

Loïc Catiga

Les guerres culturelles de 2008 à 2019 ?
Le cas de l'univers cinématographique Marvel

Master 2 Histoire
Parcours RIMI

Sous la direction de Cédric Fériel

2020-2021

Remerciements :

Je tiens ici à remercier tout d'abord mon directeur de mémoire, Cédric Fériel, pour son soutien et sa compréhension envers moi durant les trois années particulières qui furent nécessaires à l'écriture de ce mémoire. J'aimerais également remercier ma famille pour son support sur tous les plans, ainsi que les nombreux camarades qui m'ont encouragé et éclairé dans mon travail, et tout particulièrement Barbara, Lana, Paul, et Pierre-Louis, sans lesquels il m'aurait été impossible de m'aménager l'espace et le temps nécessaire à la rédaction de ce travail dans un contexte de pandémie.

Sauf mention contraire, toutes les traductions sont de l'auteur.

La majorité de mes sources étant des articles de presse en anglais américain, j'ai choisi de les référencer sous leur titre original sans italique afin de ne pas gêner la lecture, et de faire usage des majuscules et de la ponctuation selon les règles françaises. Ainsi, seuls quelques termes intraduisibles, auxquels je tente de proposer une traduction et une définition ensuite, ainsi que certains noms propres sont présents en anglais dans le texte.

TABLES DES MATIÈRES

Introduction	7
Chapitre 1 - Marvel, terrain de controverses aigu	19
A°) Un contexte propice à la multiplication des polémiques	20
I. Matérialiser la diversité	20
II. De multiples remises en question sur la place de la femme	30
III. Inclure une pluralité de sexualité et de genres	39
B°) Internet 2.0, support de débats	46
I. Le rôle des réseaux sociaux numériques	46
II. L'avènement d'une nouvelle génération de médias	56
III. « L'âme du journalisme » face à son renouvellement	65
Chapitre 2 - Un débat s'inscrivant dans les guerres culturelles	73
A°) Des thématiques récurrentes depuis 50 ans	74
I. Former les imaginaires collectifs	74
II. La permanence de questionnements sur l'identité	83
B°) Relativiser l'hypothèse du bouleversement des supports	97
I. Les médias, instruments du discours public	97
II. Rendre l'information accessible ?	105
III. L'éclipse des voix du milieu	111
Chapitre 3 - Déconstruire le mythe de la polarisation	120
A°) Une guerre <i>sui generis</i>	121
I. Hiérarchisations et incohérences des polémiques soulevées	121
II. Discours et actions, un écart grandissant	133
B°) Entre risques et profits ?	141
I. Le renouvellement des institutions médiatiques	141
II. Nouveaux acteurs, nouvelles logiques	148
Conclusion	155
Sources	159
Bibliographie	169

INTRODUCTION

" Une guerre religieuse se déroule dans notre pays pour l'âme de l'Amérique. C'est une guerre culturelle, aussi critique pour le type de nation que nous serons un jour que la Guerre Froide elle-même."¹

Cette tirade, et le discours dont elle est extraite, ont beaucoup participé à diffuser dans les imaginaires collectifs l'idée d'une société américaine divisée. Elle s'inscrit dans le contexte des années 1990 aux États-Unis, où de nombreux acteurs, dont Patrick Joseph Buchanan, alors candidat aux primaires républicaines², évoquent une polarisation de la culture publique autour de nombreux enjeux sensibles, comme les droits des personnes LGBT+, le racisme ou la place de la femme dans la société. Ce phénomène de divergence idéologique est théorisé en 1991 par le sociologue James Davison Hunter (né en 1955) dans son ouvrage *Culture Wars : The Struggle to Define America*. Il est le premier à définir explicitement ce réaligement du peuple états-unien sur les questions d'actualités et lui donne le nom de "guerre culturelles".

Le constat de ces deux observateurs contemporains est relayé par plusieurs figures scientifiques, qui datent pour la plupart la naissance de ce conflit aux années 1960³, lui attribuant des périodes de tension et de relâchement. Selon ces théories, les deux "camps" s'affrontant ne seraient pas opposés par une religion, une ethnie, une classe sociale ou même

1 Citation extraite du discours de Patrick Joseph Buchanan lors de la Convention Nationale Républicaine de 1992. "There is a religious war going on in our country for the soul of America. It is a cultural war, as critical to the kind of nation we will one day be as the Cold War itself.". "Pat Buchanan culture war speech part 3", 4:13, [youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=...)

2 Né en 1938 et surnommé "Pat" Buchanan, il est un journaliste et homme politique américain représentant le courant paléo-conservateur et la droite catholique traditionaliste. Au cours de sa carrière il cofonde notamment le magazine *The American Conservative*, et conseille les présidents Richard Nixon, Gerald Ford et Ronald Reagan. Se présentant initialement contre George W. Bush, il appelle tout de même dans ce discours à voter pour lui plutôt que pour Bill Clinton, qu'il juge dans le camp opposé de cette guerre.

3 Si la majorité de la communauté scientifique, au rang desquels Andrew Hartman, Irene Thompson et Fiorina Morris s'accordent sur cette chronologie ayant pour point de départ la libération des années 1960, d'autres comme Ryan Petengill ou Daniel Aaron Lazar font remonter cette origine aux années 1920, dans une ère de mutations techniques (*Roaring 20's*) qui voit éclater un conflit entre une Amérique rurale traditionaliste et une autre urbaine moderniste, qui culmine en 1928 avec la campagne présidentielle de Al Smith.

une affiliation politique, mais par des visions du monde, et de leur place dans ce monde, qui diffèrent. Les guerres culturelles seraient donc l'affrontement de deux idéologies ; l'une progressiste, en faveur d'une ouverture au changement des États-Unis, et l'autre, orthodoxe, pensant l'avenir par un rattachement aux valeurs traditionnelles qui ont fait la gloire du pays.

Si au début des années 2000 les tensions entre ces deux idéologies paraissaient s'être apaisées, certains éléments récents, comme la succession à la présidence du pays de personnalités très différentes, semblent témoigner d'une repolarisation du débat public de 2008 à 2019. En effet, le démocrate Barack Obama, élu en 2008 puis réélu en 2012, se présente comme partisan d'une idéologie progressiste⁴. Il est le premier président des États-Unis à se positionner en faveur de l'avortement et du mariage homosexuel en 2012 avant de le légaliser en 2015. A l'inverse, son successeur, Donald Trump, candidat républicain élu en 2016, se donne une image très conservatrice⁵, se plaçant ouvertement à l'encontre de la politique qu'a menée Obama et annulant plusieurs de ses actions. Il s'attache par exemple à fermer les frontières, diminuer les fonds alloués aux avortements, et réduire les droits LGBT+, par exemple en mettant fin à la reconnaissance officielle des personnes transgenres.

Ce changement de président, tournant en politique, mais aussi concernant l'image du pays, peut être interprété comme révélateur d'un pays en doute, qui cherche encore à se définir. Un autre élément suggère fortement la repolarisation de la société américaine ; alors que dans les années 1990 Hollywood restait en retrait dans ces confrontations idéologiques, notamment dans le domaine de la science-fiction, à partir des années 2010 le cinéma américain devient l'un des théâtres les plus révélateurs de ces affrontements. De 2008 à 2019, le studio de cinéma appartenant à la célèbre entreprise de bande-dessinées Marvel se lance dans la production d'une saga de 23 longs-métrages qui connaît un grand succès et devient la franchise la plus rentable de l'histoire du cinéma⁶. Malgré cette réussite, elle fait face à une

4 Déjà par sa candidature, étant un homme métisse et rompant donc avec la lignée d'hommes blancs à la tête du pays. C'est un élément très mis en valeur dans sa campagne, axée sur la rupture avec le passé et sur la possibilité du changement, dont le slogan est : "Yes, we can"

5 Pour reprendre l'exemple intéressant de la campagne présidentielle, celle de Trump est basée sur le retour à une glorieuse Amérique passée, à l'opposé d'Obama donc, avec le slogan "Make America Great Again"

6 Le film *Avengers : Endgame*, (Joe et Anthony Russo, 2019), le plus grand succès et le point d'orgue de la saga connaît le meilleur démarrage au box-office jamais atteint avec 1,2 milliards de dollars de recettes mondiales lors de son premier week-end, il est également le premier long-métrage à dépasser les 2 milliards 11 jours après sa sortie, et en 12 semaines devient le plus gros succès mondial au box-office. En tout, la franchise rapporte internationalement plus de 22 588 000 000 dollars en entrées. (*boxofficemojo.com*)

série de controverses, dont les nombreux points communs avec les questionnements qui constituent les guerres culturelles des années 1990 interpellent.

L'histoire des relations entre les problématiques sociétales et l'industrie du divertissement, et notamment Marvel, a déjà fait l'objet de nombreux travaux. La plupart de ces écrits portent sur l'industrie de la bande-dessinée et ses enjeux sociaux, et se révèlent intéressants pour un travail sur les controverses autour des films Marvel dans les années 2010. Ainsi, plusieurs études portent sur la collection de bande-dessinées *Black Panther*, débutée en juillet 1966 par Stan Lee⁷ et Jack Kirby⁸, et sur la représentation des personnes noires et du racisme qu'elle diffuse. En effet, le héros éponyme, historiquement le premier protagoniste noir d'une série de comics, est un prince riche à la tête d'une nation technologiquement très avancée. Dans l'imaginaire collectif cela prend à contre-pied plusieurs stéréotypes racistes fréquents sur les personnages afro-américains, des constats que l'on retrouve dans les ouvrages de Jean Paul Gabillet⁹ ou de Jeffrey K. Johnson¹⁰.

Selon eux le super-héros tient dans ses aventures plusieurs discours dénonçant le racisme¹¹ qui ont fait de lui une forme d'icône pour les mouvements de libération des noirs qui se développent alors, ainsi, le célèbre Black Panther Party for Self Defense¹², créé quelques mois après la sortie, est nommé après lui. Récemment, d'autres travaux de diverses disciplines questionnent cette lecture couramment admise de déconstruction du racisme dans cette série

7 Stanley Leiber (1922-2018) est le scénariste et auteur le plus connu de la maison d'édition Marvel dont il a écrit la plupart des personnages à succès. Architecte de l'univers des comics, il est considéré comme une figure historique de l'entreprise ce qui lui a valu des apparitions dans la plupart des films Marvel Studios.

8 Jack Kirby (1917-1994) est un dessinateur de comics américain très influent surnommé "le roi des comics". Il est notamment reconnu pour son travail chez Marvel où il participe à la création de plusieurs séries qui font le succès de l'entreprise ; *Les Quatre Fantastiques, L'incroyable Hulk, Thor, les Avengers, les X-men*

9 Gabillet, Jean-Paul, *Of Comics and Men : A Cultural History of American Comic Books*, Mississippi, University Press of Mississippi, 2010

10 Johnson, Jeffrey K., *Super History : Comic book superheroes and american society*, Jefferson, Mc Farland & Compagny, 2012

11 Lund Martin "'Introducing the Sensational Black Panther!' *Fantastic Four* #52-53, the Cold War, and Marvel's Imagined Africa" *The Comics Grid: Journal of Comics Scholarship*, 2016

12 Mouvement révolutionnaire de libération afro-américaine formé en Californie le 15 octobre 1966 par Bobby Seale (né en 1936) et Huey P. Newton (1942-1989) et atteignant une ampleur nationale

de comics, comme ceux de Anna F. Peppard¹³. Cet exemple montre que les impacts politiques du divertissement de masse américain sont déjà largement traités dans l'historiographie, mais font toujours débat. Cependant, alors que des chercheurs d'autres sciences comme Robert A. Saunders¹⁴ se penchent sur la question du long-métrage *Black Panther* (2018) adapté des comics, aucune étude historique n'en traite ni ne met en lien ce film avec les réflexions existant sur les bande-dessinées. De manière plus générale, aucun travail historique ne se penche sur l'univers cinématographique Marvel (Marvel Cinematic Universe en anglais, abrégé MCU). Pour cause, la saga a été conçue comme une seule œuvre¹⁵ qui n'a pris fin qu'en juillet 2019. Seule cette récente clôture permet de proposer un début de perspective historique de l'œuvre dans son ensemble et de ses implications dans la société américaine.

Le rôle des institutions culturelles majeures dans les débats autour de thématiques d'actualité comme l'homophobie, la transphobie, le sexisme et le racisme est également montré par plusieurs chercheurs comme Andrew Hartman¹⁶ ou Mark Stern¹⁷. Leurs travaux mettent par exemple en valeur les débats prenant place dans les années 1990 autour du fond national pour les arts (National Endowment of Arts, abrégé NEA). Des controverses surgissent face au financement de certaines œuvres de photographes représentant explicitement l'homosexualité avec des scènes érotiques ou pornographiques. On peut citer l'œuvre de Robert Mapplethorpe (1945-1989), dont la diffusion pose des questions sur ce qui est montrable ou non par le biais de l'art et sur l'acceptation de l'homosexualité dans la société, autant de polémiques qui constituent un réel apport dans le débat autour de la représentation de personnages queer dans les films Marvel.

13 Peppard Anna F., "'A cross burning darkly, blackening the night' : Reading racialized spectacles of conflict and bondage in Marvel's early Black Panther comics" *Studies in comics* [en ligne], vol. 9 n°1, 2018

14 Saunders A. Robert, "(Profitable) imaginaries of Black Power : the popular and political geographies of Black Panther", *Elsevier Political Geography*, n°139-149, décembre 2018

15 Depuis la sortie de *Iron Man* en 2008 à *Spider-man : Far From Home* en 2019, l'ensemble des productions Marvel Studios s'inscrivent dans une continuité scénaristique, ce qui en fait un objet singulier, à mi-chemin entre la saga de cinéma et la série télévisuelle. Ainsi, chacun des films introduit des personnages et des ramifications à une seule grande histoire. Cette "Infinity Saga" est également divisée en plusieurs "phases", grandes unités scénaristiques qui pourraient se rapprocher de la forme des saisons d'une série, et l'ensemble de l'œuvre est supervisée par un seul auteur : Kevin Feige (né en 1973).

16 Hartman Andrew, *A War for The Soul of America : A History of the Culture Wars*, University of Chicago Press, Chicago, 2015

17 Stern Mark, "A new "culture war ?"" *Cultural trends* [en ligne], n°104, 15 novembre 2017

Le photographe est très reconnu dans le milieu pour ses clichés mettant en valeur la nudité et la sexualité, notamment entre deux hommes. Peu de temps après sa mort, une exposition de ses clichés nommée "The Perfect Moment" est organisée dans plusieurs grandes villes au travers des États-Unis, financée par le NEA. Une partie de la population s'insurge contre, jugeant les photographies provocatrices et dangereuses, et un mouvement d'opposition à leur diffusion s'étend dans tout le pays en 1990. Porté par des politiciens et la commission anti-pornographie Meese¹⁸, il mène à de nombreuses manifestations et débats pour ou contre l'exposition. Cet exemple est représentatif de la manière dont l'art est l'un des terrains d'expression privilégié des guerres culturelles, ce dont beaucoup de travaux issues de diverses disciplines traitent. Néanmoins, très peu se penchent sur des objets de culture dite *mainstream* ("grand public" ou "conforme aux goûts des masses" en français), comme les films de super-héros, ces derniers étant rarement considérés comme ayant une valeur artistique.

L'ampleur de la production et de la réception de l'univers cinématographique Marvel en font, contrairement aux œuvres soutenues par le NEA, un objet de culture populaire, tenant ainsi dans les imaginaires collectifs plus du divertissement que de l'art. La quantité de débats et d'acteurs s'impliquant autour de cet objet nécessite, de fait, un traitement particulier. Cette série de long-métrages n'a donc jusque là, encore une fois sans doute à cause de sa nouveauté, jamais été inscrite par la recherche historique dans les grandes tendances des débats sur la place de l'art dans la société. Pourtant, certaines productions récentes comme celle de Emily Towler¹⁹ traitent de ces thématiques de manière intéressante et laissent de côté notre objet d'étude. Notre travail aspire à combler cette lacune et à intégrer le MCU dans les réflexions autour de la représentation des minorités par le biais de l'art.

Il nous faut garder à l'esprit que le concept des "guerres culturelles" provient de la théorie de Hunter, qui, même si elle a été et admise par de nombreux chercheurs et relayée par des personnalités publiques, n'est pas à considérer comme une vérité absolue mais bien à

18 Mise en place en 1985 par Reagan, cette commission d'enquête est arrivée un an plus tard à la conclusion que la pornographie encourageait les crimes sexuels et les comportements "asociaux et déviants". Ses résultats et méthodes ont été très largement critiqués, par exemple par l'anthropologue Carol Vance mais aussi par certains membres de la commission elle-même qui lui reprochent sa non-neutralité au profit d'une prise de position condamnant la pornographie, afin de satisfaire le public conservateur et le président.

19 Towler Emily, "LGBT+ representation on screen", *University of Leeds* [en ligne], 18 avril 2020

remettre en question. Certains experts se penchent sur la question, comme le politologue William G. Jacoby²⁰ ou l'historien Andrew Hartman²¹, qui remettent en cause l'existence de cette franche division de la société, ou bien la relèguent au passé et réfutent de ce fait toute idée de prolongation après les années 1990, parlant même de mythe des guerres culturelles. L'étude de notre corpus de controverses autour des films Marvel pourrait ainsi, à l'instar de ces travaux, démontrer que non seulement les années 2010 ne s'inscrivent pas dans un renouvellement de ce phénomène défini par Hunter, mais le questionnent.

Il existe également plusieurs travaux sociologiques ou d'analyse du cinéma portant sur l'impact des films Marvel dans la société américaine comme ceux de David Kociemba²² ou de Sarah M. Coyne²³. Ils apportent des éléments pertinents sur la saga cinématographique et les controverses dont elle fait l'objet, éléments d'autant plus intéressants que nous avons vu la rareté des études historiques sur le sujet. Ainsi, par exemple, ils fournissent un éclairage sur la question du sexisme dans le cinéma d'action hollywoodien et s'intéressent plus particulièrement sur le cas des héroïnes des films Marvel. Ils replacent ainsi les éléments pouvant soulever des questionnements, comme l'hyper-sexualisation du personnage de Black Widow, dans des concepts, comme l'archétype apparu dans les années 80-90 de la "guerrière super-féminine", beaucoup développé par Josh Whedon²⁴, qui est d'ailleurs l'un des réalisateurs les plus importants de l'univers cinématographique Marvel.

Selon ces théories, la violence et l'autonomie de ce type de personnage ont une fonction libératrice face au rôle de la "demoiselle en détresse" qui est pris à contre-pied. Ainsi, plusieurs théories convergent pour dire que la franchise des Marvel Studios fait preuve de

20 Jacoby William G. "Is there a culture war ?", *American Political Science Review* [en ligne] vol. 108, 2018

21 Hartman Andrew, *A War for The Soul of America : A History of the Culture Wars*, University of Chicago Press, Chicago, 2015

22 Kociemba David, "Athena's Daughter : Black Widow's Impact Aesthetic in The Marvel Cinematic Universe" [en ligne] *academia.com*, 2017

23 Coyne M., Sarah, "It's a bird ! It's a plane ! It's a gender stereotype ! : Longitudinal Associations between superhero viewing and gender stereotyped play" *Sex Roles*, 8 mai 2014

24 Joss Whedon (né en 1964), est le réalisateur et scénariste de *Avengers* (2012), *Avengers : Age of Ultron* (2015), soit des deux long-métrages posant les bases de la saga. Il est connu pour ses positions dites féministes, thème qu'il aborde très fréquemment dans ses productions dès ses débuts en tant que réalisateur avec la série *Buffy the Vampire Slayer* (1997)

sexisme, ne dépeignant pas des hommes et femmes travaillant ensemble à déconstruire les problèmes liés à la séparation des genres par de l'activisme politique. Les représentations de personnages féminins seraient alors faites pour satisfaire des audiences avec cette persuasion politique. Ces films de super-héros ne seraient donc pas féministes dans leur violence, mais leurs scènes d'actions pourrait montrer au public comment apprécier une émancipation des femmes²⁵. Cependant, certains féministes voyaient là une opportunité de redessiner les attentes envers la figure héroïque de manière moins masculine.

Bien que ces études présentent de nombreux apports variés pour un travail sur les polémiques autour de la saga Marvel, elles ne prennent que très rarement une perspective historique, et ainsi n'inscrivent pas leurs observations dans un temps plus long. Ce ne sont pas des travaux d'histoire, et aucun d'entre eux ne compare les phénomènes qu'ils étudient de 2008 à 2019 aux des événements similaires ayant eu lieu lors des décennies précédentes, que Hunter nommait "guerres culturelles". La question de savoir si ces polémiques s'intègrent ou non, et dans quelle mesure, dans un renouvellement des guerres culturelles est donc absente de la recherche, pourtant, les éléments appelant à une comparaison sont multiples et seraient un apport intéressant à la réflexion sur ce sujet d'actualité.

Les écrits d'historiens abondent en ce qui concerne l'étude des relations entre Marvel et les questions de société, mais se penchent exclusivement sur la maison d'édition de *comic books* et pas sur le studio de cinéma fondé en 2008. Ainsi, malgré la différence de supports entre bande-dessinées et films, les travaux de Matthew J. Smith et Randy Duncan²⁶ ou ceux de Francisco Veloso et John Bateman²⁷ constituent pour notre étude des éléments intéressants. Ils se penchent sur Marvel Comics et les relations complexes et nombreuses qu'elle entretient avec la société et la politique américaine depuis sa création en 1938. L'entreprise servirait d'après ces chercheurs d'instrument de propagande ou d'influence des opinions, comme lors de la Seconde Guerre Mondiale ou de la Guerre Froide, voire pour l'acceptation de la loi

25 Walderzak Joseph, "Marvel Comics into films", *Damsels in Trasngress*, McFarland, Jefferson, 2016, p. 150

26 Randy Duncan & Smith Matthew J., *The Power of Comics : History, Form & Culture*, The Continuum International Publishing Group Inc. [en ligne], 2009

27 Bateman John & Veloso Francisco, "The multimodal construction of acceptability: Marvel's Civil War comic books and the PATRIOT Act", *Critical discourse act* vol. 10, [en ligne], 2013

antiterroriste "USA Patriot Act" après les événements du 11 septembre 2001. Dans tous les cas, il est évident pour eux que l'entreprise n'est pas politiquement neutre, si tant est que la neutralité est possible, et occupe un rôle bien particulier dans les imaginaires collectifs américains qui est à étudier. Ainsi, certains personnages majeurs comme Captain America, protagoniste de nombreux long-métrages du MCU, intègrent de fortes symboliques et références historiques qu'il nous faut considérer.

Tous ces différents travaux, bien que présentant chacun leurs lacunes, nous permettent de contextualiser notre sujet de manière précise, et nous rapprochent du courant transdisciplinaire des *cultural studies*. En effet, nous empruntons divers concepts et savoirs à la sociologie, l'étude de moyens d'informations et de communication, et l'analyse du cinéma afin de pouvoir étudier ce phénomène relevant de culture populaire et propre à un contexte médiatique bien spécifique. En se penchant sur des questions d'imaginaires collectifs, ce travail s'inscrit également dans la tendance de l'histoire culturelle, héritière de l'histoire des annales, et que l'historien Jean-Yves Mollier définit comme une "histoire sociale des représentations"²⁸. Si les réflexions sur les divers conflits idéologiques des guerres culturelles sont empruntées aux courants scientifiques susmentionnés, il s'avère que tous ces cadres ne sont jamais appliqués aux années 2010. Pour cause, cela impliquerait de se placer dans une dynamique d'histoire du temps présent, courant historiographique qui ne fait pas l'unanimité et pose plusieurs questions déontologiques. Cette période représente cependant un contexte spécifique, similaire en de nombreux points à celui des années 1960 à 1990, et pourtant très différent sur une question primordiale, celle des supports de ce débat ; les médias.

Ainsi, bien que beaucoup d'historiens se soient penchés sur les polémiques autour de Marvel dans l'histoire, la franchise cinématographique produite dans les années 2010 a été entièrement laissée à d'autres disciplines que nous avons citées et sur lesquelles nous nous appuyerons. Pour plusieurs raisons, mais tout particulièrement à cause de sa nouveauté, cet objet n'a, en dépit de son impact, jamais été traité de manière historique ni mis en lien avec la théorie de la division de la société émise par Hunter en 1991. Néanmoins, la véhémence des polémiques, l'étendue des sujets qu'elles concernent et la force de leur impact (étant donné l'importance du public et la quantité de littérature produite sur les controverses) incitent à se

²⁸ Poirrier Philippe, "L'histoire culturelle : un tournant mondial dans l'historiographie ?", Éditions universitaires de Dijon, Dijon 2008, p. 29

demander si ces questionnements peuvent permettre, ou non, de parler d'un renouvellement des guerres culturelles de 2008 à 2019.

Répondre à cette problématique permet également de prendre du recul sur la théorie des guerres culturelles. En effet, selon nos observations nous pourrions également émettre l'hypothèse que la société américaine n'est pas si irrémédiablement divisée que les médias relayant les débats en donnent l'impression. Ainsi, non seulement l'étude des polémiques autour de l'univers cinématographique Marvel ne confirmerait pas l'existence d'une divergence idéologique franche entre deux camps, mais pourrait infirmer cette théorie. Ce travail pourrait alors démontrer que, sans refléter la réalité des questionnements clivants la société américaine, les débats concernant les Marvel Studios peuvent être utilisés, sortis de leur contextes et orientés par les médias. La question de l'information et de la communication sur les polémiques autour de la saga constitue donc le cœur de ce travail, plus que d'analyser des divergences idéologiques manifestes, ce que d'autres chercheurs ont fait avant nous.

Notre étude porte donc sur les polémiques dans la presse numérique ayant pour objet une suite de films précise, surnommée "Infinity Saga", mais également sur les produits dérivés créés et vendus autour entre le 2 mai 2008, date de sortie de *Iron man* (Jon Favreau), et le 24 octobre 2019, date d'arrêt du box-office de *Spider-man : far from home* (Sam Raimi) aux États-Unis. Cela inclut également la communication des Marvel Studios durant cette période ; annonce de productions, de casting, mais aussi campagnes publicitaires et plus généralement toutes les prises de paroles des personnalités impliquées dans la création et le développement de la saga. Néanmoins, étant donné la quantité de données à traiter sur ce seul objet cinématographique étendu, nous devons nous y limiter et ainsi exclure tous les débats portant sur les séries Marvel (produites par Marvel Television) ou les bande-dessinées (appartenant à Marvel Comics), malgré l'apport qu'ils pourraient constituer.

Les archives de Marvel étant fermées pour la période 2008-2019, d'autres bases de sources sont nécessaires pour mener cette recherche. La piste des articles de presse en ligne nous apparaît particulièrement intéressante, constituant l'un des relais principaux des débats. La question qui se pose est alors de choisir quels quotidiens traiter étant donné l'étendue et la variété des sources disponibles. La quantité d'articles sur le sujet rendant difficile l'étude de plus de deux médias en l'espace d'un mémoire, l'idéal est de se pencher sur deux médias différents dans leur histoire, leur place dans le paysage médiatique, et leur ligne politique et

éditoriale afin d'obtenir une comparaison pertinente de leurs différents traitements de l'information.

Afin d'inclure l'hypothèse d'une déformation des débats par les médias, il est essentiel de sélectionner un journal récent, populaire et connecté, au cœur des polémiques. Le Huffington Post s'impose alors comme un bon choix pour représenter cette "nouvelle génération de médias" : créé en mai 2005, ayant eu affaire à plusieurs critiques²⁹ sur la qualité de sa production, il connaît un très grand succès économique et se place à la tête du marché durant la majorité de la période étudiée. Aux antipodes, le Washington Post est un journal américain datant de 1877 et solidement ancré dans le paysage médiatique américain, il bénéficie par son histoire d'une grande renommée³⁰ qui en fait une véritable institution de la presse, et qu'il serait d'autant plus intéressant de comparer avec le Huffington Post.

Pour déterminer si les controverses autour des Marvel Studios permettent d'observer ou non un renouvellement des guerres culturelles entre 2008 et 2019, il nous faudra en premier lieu observer et de définir précisément ce phénomène. L'univers cinématographique Marvel semble en effet être dans cette période un terrain très favorable aux polémiques, qu'elles concernent les minorités ethniques, les femmes, ou la communauté LGBT+. Toujours dans l'optique de comprendre ces débats, il convient de se pencher sur la question des supports par lesquels ils passent, notamment les réseaux sociaux et les nouveaux médias, afin de pouvoir caractériser leurs modalités de diffusion et de participation.

Une fois ces enjeux saisis, nous pouvons les replacer dans le cadre des guerres culturelles des années 1960 à 1990, par l'observation des similarités des questionnements entre les deux périodes, sur l'identité personnelle comme sur le rôle de la culture publique dans la société états-unienne. Outre ces points communs thématiques, cette comparaison peut nous permettre de remarquer des éléments relativisant la nouveauté des supports du débat observée précédemment : les médias sont un terrain en constant renouvellement, et les

29 Olivier Tesquet, journaliste au *Télérama*, le définit comme "potin à fort potentiel de clic" dans son article "Lancement "amazing" du *Huffington Post* français" le 23 janvier 2012. Bill Keller, directeur de la rédaction du *New York Times*, lui reproche de n'offrir aucun renseignement original et vérifié. (Vince Coglianese, "Meet the *Huffpost* employees who don't fall for their own clickbait" *The Daily Caller*, 30 avril 2013)

30 Le quotidien a une réputation d'indépendance et de recherche sans concessions de la vérité depuis son implication dans la publication des rapports secrets du Pentagone sur la guerre du Viêt Nam en 1971 et les révélations sur le scandale du Watergate en 1972.

caractéristiques observées de 2008 à 2019 ne sont pas nécessairement propres à cette période et doivent également être resituées dans leur contexte historique.

A la lumière des nouveaux éléments apportés par la remise en contexte des débats autour des Marvel Studios, il faudra questionner la théorie qu'ils puissent ne pas refléter un renouvellement des guerres culturelles. Il nous est donc nécessaire de voir si les controverses que nous observons se cantonnent aux discours public ou si elles se manifestent concrètement dans la société, comme durant les décennies précédentes. Une explication plausible à ce phénomène d'autonomisation du débat dans les sphères médiatiques numériques pourrait être l'adaptation des médias au marché. Pour mener à son terme notre réflexion, nous nous pencherons plus en avant sur la question des acteurs, en observant leurs évolutions et essayant de définir leurs motivations pour tenter d'expliquer le basculement des objectifs et des logiques de ces médias qui constituent le débat.

CHAPITRE 1 : MARVEL, TERRAIN DE CONTROVERSES AIGU

Ce premier chapitre vise à introduire les débats autour des questions centrales de notre étude ; le racisme, le sexisme, et la discrimination des personnes queer. Les années 2010 sont en effet le théâtre d'une remise en question d'une partie de la société sur ces différentes oppressions, à des rythmes et modes différents. Ainsi, certains chercheurs comme Michael Omi³¹ dénoncent dans leurs travaux le racisme latent dans les œuvres culturelles contemporaines américaines et démontrent ainsi d'une prise de conscience récente sur le sujet, dans laquelle se placent une grande partie des controverses autour des films Marvel. Même constat sur la sensibilisation de la société aux questions féministes, avec par exemple les chercheuses en psychologie Cassandra Brix et Jennifer Connor³² qui travaillent sur les tropes sexistes véhiculés par des personnages dans le cinéma populaire comme dans le film Marvel *Iron Man 2*.

Le courant transdisciplinaire de la *queer theory* rassemble de nombreux écrits portant sur la représentation des personnes LGBT+ dans le cinéma contemporain, c'est par exemple le cas de l'expert en médias et culture moderne Karl Schoonover³³. Dans son ouvrage il propose une grille de lecture queer de divers films à travers le monde, incluant le cinéma Hollywoodien, et montre comment certains personnages peuvent déconstruire l'homophobie et transphobie banalisés ou au contraire de s'y inclure et renforcer ces oppressions. Nous nous penchons ici sur toutes ces pensées, issues du courant des *cultural studies*, qui théorisent que certaines formes de dominations s'exercent par le biais du cinéma, et de leur écho chez un public particulier, relayé par les médias numériques. Une certaine partie de la société s'est en effet approprié ces thématiques, et en débat avec les producteurs culturels majeurs que représentent les Marvel Studios par le biais de polémiques qui prennent place et se structurent sur les réseaux sociaux.

31 Omi, Michael. "In Living Color: race an American Culture". *Celluloid Dreams: How Film Shapes America* [en ligne], 2010. La plupart des chapitres de l'ouvrage est d'ailleurs consacrée à cette thématique et est ainsi révélateur d'une tendance de la recherche dans laquelle nous nous inscrivons ici.

32 Brix Cassandra, Connor Jennifer, "Iron Man 2", *Journal of feminist family*, [en ligne], février 2011

33 Schoonover Karl & Galt Rosalind, "Queer cinema in the world", *Duke University Press*, Durham, 2016

A°) Un contexte propice à la multiplication de polémiques

I. Matérialiser la diversité

a) La remise en question du racisme hollywoodien

L'un des sujets les plus sensibles pour l'industrie du cinéma américain est la question de la représentation de des diverses communautés ethniques et culturelles qui composent la société états-unienne. Cette thématique est très visible en ce qui concerne les films des Marvel Studios au travers de plusieurs controverses. Ainsi, notre corpus de sources comptant 136 articles en contient 70 portant sur la question du racisme. La question du *white-washing*³⁴ par exemple revient ainsi de manière récurrente, notamment autour de *Doctor Strange* de Scott Derrickson, sorti en 2016. L'un des personnages secondaires les plus importants de l'intrigue est L'Ancien (*The Ancient One*), qui dans la bande-dessinée est un vieil homme tibétain. Or, le choix de casting s'est porté sur Tilda Swinton pour ce rôle, une femme caucasienne. Ainsi, bien que la grande majorité du film se déroule en Asie, le film ne comporte qu'un seul personnage parlant incarné par un acteur asio-américain, Wong, joué par Benedict Wong.

Cela a généré le mécontentement d'une partie du public, soutenu par plusieurs acteurs concernés par cette forme d'invisibilisation au profit d'acteurs blancs ainsi que le MANAA³⁵ qui demandent des explications aux studios et au réalisateur pour leurs choix. Kevin Feige³⁶, président de Marvel Studios, se défend en annonçant avoir voulu éviter de tomber dans le stéréotype raciste dit du "vieux sage asiatique", cependant cette explication ne satisfait pas

34 Le *white-washing* est une pratique de casting de l'industrie du cinéma consistant à faire jouer par des acteurs blancs des personnages initialement non-blancs.

35 Le Media Action Network for Asian Americans est une organisation basée sur le bénévolat créée en 1992 pour surveiller toutes les facettes des médias, incluant le cinéma, et y défendre une représentation équilibrée des asio-américains. Sa seule existence démontre bien de la force des tensions autour du sujet.

36 Il est considéré comme l'architecte et créateur de l'univers cinématographique Marvel, supervisant chacun des films qui le composent, les planifiant et coordonnant les différents réalisateurs et artistes selon la ligne directrice qu'il souhaite donner à l'œuvre : il est donc le porte-parole principal des Marvel Studios.

pour la presse : elle n'explique pas la rareté de personnages asiatiques parlants dans le film. De plus, pour beaucoup, Marvel a déjà par le passé trouvé le moyen de représenter de manière neutre des personnages issus de stéréotypes de comics³⁷ : c'est le cas pour Wong, qui dans les bande-dessinées est le second couteau de Doctor Strange (trope de "l'acolyte asiatique"), et dans le film est son supérieur et a un rôle clé dans le scénario. Ainsi, pour plusieurs journalistes du Washington Post, dont notamment Alyssa Rosenberg et Gene Park, adapter un personnage racisé dans un film n'implique pas de reproduire les stéréotypes racistes desquels il est l'objet, la réponse fournie par Feige n'est donc pas vue comme satisfaisante.

Une autre justification existe à ce *white-washing*, cette fois d'ordre géopolitique, fournie par le scénariste Robert C. Cargill lors d'un entretien³⁸. Selon lui, le Tibet est un endroit qu'il est complexe d'évoquer dans un long-métrage ayant une audience internationale, car reconnaître son existence revient à prendre le risque de perdre les droits de diffusion en Chine. Or, ce serait pour Marvel Studios une perte économique considérable étant donné que le public chinois représente une très grande part du box-office ; 16,1 % des recettes du film, soit plus de 109 millions de dollars³⁹.

Cependant, ce prétexte est également sujet à des remises en question au regard du film : celui-ci ne se déroule pas ni n'évoque pas une seule fois le Tibet contrairement au comics. Dans le long-métrage, le personnage de l'Ancien réside au Népal et la majorité de l'action a lieu entre Katmandou et Hong-Kong. Un acteur ou une actrice d'origine asiatique dans le rôle n'aurait donc pas plus pris le risque de perdre le public chinois que Tilda Swinton. La réponse finale de Cargill face à ces critiques achève de provoquer le mécontentement du public : "On savait que les *social justice warriors*⁴⁰ seraient en colère dans tous les cas"⁴¹.

37 C'est par exemple le cas pour *Luke Cage*, dont le comics contient beaucoup de clichés sur Harlem et sa population mais dont l'adaptation en série a été très bien accueillie et n'a subi aucune critique du genre.

38 Double Toasted, *Exclusive ! Doctor Strange writer "C. Robert Cargill" – Double Toasted interview*, Youtube, 22 avril 2016, 17:54

39 *Boxofficemojo.com*

40 Expression péjorative souvent abrégée SJW et désignant les personnes défendant des causes sociales dites progressistes (c'est à dire tous les questionnements qui nous intéressent ici) de manière jugée extrémiste.

41 Double Toasted, *ibid.* 21:25

Cette polémique survient dans un contexte où le *white-washing* de personnages asiatiques est un sujet particulièrement décrié, *Doctor Strange* sortant en même temps que l'annonce de casting d'un film très critiqué pour les mêmes raisons ; *Ghost in the Shell* de Rupert Sanders, dont la protagoniste, asiatique dans les bande-dessinées duquel le long-métrage est adapté, est jouée par Scarlett Johansson, également une actrice blanche. Les deux polémiques sont similaires, et bien que la seconde donne lieu à davantage de débats étant donné qu'il s'agit du personnage principal, elles sont souvent rapprochées dans les médias⁴². Ces controverses font également écho à celle autour de l'actrice Emma Stone ayant eu lieu très peu de temps auparavant en 2015. Dans le film *Aloha* de Cameron Crowe, celle-ci, caucasienne, joue le rôle de l'héroïne chinoise et hawaïenne Allison Ng, ce qui suscite un débat et l'amène à présenter des excuses publiques.

Autre élément participant à ce contexte de remise en question de la visibilité des acteurs asio-américains dans le cinéma hollywoodien, l'année 2016 voit également la sortie du film d'action *The Great Wall* de Zhang Yimou. Le long-métrage développe une intrigue sur la Grande Muraille de Chine et le folklore médiéval chinois, mais dont le personnage principal est européen (joué par Matt Damon), s'inscrivant ainsi dans le stéréotype du sauveur blanc. La polémique autour de *Doctor Strange* est à resituer dans tout ce contexte de tensions autour de l'invisibilisation des acteurs et actrices asio-américains. En témoignent les mails de l'actrice américano-coréenne Margaret Cho lorsqu'elle répond aux demandes d'information, perçues comme déplacées, de Tilda Swinton sur la polémique la concernant⁴³ :

Je pense que c'est juste une question de timing (les asio-américains sont fatigués de ne pas avoir de rôles même si le personnage recherché est de descendance asiatique) et que le casting l'Ancien a été utilisé comme un autre exemple de *whitewashing*. [...] Tu devrais savoir que cette colère s'est construite pendant de très nombreuses années d'invisibilité dans les films / la télévision / les médias et qu'elle n'explose que maintenant avec ce film. Et ce n'est pas juste toi, c'est également dirigé à Scarlett Johansson pour *Ghost in the Shell*.

42 Carla Herrera Russo, "Scarlett Johansson and Tilda Swinton spark "Whitewashing" Fury. Again.", *Huffington Post*, 27 avril 2017. Cet article évoque le retour des polémiques de *white-washing* concernant les deux actrices lorsque toutes deux sont présentes dans le film *Isle of Dogs* de Wes Anderson (2018) se déroulant au Japon.

Mary Papenfuss, "Asian actress wear t-shirt to clapback at Scarlett and Emma and Tilda and Matt", *Huffington Post*, 04 avril 2017.

43 Cole Delbyck, "Tilda Swinton releases email exchange with Margaret Cho about white-washing in *Doctor Strange*", *Huffington Post*, 17 décembre 2016

Dans ce contexte, l'annonce en 2019 de Marvel Studios de produire un film centré sur le super-héros chinois Shang-Chi, joué par l'acteur asio-américain Simu Liu, provoque beaucoup d'attentes d'une partie du public. Ce choix peut être interprété comme une réponse de Marvel aux polémiques dont l'entreprise et le cinéma hollywoodien en général font l'objet, d'autant plus que le choix du réalisateur s'est porté sur Destin Daniel Cretton, et celui du scénariste sur David Callaham, tous deux asio-américains. Il ne paraît pas innocent non plus que les studios aient annoncé que le casting sera à majorité composé d'américains d'ascendance asiatique et d'asiatiques⁴⁴. La sociologue américaine Nancy Wang Yuen concourt à cette théorie des Marvel Studios qui répondraient aux attentes des fans avec ce film : "L'arrivée de *Shang-Chi* arrive tout particulièrement à point nommé, étant donné que les asio-américains sont le groupe se développant le plus rapidement aux États-Unis"⁴⁵.

Pour toutes ces raisons, l'arrivée du film est très attendue par la presse, ce qui est visible dans plusieurs articles : "Marvel espère probablement que *Shang-Chi* participera à détruire le mythe hollywoodien de longue date comme quoi les personnes racisées ne font pas de bons scores d'audience, suivant le succès de *Crazy Rich Asians* l'année dernière, qui a fait un tabac au box-office après être devenu le premier film en 25 ans avec un casting majoritairement asiatique"⁴⁶ "Le premier super-héros asiatique à arriver sur le grand écran d'Hollywood pourrait bouleverser les anciennes images du bien et du mal"⁴⁷. Ces articles révèlent bien l'attente de la presse numérique, et donc théoriquement du public auquel elle s'adresse, si ce n'est d'une partie de la société concernée ou non par ces problématiques.

44 Les acteurs annoncés jusqu'à présent sont Simu Liu, Nora Lum (surnommée Awkwafina), Tony Chiu-Wai Leung, Fala Chen et Calvin Chen, tous asio-américains. Source : *imdb.com*

45 Nancy Wang Yuen, "Reel Inequalities : Hollywood actors and racism", Rutgers University Press, Rutgers, 2016, p87

46 Marina Fang, "Marvel's first movie with an asian lead character is moving forward", *huffingtonpost.com*, 13 mars 2019

47 Kimberly Yam, "How Simu Liu's role of Shang Chi could change how we see saviors", *huffingtonpost.com*, 31 juillet 2019. Le titre de l'article en lui-même démontre des attentes envers ce film, tout comme son sous-titre : "Alors que les super-héros masculins et blancs ont dominé nos notions de patriotisme et de combat pour le bien commun, le Shang-Chi de Liu pourrait secouer l'industrie"

b) *Black Panther*, le poids des représentations

En ce qui concerne la représentation de la diversité ethnique et culturelle de la société américaine dans les polémiques autour du Marvel Studios, le film qui a fait le plus parler de lui est *Black Panther*, réalisé par Ryan Coogler en 2018. Ainsi, sur les 70 articles de notre corpus portant sur la thématique de la diversité et du racisme, 54 traitent de questions relatives à ce film en particulier. Comme nous l'avons brièvement vu en introduction, le personnage de fiction est depuis sa création intimement lié aux enjeux de l'antiracisme et à la place communauté afro-américaine dans la société. Cependant, son adaptation au cinéma dans la fin des années 2010 a une signification particulière pour beaucoup, prenant place peu de temps après le mouvement #oscarssowhite.

La célèbre cérémonie des Oscars, ayant lieu chaque année à Los Angeles depuis 1929 et récompensant l'excellence cinématographique, a été soumise à une controverse en 2016. Pour la deuxième année consécutive, les 20 acteurs nominés sont tous blancs (ce qui n'est pas arrivé depuis 1999), en incluant les réalisateurs, seul le Mexicain Alejandro Gonzalez se démarque dans cette hégémonie. Cela provoque une certaine indignation, notamment au regard des long-métrages *Beasts of no nation* (Cary Joji Fukunaga), *Creed* (Ryan Coogler), et *Straight outta Campton* (F. Gary Gray) tous des succès critiques et publics⁴⁸ sortis cette même année mais qui n'ont pas obtenu l'attention du jury, à l'exception du dernier, récompensé pour son scénario, écrit par quatre auteurs blancs.

Cela soulève des questions sur l'académie, qui en 87 ans d'histoire n'a décerné de prix qu'à 14 acteurs noirs, et encore moins aux autres minorités ethniques : 5 artistes latino-américains, 3 de descendance asiatique et un seul natif américain. Le mécontentement face à ce manque de représentation de la diversité se structure avec le mouvement Twitter #OscarsSoWhite (les oscars sont si blancs) créé par April Reign, rédactrice à BroadwayBlack⁴⁹. Seulement quelques jours après les annonces des nominations il provoque une vague de boycotts de la cérémonie de la part d'artistes influents ; Spike Lee,

⁴⁸ *Beasts of no nation* reçoit 9 récompenses et 14 nominations, et totalise 91% de critiques positives sur rottentomates.com et 79/100 sur metacritic.com, ce qui est d'autant plus impressionnant que par rapport aux autres productions citées il est réalisé avec un faible budget (6 millions de dollars)

Creed est récompensé 23 fois et nominé 29 fois, et fait les scores de 95% et de 82/100 sur les mêmes sites

Straight outta Campton reçoit 15 prix et 30 nominations, et obtient 88% et 72/100 sur les deux sites critiques

Will Smith, Jada Pinkett Smith, Michael Moore, Mark Ruffalo (qui décide tout de même de s'y rendre en soutien aux victimes de pédophilie), Lupita Nyong'o⁵⁰ et George Clooney. La controverse prend une ampleur nationale et le président Obama s'exprime publiquement dessus, en faveur de la remise en question, demandant si chacun a réellement une chance équitable d'être récompensé aux Oscars.

Une semaine après les annonces, le conseil exécutif de l'académie se réunit et vote à l'unanimité de doubler les membres issus de minorités ethniques d'ici 2020. En effet, d'après le rapport du Los Angeles Times de 2012, jusque là 94% des votants pour la cérémonie sont caucasiens, ce qui est un autre grand sujet de critique de cette polémique. C'est dans ce contexte de friction autour de la reconnaissance des afro-américains dans le milieu hollywoodien que Marvel Studios produit en 2018 *Black Panther*, qui rencontre un très grand succès. Il rapporte 1,3 milliards de dollars pour un budget de 200 millions, le classant 9ème parmi les plus gros succès au box-office mondial, troisième film le plus rentable aux États-Unis, deuxième le plus rentable au monde en 2018, et production d'un réalisateur noir ayant le plus rapporté dans l'histoire du cinéma. En terme de succès critique il reçoit 3 oscars (étant le premier film de super-héros à obtenir ces récompenses) est nommé pour 4 autres, en plus de 148 nominations et de 82 autres prix.

Les chiffres de son succès dévoilent également qu'il prend une importance toute particulière aux États-Unis, seul endroit où il est le film du MCU à rapporter plus que *Avengers : Infinity War*, première partie du final de la saga. Cette réussite démontre bien d'une certaine tension autour de la question de la race dans la société états-unienne des années 2010⁵¹. Le long-métrage, réalisé par Ryan Coogler (réalisateur afro-américain également auteur de *Creed* qui a suscité la polémique deux ans plus tôt), ouvre ainsi de nombreuses conversations et réflexions à propos du racisme. Les médias sont dithyrambiques à son sujet,

49 Une organisation créée en 2012 pour mettre en valeur le talent les acteurs de théâtre afro-américains afin de leur donner plus de visibilité dans le milieu, de même que pour le MANAA, sa présence est un témoin de l'importance prêtée au sujet durant cette période.

50 Mark Ruffalo joue l'un des protagonistes de l'univers cinématographique Marvel, Hulk, et Lupita Nyong'O incarne le personnage secondaire de Nakia apparaissant pour la première fois dans *Black Panther*.

51 Tensions raciales qui finissent d'ailleurs par exploser dans le pays après les événements survenus à Minneapolis le 25 mai 2020

la majorité des articles revenant sur les mérites du film dans la promotion de la diversité culturelle et sur les raisons de son succès jugé mérité.

Ainsi, nous retrouvons dans notre corpus de nombreux articles portant sur la réussite du film comme, entre autres : "Black Panther bat un nombre incroyable de records au box-office"⁵², " Les réalisateurs noirs marquent l'histoire au box-office de ce week-end"⁵³, ou encore "Black Panther coule Titanic au box-office de ce weekend, Twitter fonce à plein moteur"⁵⁴, tous produits par le Huffington Post. Nous retrouvons le même type d'articles, légèrement moins nombreux toutefois, chez le Washington Post : "Black Panther continue de pulvériser les records, dépassant toutes les attentes au box-office et faisant l'histoire "⁵⁵, " Les critiques de Black Panther disent que c'est un monument, un classique, et en gros tous les autres superlatifs"⁵⁶.

Autre type d'article présent en grande quantité, ceux évoquant les diverses polémiques développées à propos du film. Pourtant, ce long-métrage n'a été le sujet d'aucune controverse de grande ampleur (à l'inverse de *Doctor Strange* par exemple), sont donc mis en valeur plusieurs conflits que nous appellerons ici "mineurs", portant sur des sujets variés autour du film, et sur lesquels peu de littérature est produite. En ce qui concerne le Huffington Post, cela regroupe des chroniques telles que ; " Une compagnie de vol britannique pense réellement que Lupita Nyong'o vient du fictionnel Wakanda"⁵⁷, " Des trolls postent de fausses histoires prétendant avoir été attaqués à des séances de Black Panther"⁵⁸ ", "Forever 21 met un

52 Elyse Wanshel, "Black Panther breaks an insane number of box-office records", *HuffingtonPost.com*, 21 février 2018

53 Andy McDonald "Black filmmakers make history at the box-office this weekend", *HuffingtonPost.com*, 11 mars 2018. L'article porte à moitié sur *Black Panther* et à moitié sur *A Wrinkle in Time* de Ava Duvernay

54 Jenna Amatulli, "Black Panther sinks Titanic at the box-office this week-end, Twitter goes full steam ahead", *HuffingtonPost.com*, 09 avril 2018

55 Izadi Elahe, "Black Panther keeps smashing records, exceeding box-office expectations and making history", *WashingtonPost.com*, 25 février 2008

56 Michael Cavanaugh, "Black Panther reviews says it's a landmark, a classic and basically every other superlative" *WashingtonPost.com*, 06 février 2008

57 Taryn Finley, "British airways magazine really thinks Lupita Nyong'o is from fictional Wakanda" *HuffingtonPost.com* 05 septembre 2017

58 Hilary Hanson "Trolls are posting fake stories about being attacked at Black Panther showings", *HuffingtonPost.com*, 17 février 2008

mannequin blanc dans un sweat-shirt Wakanda et certaines personnes en sont furieuses"⁵⁹ ou encore "Le fronton de cinéma Black Panther vandalisé avec une insulte raciste"⁶⁰.

Il existe le même type de productions autour de ce que l'on pourrait appeler des "polémiques mineures", bien que tout aussi intéressantes, chez le Washington Post, avec des sujets plus orientés sur les détracteurs du film et moins sur ses produits dérivés : "Un groupe d'Alt-droite menace d'attaquer Black Panther sur Rotten Tomatoes, mais le site se défend"⁶¹, "Comment les nationalistes blancs tentent de récupérer Black Panther"⁶², ou "Oui, n'importe quel enfant peut porter un déguisement de Black Panther, disent les créateurs ayant participé à façonner le personnage"⁶³. Toutes ces affaires n'ont qu'un article dédié dans un seul média, elles n'ont pas l'impact de controverses comme celles autour du *white-washing* qui font beaucoup parler d'elle comme nos l'avons vu précédemment.

Enfin, la plupart des articles portant sur *Black Panther* ont pour sujet l'importance que politique et sociale de ce long-métrage pour la communauté afro-américaine. Ainsi, parmi les 54 articles consacrés au film, 37 évoquent ses conséquences positives dans les imaginaires collectifs et la société. En ce qui concerne le Huffington Post on peut notamment citer les articles suivants ; "Black Panther a débuté les conversations les plus vitales (et inconfortables) de 2018"⁶⁴, "Sterling K. Brown : 'Black Panther est politiquement ingénieux et socialement

59 Carly Ledbetter "Forever 21 put a white model in a Wakanda sweater and some people are pissed", *HuffingtonPost.com*, 13 décembre 2018

60 David Moye, "Movie theater's Black Panther marquee vandalized with racist slur", *HuffingtonPost.com*, 08 mars 2018

61 Michael Cavna, "An alt-right group threatened to attack Black Panther on Rotten Tomatoes – but the site is fighting back" *WashingtonPost.com*, 02 février 2018

62 Craig Timber, Drew Harwell & Steven Zeitchik "How white nationalists are trying to co-opt Black Panther", *WashingtonPost.com*, 14 mars 2018

63 Michael Cavna & David Betancourt "Yes, any kid can wear Black Panther costume, say creators who helped shape the character", *WashingtonPost.com*, 30 octobre 2018

64 Shanita Hubbard, "Black Panther started the most vital (and uncomfortable) conversations of 2018", *HuffingtonPost.com*, 21 décembre 2018

pertinent"⁶⁵ , "Ces photos d'enfants noirs regardant Black Panther mettent en évidence pourquoi ce film était nécessaire"⁶⁶.

La même tendance est observable chez le Washington Post, en plus grande quantité encore que pour le Huffington Post, quelques exemples notables ; "'Un différent type de super-héros' : pourquoi Black Panther voudra dire autant pour beaucoup"⁶⁷, "Pourquoi le Wakanda importe"⁶⁸, "Black Panther est plus qu'un nom, c'est une identité"⁶⁹. Particularité du Washington Post, en plus de ces nombreuses réflexions sur les apports socio-politiques du film nous retrouvons également quelques analyses de leurs limites. Ainsi, l'article "Black Panther donne l'impression d'être radical, mais également muet lorsqu'il s'agit de dépeindre l'Amérique"⁷⁰ vante la réflexion du film autour de la question de la colonisation, mais critique le fait qu'il ne promeuve pas de changement radical structurel comme réponse au néocolonialisme et au racisme institutionnalisé, ainsi que son non-engagement face aux questions qu'il soulève sur les diasporas africaines autour du monde.

Autre exemple, de la même auteure ; "Qu'est-ce qui rendrait réellement Black Panther et Captain Marvel révolutionnaires"⁷¹, qui est publié après l'annonce du film en 2014, mais quatre ans avant sa sortie en salle. Ici la journaliste parle donc de ses attentes à propos du long-métrage, et émet des doutes quand aux nombreuses suppositions comme quoi le film pourrait résoudre le problème du racisme hollywoodien et déconstruire l'hégémonie des super-héros blancs. L'article "Black Panther vient juste de battre les records au box-office.

65 Brennan Williams, "Sterling K. Brown : 'Black Panther is politically astute and socially relevant'", *HuffingtonPost.com*, 13 janvier 2017

66 Chris McGonigal, "These photos of black kids watching Black Panther highlight why this film was needed", *HuffingtonPost.com*, 22 février 2018

67 David Betancourt, "'A different kind of superhero' : Why Black Panther will mean so much to so many", *WashingtonPost.com*, 09 février 2018

68 Ishaan Tharoor, "Why Wakanda matters", *WashingtonPost.com*, 20 février 2018

69 Kristen Page-Kirby, "Black Panther is more than a name, it's an identity", *WashingtonPost.com*, 16 février 2018

70 Alyssa Rosenberg, "Black Panther feels radical, but also mute when it comes to portraying America", *WashingtonPost.com*, 22 février 2018.

71 Alyssa Rosenberg, "What would really make Black Panther and Captain Marvel revolutionary", *WashingtonPost.com*, 28 octobre 2014.

Cependant, certains s'inquiètent que cela soit l'exception, pas la règle⁷² confirme après la sortie de *Black Panther* les inquiétudes émises face à l'insuffisance de ce seul film. Il nuance le succès du long-métrage en pointant que si il reste un phénomène unique et ponctuel il n'aura pas l'impact que la presse numérique lui attribue.

Après la série d'articles louant le succès du film et celle évoquant des polémiques "mineures", ce dernier ensemble de productions, le plus conséquent, témoigne bien de la force de cette problématique de la représentation. Cette idée comme quoi le film a une influence importante et bénéfique sur les imaginaires collectifs est ainsi très présente dans la presse numérique, notamment au *Washington Post*, on pourrait la résumer avec cette citation :

Grâce à, et à cause de, ce climat racial de plus en plus clivant, la représentation de personnes de couleur dans de grands espaces importe. Cela ne peut être sous-estimé. L'imagination forme l'opinion, et l'opinion forme l'action. Les biais selon lesquels nous sommes encouragés à nous imaginer façonnent ce que nous pensons pouvoir devenir. Et, bien sûr, ce que nous pensons modèle ce que nous sommes. Cela importe qu'une petite fille noire puisse désormais plus facilement s'imaginer en princesse. C'est percutant qu'un jeune homme noir ait l'opportunité de se voir comme un roi ou un super-héros, pas seulement comme un méchant ou un criminel.⁷³

72 Steven Zeitchik, "Black Panther just broke box-office records. But some worry it'll be the exception, not the rule.", *WashingtonPost.com*, 18 février 2018.

73 Christine Emba, "Black Panther is a black triumph, America is afraid of those", *WashingtonPost.com*, 17 février 2018

II. De multiples remises en question de la place de la femme

a) *Marvel et la quatrième vague de féminisme*

En plus de cette atmosphère tendue autour de la question du racisme, Hollywood, et donc les Marvel Studios, sont confrontés entre 2008 et 2019 à la prise d'importance d'une autre problématique dans le discours public ; le sexisme. Tout comme la dénonciation des inégalités raciales qui se concrétise et se rend visible avec le mouvement *#Oscarssoywhite* en 2016 (année à partir de laquelle les questionnements autour du racisme dans le cinéma se multiplient), le mouvement *#metoo* prend place en 2007 et incarne très bien ce contexte de réflexions sur le sexisme. Initié par la militante américaine Tarana Burke (née en 1973) pour dénoncer les violences sexuelles et créer un réseau de solidarités de victimes d'agressions, le mouvement social prend une autre tournure en 2017 avec l'affaire Weinstein.

Harvey Weinstein (né en 1952) est un producteur de cinéma très influent, directeur de Miramax Films et de The Weinstein Company, il est l'un des plus primés d'Hollywood entre la fin du 20ème et le début du 21ème siècle. En octobre 2017, plusieurs journaux rapportent à son encontre des accusations de harcèlement et d'agressions sexuelles et de viols provenant d'une douzaine de femmes. Les témoignages se multiplient rapidement, et avec la très forte médiatisation de l'affaire de nombreuses autres personnalités publiques, notamment issues du monde du cinéma, se voient reprochées des faits similaires. L'actrice Alyssa Milano encourage le 15 octobre 2017 toutes les victimes d'agressions sexuelles à publier le hashtag *#metoo*, pour faire réaliser à tous l'ampleur du problème⁷⁴.

Bien que concernant au départ les violences sexuelles (notamment subies par les femmes, bien que quelques hommes comme l'acteur Terry Crews aient aussi témoigné), le mouvement a un impact sur diverses formes d'inégalités et d'oppressions basées sur le genre, comme les inégalités salariales⁷⁵. Il s'inscrit pleinement dans ce que plusieurs experts

74 200 000 réponses sont publiées entre midi (heure de la publication initiale) et la fin de la journée, 500 000 jusqu'au lendemain. Sur Facebook, en 24 heures le terme est utilisé par 4,7 millions de personnes dans 12 millions de publications, et la plateforme annonce que 45% des utilisateurs états-uniens ont un contact l'ayant posté. (sources : Sini, Rozina "MeToo and the scale of sexual abuse", *BBC News*, 16 octobre 2017
Lisa Respers "#MeToo: Social media flooded with personal stories of assault", *CNN*, 16 octobre 2017)

75 Gloria Feldt, "How Companies Must Adapt in the #MeToo Era". *Motto*. 01 février 2018

définissent comme le féminisme de "quatrième vague"⁷⁶, qui cherche une justice plus équitable pour les femmes, et combat tout type d'agressions et de discriminations sexuelles en ayant notamment recours à une médiation de masse. Si il s'exporte rapidement à l'internationale par le biais des réseaux sociaux (avec des traductions comme #balancetonporc en français), le mouvement conserve une importance particulière aux États-Unis et notamment dans l'industrie hollywoodienne, où et la place des femmes devient un sujet de première importance.

Marvel Studios ne fait pas exception et doit prendre position face à ces enjeux sociétaux, nous avons ainsi dans notre corpus plusieurs articles portant des réflexions et des polémiques quant au rôle des femmes notamment au sein de ses productions. On peut citer l'affaire des acteurs insultant le personnage féminin de Black Widow. Chacun des deux quotidiens y dédie un article le même jour : "Chris Evans & Jeremy Renner font face à des réactions violentes après avoir appelé Black Widow une salope dans une interview"⁷⁷ pour le Huffington Post et "Pourquoi cela importe que les stars d'Avengers Chris Evans et Jeremy Renner aient insulté Black Widow"⁷⁸ pour le Washington Post. L'histoire ne provoque pas de scandale de grande ampleur, mais l'indignation du public et de la presse pousse tout de même les deux acteurs à présenter des excuses en public, tout d'abord Chris Evans :

Hier, on nous a demandé de confirmer les rumeurs selon lesquelles Black Widow aurait voulu être dans une relation avec à la fois Captain America [personnage masculin joué par Chris Evans] et Hawkeye [personnage masculin joué par Jeremy Renner]. Nous avons répondu de manière très puérile et offensante qui a contrarié certains fans à juste titre. Je le regrette et m'excuse sincèrement.

Puis Jeremy Renner peu de temps après annonce " Je suis désolé que cette blague de mauvais goût ait offensé qui que ce soit. Ce n'était censé être sérieux en aucune manière. C'était

76 On peut situer les débuts de cette phase du féminisme en 2013 comme le fait Baer Hester dans "Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism " *Feminist Media Studies*, 02 janvier 2016. Bien que plusieurs experts comme Denisa-Adriana Oprea réfutent l'idée de ce découpage en "vagues" jugé simplificateur et masquant les avancées "inter-vagues", il permet de faire ressortir les idéologies qui émergent ou progressent le plus durant une période donnée et avec quelle intensité, relative.

77 Jessica Goodman, "Chris Evans & Jeremy Renner face backlash after calling Black Widow a slut in interview" *HuffingtonPost.com*, 23 avril 2015

78 Caitlin Moore, "Why it matters that Avengers stars Chris Evans and Jeremy Renner insulted Black Widow" *WashingtonPost.com*, 23 avril 2015

seulement une taquinerie durant un tour de presse épuisant et pénible." ⁷⁹ Les excuses de ce dernier sont toutefois sujettes à des remises en question lorsqu'il soutient puis réitère ses propos ultérieurement sur un plateau de télévision⁸⁰.

Cet évènement montre bien les tensions qui règnent dans autour de la question de la femme dans l'industrie du cinéma, qui se manifestent dans d'autres polémiques qualifiables de "mineures" comme celle autour des produits dérivés des films évoquée dans deux articles du Huffington Post : " Mark Ruffalo veut savoir où sont tous les produits Black Widow"⁸¹ et "Où est Black Widow ? Twitter critique Marvel pour l'avoir exclue du marché"⁸². Cette controverse est tout d'abord lancée par l'acteur Mark Ruffalo, acteur de l'un des personnages principaux des films, qui s'étonne de la sous-représentation des femmes dans les jouets Marvel. Le Huffington Post se penche sur plusieurs autres cas de personnalités critiquant le sexisme de l'industrie, ce qui est révélateur de la crispation d'Hollywood et du public autour de ce sujet : "Karen Gillan se porte volontaire pour diriger un film Marvel composé entièrement de femmes"⁸³, "Evangeline Lilly descend en flamme les personnages masculins de Marvel pour leurs plaintes sur leurs costumes"⁸⁴.

Parmi ces controverses que l'on pourrait qualifier de "mineures" dans leur impact (comme celles vues précédemment autour du racisme), une polémique prend plus d'importance dans le discours public. Elle concerne James Gunn, réalisateur de *Guardians of the Galaxy* (2014) et *Guardians of the Galaxy vol.2* (2017), qui a tenu sur les réseaux sociaux des propos se voulant humoristiques sur le viol entre 2008 et 2012. La découverte de ces publications controversées amène Disney, propriétaire de Marvel Studios, à le licencier le

79 Jessica Goodman, *Ibid.*

80 Team Coco, *Jeremy Renner on calling Black Widow a slut – Conan on TBS*, Youtube, 4 mai 2015

81 Nick Visser "Mark Ruffalo wants to know where all the Black Widow merchandise is", *huffingtonpost.com*, 29 avril 2015

82 Sara Boboltz, "Where's Black Widow ? Twitter calls Marvel out for excluding her on merch", *huffingtonpost.com*, 03 août 2015

83 Leigh Blickley, "Karen Gillan volunteers to direct all-female Marvel movie", *huffingtonpost.com*, 26 avril 2018

84 Jenna Amatulli, "Evangeline Lilly slams Marvel's male characters for suit complaints", *huffingtonpost.com*, 25 juin 2018

vendredi 20 juillet 2018 afin de sauvegarder son image publique, bien qu'il préparait la réalisation d'un long-métrage. Cependant, la mobilisation d'une partie du public et de personnalités publiques à l'encontre de cette décision convainc les exécutifs de l'entreprise de revenir sur leur décision en mars 2019.

Une pétition en ligne reçoit environ 400 000 signatures, et plusieurs personnalités hollywoodiennes expriment leur désaccord avec Disney. Parmi ces prises de parole on peut notamment citer les acteurs principaux des films Marvel réalisés par Gunn ; Chris Pratt, Zoe Saldana, Dave Bautista, Bradley Cooper, Vin Diesel, Sean Gunn, Karen Gillan, Pom Klementieff, et Michael Rooker qui rédigent une déclaration commune de soutien au réalisateur et la signent "Guardians of the Galaxy", nom de l'équipe de super-héros qu'ils incarnent dans le long-métrage du réalisateur. Cette mobilisation est soutenue par la presse, sa médiatisation étant un enjeu primordial, ainsi, le Washington Post qui publie trois articles prenant position en faveur du réalisateur⁸⁵. Le silence du Huffington Post sur le sujet est d'autant plus surprenant que d'autres journaux en ligne du même type et de la même génération comme Collider, The Daily Dot et Vulture⁸⁶ critiquent la sanction de Disney.

Autre élément révélateur de la prise d'importance de questionnements féministes sur l'industrie du cinéma et plus particulièrement Marvel, on constate l'émergence de réflexions autour des personnages féminins et de leur traitement dans les films. Menées par la presse en ligne et notamment le Washington Post, l'existence de telles problématiques est assez révélatrice de l'importance accordée à l'industrie du divertissement sur les imaginaires. Quatre articles en particulier relèvent de cette catégorie : "La vision derrière l'apparence

85 Deux durant l'affaire : Michael Cavna, "For James Gunn, there is no return to be a major mainstream filmmaker", *WashingtonPost.com*, 21 juillet 2018

Emily Yahr, "Chris Pratt, 'Guardians of the Galaxy' cast sign letter urging Disney to rehire James Gunn", *WashingtonPost.com*, 30 juillet 2018

Et un lors de sa réembauche : Michael Cavna, "James Gunn is rehired to direct Disney/Marvel's 'Guardians of the Galaxy vol.3'", *WashingtonPost.com*, 15 mars 2019

86 Chris Illuminati, "168 000-plus sign the petition for Disney to rehire James Gunn", *The Daily Dot*, 23 juillet 2018

Devon Ivie, "Chris Pratt, Zoe Saldana, *Guardians of the Galaxy* cast write open letter to fully support James Gunn", *Vulture*, 30 juillet 2018

Adam Chitwood, "Whoa! James Gunn reinstated as Guardians of the Galaxy 3 director", *Collider*, 15 mars 2019

stupéfiante de Black Panther : ‘féminine, masculine, belle et forte’⁸⁷, "Oubliez Killmonger, les femmes du Wakanda sont les vraies révolutionnaires de Black Panther"⁸⁸, "Comment Gamora, Black Widow et les autres femmes de l’univers Marvel gèrent le sexisme"⁸⁹, "Le fort féminisme derrière Black Widow, et pourquoi les critiques ne peuvent y faire face"⁹⁰

Deux réflexions sont différenciables ici, la première portant sur le fort rôle joué par les personnages féminins du film *Black Panther*. D’après ces articles (idée que l’on retrouve dans plusieurs autres textes) le traitement des femmes dans le long-métrage est très progressiste ; les femmes y seraient fortes physiquement, intellectuellement et psychologiquement, indépendantes et autonomes, et sauvent à plusieurs reprises le héros, qui, bien qu’il soit leur roi, aurait rarement une position de domination sur elles. Le deuxième questionnement soulevé par Alyssa Rosenberg a pour sujet les héroïnes de l’univers Marvel, notamment Black Widow, qui est la plus présente dans la saga, et leur manière de combattre le sexisme dont elles sont victimes dans la fiction. En effet, plusieurs allusions directes à des tropes sexistes sont présents dans les long-métrages⁹¹, et la journaliste en étudie ici la pertinence. Ces pistes de réflexion féministes sur les super-héroïnes nous permettent d’ouvrir sur le grand sujet de polémiques autour des Marvel Studios ; l’inclusion de femmes comme protagonistes.

87 Robin Givhan, "The vision behind Black Panther’s stunning look : ‘feminine, masculine, beautiful and strong’, *WashingtonPost.com*, 22 février 2018

88 Karen Attiah, "Forget Killmonger – Wakanda’s women are Black Panther true revolutionaries", *WashingtonPost.com*, 01 mars 2018

89 Alyssa Rosenberg, "How Gamora, Black Widow and other Marvel women handle sexism", *WashingtonPost.com*, 04 août 2014

90 Alyssa Rosenberg, "The strong feminism behind Black Widow, and why the critiques don’t stand up", *WashingtonPost.com*, 5 mai 2015

91 Un des exemples les plus marquants et cités se situe dans *Avengers* (2012) de Joss Whedon, lors d’une scène de dialogue entre Black Widow et le personnage masculin de Loki, antagoniste du film et dieu de la manipulation. Cette dernière se fait passer pour fragile émotionnellement et laisse volontairement son ennemi prendre une position de domination sur elle afin qu’il lui révèle des informations sur son plan, elle renverse donc le trope de la faiblesse psychologique des personnages féminins pour l’utiliser à son avantage. Elle fait de même lors de sa scène d’introduction dans le film en se laissant volontairement capturer par la mafia, feignant un manque de force physique qu’on lui attribue étant donné son sexe afin d’obtenir des informations

b) l'attente d'une super-héroïne : *Black Widow* et *Captain Marvel*

Sans conteste, l'absence de film centré autour d'un personnage féminin est la reproche la plus fréquemment adressée à Marvel en ce qui concerne l'égalité hommes-femmes dans ses films. Ainsi, sur les 56 productions (Washington Post et Huffington Post confondus) portant sur la question du sexisme dans l'univers cinématographique Marvel, 42 concernent cette problématique. Cependant, les remarques connaissent une certaine évolution dans la durée. Le premier quotidien à s'emparer du sujet est le Huffington Post en 2011, et il exprime plus une attente optimiste autour d'un film dédié à une héroïne qu'une critique aux studios pour leur manque de représentation des femmes : "Scarlett Johansson pourrait avoir son propre film de super-héros ?"⁹². En effet, les adaptations de comics de super-héroïnes au cinéma n'ayant jusque-là pas été des succès⁹³, la rumeur d'un film sur *Black Widow* réjouit une partie du public et de la presse.

En l'absence de confirmation, les espérances tournent progressivement à la déception puis à l'impatience pour le quotidien (et donc pré-supposément son lectorat, soit une partie du public), ce qui est visible dans les trois articles suivants à paraître, du même auteur, séparés chacun d'une année : "Le dirigeant de Marvel dit qu'il n'y aura pas de film de super-héroïne avant 2016"⁹⁴, "Scarlett Johansson 'fera la requête à Marvel' d'un film *Black Widow*"⁹⁵ et "Joss Whedon : 'la misogynie silencieuse' de l'industrie empêche le développement de super-héroïnes"⁹⁶. En mai 2015, après la sortie de 11 films des Marvel Studios et toujours aucun signe d'un long-métrage ayant une femme pour protagoniste, des critiques plus affirmées commencent à apparaître. Une vidéo parodique diffusée sur Youtube connaît beaucoup de succès ; il s'agit d'une fausse bande-annonce pour un film Marvel centré sur *Black Widow*. La

92 Jordan Zakarin, "Scarlett Johansson getting her own superhero film ?" *HuffingtonPost.com*, 03 mai 2011

93 L'article évoque notamment *Catwoman* de Pitof (2004) et *Elektra* de Rob Bowman (2005) qui ont respectivement reçu 9% et 29% sur le site de critiques rottentomatoes.com ainsi que les notes de 27/100 et de 34/100 sur le site metacritic.com. Le second n'a rapporté que 13 millions de dollars, s'en sortant tout de même mieux que le premier qui a fait perdre 18 millions aux Warner Bros Studios qui l'ont produit.

94 Christopher Rosen, "Marvel Boss says female superhero film won't happen before 2016", *HuffingtonPost.com*, 21 octobre 2013

95 Christopher Rosen, "Scarlett Johansson will 'put the request in to Marvel' for *Black Widow* movie", *HuffingtonPost.com*, 21 mars 2014

96 Christopher Rosen, "Joss Whedon : 'quiet misogyny' within the industry prevents growth of female superheroes", *HuffingtonPost.com*, 29 janvier 2015

vidéo reprend de manière parodique de nombreux tropes sexistes et caricature ainsi l'incapacité des studios à mettre en avant une femme forte dans un film.

Dans notre corpus, trois articles sont consacrés à cette vidéo produite par le "Saturday Night Live", dont deux issus du *Washington Post*⁹⁷. La quantité d'articles évoquant l'absence de long-métrage centré sur une héroïne reste ensuite constante au cours des années suivantes (4 parus en 2016, puis 4 en 2017) mais fin 2017 la sortie de *Wonder Woman* par DC Comics, concurrent principal de Marvel, marque une augmentation de l'intensité de la polémique. En effet, cette sortie prouve qu'il est possible de créer un film de super-héros dont le protagoniste est féminin et de connaître un grand succès⁹⁸. Le long-métrage est également réalisé par une femme, Patty Jenkins, (un choix qui n'est pas anodin étant donné le contexte de crispations autour du sexisme dans le milieu hollywoodien), alors que la totalité des réalisateurs embauchés jusqu'ici par Marvel sont des hommes. *Wonder Woman* est acclamé pour sa représentation des femmes, renforçant les attentes et les reproches autour de Kevin Feige et des directeurs des Marvel Studios.

L'année 2018 voit donc une augmentation de la virulence et de la fréquence des critiques, des questions de plus en plus pressantes sont posées par la presse aux dirigeants de Marvel Studios. C'est également à ce moment qu'émergent la majorité des réflexions et polémiques vues précédemment sur la place des femmes dans l'entreprise et dans l'œuvre. Dans cette atmosphère tendue, l'annonce de *Captain Marvel*, film centré sur une super-héroïne et réalisé par une femme (Anna Boden, assistée de Ryan Fleck) ne paraît pas être un acte innocent mais bien motivé par un désir de pacifier ces tensions. De la même manière que pour *Shang-sui*, cela se pose comme une réponse aux critiques à l'encontre du studio⁹⁹. La communication autour du film ainsi que sa date de sortie officielle le confirment ; le film est diffusé dans les salles états-uniennes le 8 mars, journée internationale des droits de la femme.

97 Soraya Nadia McDonald, "SNL imagine what a Black Widow movie would look like, and comes up with a terrible romcom", *WashingtonPost.com*, 03 mai 2015

Michael Cavna "SEE : Video of the day : Scarlett Johansson's Black Widow in 'SNL's rom-com trailer", *WashingtonPost.com*, 04 mai 2015

98 Il devient le film dirigé par une femme ayant le plus rapporté avec 625 millions de dollars, est nommé 7 fois et récompensé 4 fois, obtient le score de 76/100 sur *metacritic.com* et 92% *rottentomatoes.com*

99 Brundige Alex, "The rise of Marvel and DC's transmedia superheroes: comic book adaptations, fanboy auteurs, and guiding fan reception", *Electronic thesis dissertation repertory of University of Western Ontario*, n°3104, 2015, p. 79

Captain Marvel est donc très attendu, il est d'ailleurs élu film le plus attendu de l'année 2019 par IMDb.com, ce qui explique qu'il soit et est le sujet le plus traité parmi tous les articles portant sur la question de la représentation de femmes, soit dans 20 sur 42. Nous pouvons regrouper ces articles selon les mêmes sous-catégories générales que pour *Black Panther* ; une partie porte sur la réussite du film, une autre sur des polémiques mineures qui émergent autour, et une dernière réfléchit sur ses potentiels enjeux sociétaux. Les articles exclusivement consacrés au succès du film¹⁰⁰ constituent ici la part la moins grande, au nombre de 4, mais ce sujet est évoqué dans beaucoup d'autres textes, on peut citer à titre d'exemples: "Captain Marvel s'élève jusqu'au plus gros week-end d'ouverture pour un film centré sur une femme"¹⁰¹ pour le Huffington Post et "Le succès fracassant de Captain Marvel nous montre que les conservateurs ignorent l'Alt-droite" pour le Washington Post, qui tente plus d'analyser les raisons de ce succès¹⁰².

Une seule controverse émerge sur *Captain Marvel* ; elle concerne les opposants aux messages féministes du film qui montent une campagne de *bombing*, c'est à dire qui entreprennent collectivement de surcharger les sites critiques de mauvaises notations, souvent au moyen de faux comptes, afin de faire baisser les notes moyennes du long-métrage et décourager les éventuels nouveaux spectateurs¹⁰³. Cette tentative se solde par un échec, contrée par le site en question, rottentomatoes.com, puisqu'elle en enfreint les règles. Cinq articles commentent cette affaire au total, 3 produits par le Washington Post et 2 par le Huffington Post, parmi lesquels notamment ; "Rotten Tomatoes annonce qu'un bug est

100 Qui en effet est bien reçu par la critique, nommé 28 fois et récompensé deux fois (deux autres récompenses restent en attente d'attribution suite à la crise sanitaire de mars 2020), le public lui attribue les notes de 78% sur rottentomatoes.com et de 64/100 sur metacritic.com, et il rapporte plus d'un milliard au box-office pour 160 millions de budget. (source : IMDb.com)

101 Marina Fang, "Captain Marvel soars to biggest global opening weekend for a female-fronted movie", *HuffingtonPost.com*, 11 mars 2019

102 Comme : Bethany Lacina, "The smash success of Captain Marvel shows us that conservatives are ignoring the alt-right", *WashingtonPost.com*, 15 mars 2019

103 Comme nous l'avons vu une campagne similaire a été menée à l'encontre de *Black Panther*, mais a fait moins couler d'encre que celle sur *Captain Marvel*, noyée dans les diverses polémiques ayant émergé sur le film de Ryan Coogler.

responsable du troll de Captain Marvel"¹⁰⁴, et "L'énorme week-end d'ouverture de Captain Marvel défie les trolls"¹⁰⁵.

La plupart des articles sur *Captain Marvel* sont consacrés à des questionnements son impact dans la société (11 sur 20), en effet, nous l'avons vu, la sortie tardive de ce premier film centré sur une femme a suscité une certaine attente. Les avis sont cependant plus mitigés ici que pour *Black Panther*, qui eux portaient quasi-exclusivement des retours positifs ; les journalistes prêtent tout de même un impact généralement bénéfique à *Captain Marvel*, mais expriment souvent une certaine déception face à ce qu'ils présentent comme un message féministe peu convaincant.

Le Washington Post notamment est assez critique avec 4 articles sur 6 questionnant les limites de l'impact du film et 2 vantant ses mérites, on peut citer : "Captain Marvel, le premier film de Marvel construit autour d'une femme, n'est pas le frisson valorisant qu'il voudrait être"¹⁰⁶ et "Captain Marvel est le 'Lean In'¹⁰⁷ des films de super-héros"¹⁰⁸. Au Huffington Post trois articles semblent satisfaits des messages transmis par Marvel (que ce soit par le film ou la communication faite autour) et un seul en critique les limites ; "Brie Larson utilise ses 'pouvoirs et privilèges' en tant que Captain Marvel pour recentrer la discussion sur les femmes"¹⁰⁹ est un bon exemple, tandis que "Allez voir 'Captain Marvel' pour le féminisme, restez pour le chat de l'espace"¹¹⁰ est le seul article adoptant la position opposée.

104 Bill Bradley, "Rotten tomatoes claim 'bug' responsible for 'Captain Marvel' trolling", *HuffingtonPost.com*, 08 mars 2019

105 Michael Cavanaugh, "'Captain Marvel's' huge opening defies the trolls", *WashingtonPost.com*, 11 mars 2019

106 Ann Hornaday, "'Captain Marvel' - Marvel's first movie built around a woman - is not the empowering thrill it wants to be" *WashingtonPost.com*, 05 mars 2019

107 Lean In est une association à but non lucratif visant à promouvoir l'égalité des sexes, créée en 2013 par Sheryl Sandberg et comptant désormais 2 000 000 de membres, sa création et son succès témoignent bien de la prise de conscience des problématiques féministes dans la société états-unienne des années 2010.

108 Alyssa Rosenberg, "Captain Marvel is the Lean in of superhero movies", *WashingtonPost.com*, 07 mars 2019

109 Alanna Vagianos, "Brie Larson is using her 'privileges and powers' as Captain Marvel to center women", *HuffingtonPost.com*, 12 février 2019

110 Bradley Bill & Marina Fang, "See Captain Marvel for the feminism, stay for the space cat", *HuffingtonPost.com*, 16 mars 2019

Encore une fois, les polémiques et réflexions développées par la presse autour de la saga des Marvel Studios démontrent bien de l'émergence d'une nouvelle problématique ; la représentation. Avoir une super-héroïne à laquelle chacune peut s'identifier ou un super-héros qui nous ressemble (dans le cas de Black Panther) tout en sortant des stéréotypes est devenu un enjeu de taille, que l'entreprise doit prendre en compte dans sa communication et sa production. Cela représente une preuve supplémentaire de l'impact que la presse (et avec elle une certaine partie du public, point que nous éluderons ultérieurement) attribue aux films et à la culture populaire sur les imaginaires collectifs et la société.

III. Inclure une pluralité de sexualités et de genres

a) Une libération de la parole

Le troisième grand sujet de controverses et de questionnements autour de l'univers cinématographique de Marvel concerne la communauté dite "LGBT+"¹¹¹. Dans les années 2010 cette catégorie de la population connaît également une prise d'importance dans le débat public, et comme pour les personnes racisées et les femmes, l'industrie du cinéma s'est rapidement retrouvée concernée par ces problématiques. Il faut cependant distinguer ici deux sujets ; la question du genre et celle de l'orientation sexuelle, qui sont deux thématiques différentes, mais qui, marginalisés de la même manière par la société, se sont regroupées ensemble en une seule communauté ayant comme nom le sigle LGBT+ afin d'affirmer leurs revendications. Les évolutions de leur condition et revendications se font donc souvent ensemble, étant sujets à des oppressions similaires de la part de la société hétéro-normée et cis-normée, ce qui explique un traitement groupé de ces questions dans notre travail.

¹¹¹ Signifiant lesbiennes, Gays, Bissexuels et Transgenres, le + sert couramment à admettre et inclure l'existence de nombreuses autres orientations sexuelles et d'identités de genre tout en évitant d'utiliser un sigle trop long ou de négliger certaines catégories de personnes. Le terme *queer* est également utilisé pour désigner toutes ces personnes se reconnaissant comme faisant partie de la même communauté

Aux États-Unis, l'évolution de la législation sur les personnes queer¹¹² entre 2008 et 2019 témoigne bien de la prise d'importance de ce sujet. Par exemple, la loi reconnaissant comme crimes haineux les actes et propos homophobes et transphobes est adoptée le 28 octobre 2009. Cette loi interdit également les attaques politiques basées sur le genre, celles sur la sexualité étant déjà sanctionnées depuis le 13 septembre 1994. Autre exemple, le 20 septembre 2011 le service militaire est autorisé pour les personnes homosexuelles, il l'était déjà pour tous les genres jusqu'au 12 avril 2019 où Donald Trump, dont nous avons évoqué plus tôt les positionnements¹¹³, prend la décision de l'interdire au transgenres. Ce seul cas serait insuffisant pour conclure à la sensibilisation de la société états-unienne sur les questions de LGBT+ durant la période étudiée, cependant de multiples exemples similaires existent.

Ainsi, le 26 décembre 2013 certaines mesures restreignant la liberté d'expression des homosexuels sont annulées avec l'acte sur la défense nationale pour l'année fiscale de 2014, qui redéfinit ce qui est autorisé ou non au sein de l'armée. Les lois de protection de l'emploi pour les employés du gouvernement fédéral, bien qu'elles s'appliquaient aux personnes de toutes orientations sexuelles depuis le 28 mai 1998, sont élargies aux fonctionnaires transgenres avec l'amendement du 21 juillet 2014. Ce même amendement assure également la protection de tous les contractuels fédéraux, peu importe leur genre ou sexualité, ce qui n'était pas le cas jusque là. Autre changement législatif majeur ayant suscité beaucoup de débats, l'autorisation du mariage entre deux personnes du même sexe, l'une des grandes promesses électorales de Barack Obama, entre dans la loi le 26 juin 2015.

L'année 2016, et plus particulièrement le mois de mai, marquent particulièrement cette prise d'importance dans le débat avec de multiples changements dans les lois concernant cette communauté ; le 3 mai 2016 l'adoption par un second parent est légalisée dans tout le pays, plusieurs états le prohibant encore. Cette mesure autorise notamment chacun à adopter l'enfant biologique de son ou sa partenaire sans transgresser les droits légaux des parents biologiques. Elle ouvre également la voie à la légalisation de l'adoption par des couples

112 Terme initialement anglais américain signifiant "étrange" ou "en marge", au départ utilisé de manière péjorative pour désigner les minorités sexuelles et de genre, catégorisée comme "hors-normes". La communauté queer se l'est ensuite réapproprié pour désigner sans connotation négative toute personne refusant des identités sexuelle ou genrée normatives, le mot est ensuite rentré dans la langue française.

113 La plupart des mesures "en faveur" de la communauté LGBT+ sont prises sous le mandat de Barack Obama, alors qu'après son accession au pouvoir Trump revient sur plusieurs de ces acquis ; les deux tendances montrent toutefois bien l'importance accordée au sujet.

homosexuels qui sera achevée dans tous les états en juin 2017. Deux semaines plus tard, le 18 mai 2016, des lois de non-discrimination quant au genre concernant la santé sont adoptées à l'échelle fédérale. Cette brève liste non exhaustive de modifications, d'ajouts et de suppressions de lois concernant directement les LGBT+ se veut témoin de la prise d'importance de ce sujet dans la discussion publique entre 2008 et 2019.

Les Marvel Studios sont encore une fois touchés par ce phénomène, et ils s'impliquent même officiellement en 2016 lors d'une polémique les opposant à l'état de Géorgie. Chacun des deux quotidiens que nous étudions rédige un article à ce sujet : "Disney menace de mauvaises nouvelles la Géorgie si l'état adopte une proposition de loi anti-LGBT"¹¹⁴ pour le Huffington Post et "Disney et Marvel tirent des coups de semonce alors que la guerre culturelle géorgienne s'étend à Hollywood"¹¹⁵ pour le Washington Post. En effet, en mars 2016, le gouvernement de Géorgie émet une proposition de loi permettant aux organisations religieuses de refuser de fournir leurs services lorsqu'ils sont destinés à des personnes en désaccord avec les principes de leur religion. Cela concerne explicitement le mariage homosexuel que les institutions religieuses pourraient refuser dans le cas de la validation de ce projet par le gouverneur.

Cela génère beaucoup de débats à l'échelle nationale, les associations de défense des droits des queer le considèrent comme discriminant, et appellent chacun, et notamment les acteurs bénéficiant d'un certain poids médiatique, à les suivre dans leur mouvement pour empêcher la signature du projet par le gouverneur. Chad Griffin, président de l'association Human Gay Rights¹¹⁶, appelle Hollywood à cesser ses activités dans l'état : "Rejoignez nous pour demander aux studios de cinéma et de télévision, aux directeurs et aux producteurs, de ne plus produire dans l'état de Géorgie si cette proposition devient loi"¹¹⁷. En effet, l'industrie de l'audiovisuel représente une ressource économique de première importance pour la région,

114 Curtis M. Wong, "Disney threatens bad news for Georgia if state adopts anti-LGBT bill", *HuffingtonPost.com*, 23 mars 2016

115 Niraj Chokshi, "Disney and Marvel fire warning shots as Georgia's culture war spreads to Hollywood", *WashingtonPost.com*, 24 mars 2016

116 Créé en 1980, il s'agit du lobby le plus important de la défense des droits des personnes LGBT+ aux États-Unis, comptant plus de 750 000 membres.

117 Niraj Chokshi, *ibid.*

ayant rapporté près de 6 milliards de dollars durant la seule année 2015. Marvel Studios est l'une des entreprises les plus importantes à y contribuer : la production de *Ant-man* de Peyton Reed (2015), premier film Marvel produit à Atlanta, a à elle seule rapporté 106 millions de dollars à l'état et permis l'emploi de plus de 3 500 géorgiens¹¹⁸. C'est un enjeu de taille, puisqu'au moment de la polémique, le long-métrage *Captain America : Civil War* est en projet de développement dans les studios de Géorgie.

D'autres personnalités et entreprises se joignent à ce mouvement et menacent de cesser leurs activités dans l'état, ce qui peut se rapporter à une certaine forme de sanctions économiques¹¹⁹. Si il est encore impossible de mesurer précisément dans quelle mesure, il est très probable que ces pressions aient participé à la décision de Nathan Deal, gouverneur républicain de Géorgie, d'appliquer son veto à la proposition de loi le 28 mars 2016. C'est du moins l'avis des médias qui présentent une relation directe de causalité entre les menaces de boycotts des grandes entreprises (20 d'entre elles, dont Disney, faisant partie des 500 plus grosses fortunes mondiales) et le choix final de Deal. Cette affaire et son traitement dans la presse reflètent bien la tension autour de la question LGBT+ dans les années 2010 aux États-Unis et la manière dont les institutions culturelles sont directement concernés par ces débats.

b) Le besoin d'être représenté

De manière analogue aux deux autres grands sujets de débats vus précédemment, les polémiques autour de l'univers cinématographique Marvel et concernant les queer sont majoritairement centrées sur la problématique de la représentation. Dans cette thématique, nous remarquons que le nombre d'articles est sensiblement inférieur à celui des débats sur le racisme ou le sexisme. Cette répartition déséquilibrée est un élément majeur sur lequel nous reviendrons ultérieurement. Ainsi, outre l'altercation autour du projet de loi en Géorgie qui s'est vue consacrée deux articles, l'ensemble des écrits de notre corpus portant sur la question LGBT+, soit les 13 restant, traitent de la représentation de la diversité de sexualités et de genres dans les films Marvel Studios.

118 Source : Georgia Department of Economic Development <https://www.georgia.org/newsroom/press-releases/film-industry-generates-6-billion-for-georgias-economy>

119 Cette pression directe exercée par des acteurs privés sur des institutions politiques à propos de sujets aussi conséquents que des projets de lois fournit une preuve supplémentaire, si tant est qu'elle soit nécessaire, du rôle majeur joué par les grands producteurs culturels dans les questions de société.

Les articles évoquant l'absence ou la présence de personnages homosexuels ou transgenres apparaissent en mai 2016, ce qui confirme les observations faites plus tôt sur la cristallisation des tensions durant cette période précise. Une singularité de ce sujet de débat apparaît rapidement ; la typologie que nous appliquions plus tôt sur les questions de représentation des minorités ethniques et des femmes semble différer ici. Nous pouvons mettre en cause le fait qu'aucun film de la saga n'inclut, ni n'est annoncé comme incluant, un protagoniste appartenant à la communauté LGBT+. Contrairement à *Black Panther* ou *Captain Marvel*, il est donc impossible d'avoir des articles se concentrant sur un long-métrage ou un personnage en particulier. Nous observons plutôt ici plusieurs controverses que nous avons qualifiées précédemment de "mineures", portant sur des objets divers et générant peu de production médiatique.

En mai 2016 donc, une partie des fans lance un mouvement sur les réseaux sociaux demandant aux Marvel Studios de révéler l'homosexualité d'un des personnages clés de son univers ; Captain America. En effet, ce dernier entretient au cours de la saga une relation très intime avec un autre personnage masculin, Bucky. Il s'agit dans les films de son ancien ami et compagnon d'armes perdu puis retrouvé des décennies plus tard et auquel il ne cesse jamais de penser. Pour tenter de sauver son ancien acolyte, Captain America risque non seulement sa vie mais également son intégrité de héros, s'oppose au gouvernement américain et aux institutions internationales comme l'ONU, et divise même irrémédiablement l'équipe de super-héros dont il fait partie. Ces événements, survenus dans *Captain America : Civil War* de Anthony et Joe Russo (2016), ont amené une partie des spectateurs à penser que le héros pourrait être bisexuel, et que cela constituerait une bonne manière de donner une visibilité à la communauté LGBT+ dans le cinéma.

Chacun des deux quotidiens en ligne publie un article sur le sujet ; "Internet veut que Captain America ait un petit ami"¹²⁰ pour le Huffington Post et "Certains fans veulent que Captain America ait un petit ami, bien qu'il ne sera pas facile de repenser ce super-héros"¹²¹. D'emblée, seulement avec ces titres, la différence entre les deux médias dans la manière de

120 Cavan Sieczkowski, "The internet wants Captain America to get a boyfriend", *HuffingtonPost.com*, 24 mai 2016

121 Ben Guarino, "Some fans want Captain America to have a boyfriend, though it won't be easy to rethink this superhero", *WashingtonPost.com*, 25 mai 2016

présenter l'information est visible : alors que le premier désigne une entité collective multiple et indéfinissable, "Internet", le second précise bien qu'il s'agit de "certains fans", réduisant la part du public impliqué. De plus, le Washington Post précise bien que cela impliquerait de repenser le héros et que ce serait ardu, ne semblant donc pas prendre parti de ceux qui défendent la facilité de représentation d'un héros LGBT+ dans l'univers Marvel, et le reprochant plus à la difficulté de la tâche qu'au manque de volonté du studio.

De manière générale, au regard de notre corpus, le Washington Post semble moins impliqué que son concurrent sur les thématiques de la diversité de sexualité et de genres dans les films Marvel Studios. Ainsi, on ne compte que trois articles du quotidien sur ce thème, dont deux que nous avons déjà étudiés (sur l'opposition entre Disney et la Géorgie et sur l'homosexualité présumée de Captain America). Le Huffington Post est quant à lui le premier à se saisir sur cette question, dès le début du mois de mai 2016 il diffuse en ligne un article portant une réflexion sur l'absence de super-héros queer dans le cinéma américain : "Le cas des super-héros queer à Hollywood". Cette production atteste, une fois encore, de l'influence sur la société allouée par les médias aux films de fictions à grand budget.

Dans les années qui suivent, plusieurs types d'articles sont rédigés en prenant parti pour la représentation de la communauté LGBT+ dans les films Marvel : "On garde toujours l'espoir de voir un héros LGBT sur le grand écran"¹²² ou "On est en 2018 et l'on se demande toujours si Marvel a fini d'effacer les personnages queer"¹²³. Cette seconde reproche réfère à l'existence de personnages homosexuels et transgenres dans les bande-dessinées desquelles les films Marvel sont tirés, mais dont l'orientation sexuelle n'est jamais montrée dans les films, un phénomène portant le nom de "straight-washing". Sont concernés les personnages de Valkyrie, dont la scène de romance avec une femme a été tournée mais coupée au montage, et de Ayo et Okoyé apparaissant dans *Black Panther*, deux femmes impliquées dans une relation amoureuse mais dont les scènes le suggérant ont également été supprimées du montage final. Le troisième et dernier article du Washington Post porte sur la question des LGBT+ dans les

122 Curtis M. Wong, "We're still holding out hope for an LGBT superhero on the big screen", *HuffingtonPost.com*, 30 mai 2016

123 Bill Bradley, "It's 2018 and we're still wondering whether Marvel is done erasing queer characters", *HuffingtonPost.com*, 05 juin 2018

films Marvel et plus précisément sur ce sujet : "Valkyrie du film 'Thor' est le premier personnage LGBT de Marvel. Mais tu ne le saurais pas en regardant le film"¹²⁴.

Des critiques, moins nombreuses, naissent également quant à la très faible présence d'acteurs ouvertement homosexuels ou transsexuels. Le Huffington Post utilise notamment la parole d'acteurs pour porter ces revendications, en l'occurrence Kit Harington¹²⁵, Tom Holland¹²⁶, Zach Barack¹²⁷. Face à l'ensemble de ces accusations et critiques, Kevin Feige annonce à plusieurs reprises vouloir inclure des personnages queer à l'univers cinématographique Marvel. Il évoque notamment le personnage de Valkyrie dont il affirme que la bisexualité sera dévoilée à l'écran dans les films à venir après la fin de la "Infinity Saga" sur laquelle notre travail porte. Ces annonces font l'objet des trois articles restants du Huffington Post¹²⁸ qui expriment des attentes plutôt enthousiastes face à ces promesses ainsi que les déceptions de les voir reportées. Cela n'est pas sans rappeler les réactions précédentes face aux annonces d'un long-métrage ayant pour protagoniste une femme.

Nous pouvons désormais saisir les tensions autour de la production de Marvel Studios sur les questions de race, de sexisme et de représentation de la communauté LGBT+. Cependant il est essentiel de ne pas se limiter à cet aperçu du contenu des débats mais également de se pencher sur la forme, bien particulière, qu'ils prennent dans les années 2010.

124 Zachary Zane, "Thor's Valkyrie is Marvel's first LGBT character, but you wouldn't know it from the film", *WashingtonPost.com*, 06 novembre 2017

125 Cole Delbyck, "Kit Harington calls out Marvel for not casting gay actors as superheroes", *HuffingtonPost.com*, 11 septembre 2018

126 Protagoniste des deux films *Spider-man* réalisés par Jon Watts en 2017 et 2019. Bradley Bill, "Spider-man Homecoming star advocates for a trans superhero in the MCU", *Huffington Post*, 15 novembre 2017
Curtis M. Wong, "Tom Holland would of course be OK with spider-man coming out as gay", *Huffington Post*, 03 juillet 2019

127 Ce dernier joue un rôle secondaire dans les films *Spider-man*. Curtis M. Wong, "Marvel's first openly transgender actor wants to see more of his experience onscreen", *HuffingtonPost.com*, 05 juillet 2019

128 Cole Delbyck, "Marvel is finally including LGBTQ characters in cinematic universe", *Huffington Post*, 26 juin 2018

Cole Delbyck, "Marvel might be casting an openly gay superhero : the world is ready", *Huffington Post*, 03 juillet 2019

Bill Bradley, "Tessa Thompson's Valkyrie confirmed as the first LGBTQ hero for Marvel Universe", *Huffington Post*, 21 juillet 2019

B°) Internet 2.0, support de débats

I. Le rôle des réseaux sociaux numériques

a) Un nouvel espace public ?

Après avoir étudié les thématiques principales des débats autour de l'univers cinématographique Marvel, il s'agit désormais de se pencher sur la question tout aussi importante des supports. Il apparaît rapidement que les réseaux sociaux numériques jouent un rôle-clé dans la création comme dans la diffusion des polémiques susmentionnées. Comprendre ce rôle implique tout d'abord de comprendre ce qu'est un réseau social numérique, parfois abrégé "RSN" dans les travaux spécialisés, et son fonctionnement. Nous pourrions ici succinctement définir un réseau social numérique comme un site informatique dont la vocation est la communication et l'échange de données par le biais d'internet à une grande communauté d'utilisateurs possédant un appareil connecté.

En ce qui concerne les débats, l'une des plateformes plus populaires est Twitter : créée en 2006, elle permet à tous ses utilisateurs de publier des messages nommés "tweets" de 140 caractères maximum (limite augmentée à 280 en novembre 2017), publics et ainsi accessibles à toutes les personnes possédant un compte. Ce format de publications courtes et rapides ainsi que le principe du "hashtag" (mot-clé symbolisé par une dièse permettant de rattacher un ou plusieurs tweets à un concept) font de ce réseau l'un des plus propices au débat¹²⁹. Twitter est donc le site que nous verrons revenir le plus fréquemment dans la presse, bien que d'autres comme Instagram, plus axé sur la diffusion d'images, ou Youtube, centré sur le contenu vidéo, apparaissent également dans certaines controverses.

Si nous reprenons l'ensemble des polémiques que nous avons vu dans la première sous-partie, il apparaît que beaucoup d'entre elles naissent et se développent sur ces dits réseaux. La première à être dans ce cas est l'affaire de Chris Evans et Jeremy Renner insultant

¹²⁹ Les chercheurs du *temps des médias* qualifient ainsi la plateforme de "drosophile des sciences sociales de troisième génération". Calvert Frédéric (dir), "Le temps long des réseaux sociaux", *le temps des médias* n°38 [en ligne], 2018, p.238.

le personnage de Black Widow en avril 2015 ; cette interview a été diffusée par le biais de Youtube par le média Digital Spy. Une semaine après vient la plainte de l'acteur Mark Ruffalo de l'absence de marchandises Black Widow, exprimée sur Twitter où elle est relayée massivement et rapidement par les utilisateurs. En effet tous les tweets peuvent être rediffusés par une simple pression sur un bouton "retweet", ce qui augmente considérablement leur visibilité. Ici le Huffington Post met en valeur dans ses deux articles le nombre de 15 000 retweets de la publication de l'acteur ainsi que d'autres tweets d'utilisateurs appuyant ses propos. Ce mouvement est donc non seulement né sur Twitter, mais il s'y structure également, passant principalement par le hashtag *#WhereIsBlackWidow* comme nous l'avons vu.

Plus tard, en mai 2015, vient la vidéo parodique de Saturday Night Live sur le faux film Black Widow, diffusée sur Youtube. Les réseaux sociaux étant tous connectés entre eux, le sketch est également relayé massivement sur d'autres réseaux sociaux numériques comme Facebook et Twitter. Le site Youtube permet en effet très facilement de diffuser la vidéo sur d'autres réseaux sociaux par l'ajout de boutons spécialisés ne nécessitant que quelques clics de la part de l'utilisateur, et les créateurs de contenu comme Saturday Night Live encouragent très souvent leur communauté à le faire, leur permettant de gagner en visibilité. Cette interconnexion entre réseaux est la raison pour laquelle il semble peu pertinent de se concentrer uniquement sur les polémiques émergeant sur une seule plateforme ; tous ces "espaces publics"¹³⁰ en apparence distincts n'en forment qu'un seul ou les mêmes données sont échangées selon des modalités qui varient. Il est important de prendre en compte un ensemble élargi de ces réseaux qui constituent différents aspects d'un même objet d'étude.

La controverse ayant lieu ensuite est celle autour de la présumée homosexualité de Captain Marvel en 2016. Elle se construit de manière similaire à *#WhereIsBlackWidow*, naissant et se développant sur Twitter, cette fois au moyen du hashtag *#GiveCaptainAmericaABoyfriend*. Ensuite, en février 2016 c'est une publication Instagram qui relance la polémique autour du *white-washing* dans *Doctor Strange*. L'actrice Michele Selene Ang poste publiquement une photo d'elle portant un T-shirt listant le nom des acteurs concernés par les accusations d'invisibilisation des acteurs asio-américains : "Scarlett &

¹³⁰ Concept emprunté à Kant, bien que ce soit Habermas qui l'ait popularisé dans son ouvrage éponyme, je le conçois ici selon la définition de Bernard Miège d'un espace de communication élargi, fragmenté, ouvert, et constitué par les différents types de médias de masse.

Emma & Tilda & Matt"¹³¹. La polémique est également réactivée un an après par l'annonce du film *Isle of Dogs* (Wes Anderson), sur Twitter également¹³².

En janvier 2017 un tweet de l'acteur afro-américain Sterling K. Brown revient sur la question du racisme hollywoodien et soumet sa candidature pour le casting de *Green Lantern*, super-héros noir. Cela rappelle ses propos élogieux sur *Black Panther* et ravive la réflexion autour du film dans la presse¹³³ : encore une fois, la discussion part des réseaux sociaux numériques. La communication de Marvel Studios passe également beaucoup par ces médias ; le 23 juillet 2017 un tweet de l'entreprise dévoile les réactions très positives du casting de *Black Panther* à la découverte des premiers extraits du film, ce qui débouche sur un article dans le *Huffington Post*, dans l'attente du film¹³⁴. Toujours sur les rapports entre les personnalités sur les réseaux sociaux numériques et les films nous pouvons parler des publications Instagram de Serena Williams, athlète afro-américaine engagée contre le racisme, le 16 février 2018. Cette dernière exprime son excitation à la sortie du film, en postant sur son profil une photo et une vidéo d'enfants attendant impatiemment le début de la séance¹³⁵.

Ces publications relayées par le *Washington Post* permettent au quotidien de développer le jour même une réflexion sur la symbolique du film pour les enfants. En effet l'actrice noire Octavia Spencer lance la campagne *#BlackPantherChallenge* sur Twitter, dont le but est de récolter des fonds pour permettre aux enfants de Harlem "défavorisés et souvent de couleur"¹³⁶ de voir le film gratuitement. L'action se base donc sur une médiatisation massive par le biais du réseau social, par des personnalités publiques comme des utilisateurs

131 Mary Papenfuss, "Asian actress wears white-washing t-shirt to clapback at Scarlett and Emma and Tilda and Matt", *HuffingtonPost.com*, 04 avril 2017

132 Carla Herreria Russo, "Scarlett Johansson and Tilda Swinton spark whitewashing fury with asian-inspired movie roles. Again.", *HuffingtonPost.com*, 27 avril 2017

133 Brennan Williams, *op.cit*

134 Lilly Workneh "Black Panther cast, comic-con fans can't contain their joy after seeing film's footage", *HuffingtonPost.com*, 25 juillet 2017

135 Cindy Boren, "'I feel like I've waited my whole life for this' : Serena Williams as excited as you about Black Panther", *WashingtonPost.com*, 16 février 2018

136 Michael Cavanaugh, "How celebrities are helping thousands of children see 'Black Panther' for free", *WashingtonPost.com*, 16 février 2018.

"lambda" et réussit à récolter 400 000 dollars, devenant la plus grande cagnotte GoFundMe de l'histoire concernant le divertissement.

Toujours dans cette logique de démontrer l'importance des réseaux sociaux dans les débats autour de l'univers cinématographique Marvel, il nous faut préciser que la controverse de *bombing* autour de *Black Panther* dont nous parlions précédemment passe également par Twitter. Les opposants au film utilisent les mêmes outils de communication que ceux qui le défendent, ce qui explique que les réseaux sociaux soient un terrain si contesté et propice au débat pour tous. Ainsi, il n'est pas surprenant que dans les réflexions générales développées autour du film par le Washington Post, de nombreux tweets soient cités et analysés¹³⁷. Le sujet de *Black Panther* et de ses jeunes spectateurs notamment revient fréquemment dans les plateformes sociales, comme sur le sujet de l'enseignante qui incorpore le film à ses leçons et dont le cours est diffusé sur Twitter par des associations demandant de la financer¹³⁸. Comme nous l'avons vu plus tôt, après la sortie du film de nombreux articles de nos médias se basent sur les réactions de la communauté Twitter pour parler de son succès¹³⁹.

Sur un autre sujet, la polémique autour de James Gunn se construit aussi principalement par les réseaux sociaux numériques ; les propos sur la pédophilie et le viol qui causent son licenciement ont été diffusés sur Twitter. Qui plus est, la réponse du casting à la décision de Disney par une lettre commune est médiatisée par le biais d'une photo publiée sur Instagram. En décembre 2018, lorsque la polémique est relancée autour de *Black Panther* à propos d'un pull "Wakanda" porté par un modèle blanc, encore une fois l'indignation provient d'utilisateurs de Twitter, ce que la presse souligne bien. Si on ne peut pas qualifier les sites de critiques cinématographique rottentomatoes.com ou metacritic.com (deux plus populaires de leur catégorie) de réseaux sociaux numériques, ils partagent néanmoins plusieurs caractéristiques en commun et y sont étroitement reliés.

137 Ishaan Tharoor, *op.cit* contient 3 tweets.

Michael Cavna, "Civil rights hero John Lewis is particularly moved by this line from Black Panther", *WashingtonPost.com*, 22 février 2018. Cet article porte sur les significations politiques et historiques du film et analyse 6 tweets différents.

138 Carol Kuruville "Teachers inspired by Black Panther are bringing it's magic to classrooms", *HuffingtonPost.com*, 24 février 2018

139 Jenna Amatulli, "Black Panther sinks Titanic at the box-office this week-end, Twitter goes full steam ahead", *HuffingtonPost.com*, 09 avril 2018

Tout d'abord ils ciblent la même communauté, point que nous développerons ensuite, et se construisent de la même manière ; selon leur nombre d'utilisateurs et la capacité de ces utilisateurs à diffuser leurs productions (en l'occurrence des critiques amateurs de films) sur des réseaux sociaux, ce qui popularise le site, et est donc facilité et encouragé. Ensuite, il s'agit bien d'un site internet dont le but premier est la communication et l'échange de données, en ce sens il se rapproche des réseaux sociaux numériques dans ses utilisations et objectifs. Ainsi, on pourrait catégoriser les polémiques qui prennent place dans le cadre de ces sites comme des débats, si ce n'est intrinsèques, du moins très connectées au milieu des réseaux sociaux numériques. A ce stade de la chronologie des controverses autour de Marvel Studios, cela concerne notamment les campagnes d'utilisateurs mécontents de *Captain Marvel* qui, fin février 2019, cherchent à diminuer sa notation sur de rottetotatoes.com par une surcharge de mauvaises notes, pratique nommée *bombing*.

Toujours concernant *Captain Marvel*, quelques mois plus tard lors de son avant-première au Royaume-Uni, l'actrice Brie Larson, jouant l'héroïne du film, met en valeur l'importance de ce film pour toutes les femmes par le moyen d'Instagram. Elle diffuse une photo la montrant s'asseyant par terre sur sa robe de haute couture pour signer un autographe à une petite fille qui lui est présentée par le biais de l'association féministe "the Female Lead", qui elle aussi relaie plusieurs clichés sur l'évènement, rapidement imitée par les spectateurs¹⁴⁰. Deux semaines plus tard, un débat émerge sur plusieurs réseaux sociaux quant au choix de Marvel Studios de montrer à l'écran Carol Danvers (itération blanche de "Captain Marvel", qui est un pseudonyme porté par plusieurs héroïnes) et non pas Monica Rambeau, noire¹⁴¹.

Pour finir, en octobre 2019, une vidéo éphémère (restant disponible 24 heures sur la plateforme, portant le nom de "story") publiée sur Instagram vient remettre *Black Panther* au centre du débat. L'actrice latino-américaine Gina Rodriguez y utilise un terme anglais désignant les afro-américains qu'il est très mal vu d'employer aux États-Unis lorsque l'on est pas soi-même membre de cette communauté¹⁴². La presse met cet évènement en lien avec

140 Alanna Vagianos, "Brie Larson shared the sweetest moment with little girl at Captain Marvel premiere", *HuffingtonPost.com*, 28 février 2019

141 Elyse Wanshel, "Captain Marvel may have sneakily introduced an important black female superhero", *WashingtonPost.com*, 11 mars 2019

142 Pour les mêmes raisons nous n'utiliserons pas ce terme commençant par la lettre "n", raciste, il a cependant été réapproprié par les communautés qui en étaient victimes afin de se désigner elles-mêmes.

plusieurs propos considérés comme racistes de la part de la même actrice, dont notamment son tweet de 2017 déplorant le manque de représentation des latino-américains dans les films Marvel (négligeant par ailleurs les personnages des actrices Zoe Saldana et Tessa Thompson, toutes deux afro-latines)¹⁴³.

Tous les débats que nous avons ici listés démarrent ou se structurent essentiellement à partir des réseaux sociaux numériques, ce qui suffit à montrer leur importance dans ce phénomène de polarisation autour de l'univers cinématographique Marvel. Pourtant, c'est sans compter que toutes les controverses et réflexions qui constituent notre corpus, même si elles ne démarrent par sur un de ces sites, sont directement ou indirectement liées à des réseaux sociaux numériques. Ainsi, très fréquemment des réactions d'utilisateurs sont citées, ou évoquées de manière générale comme témoin de l'opinion public pour appuyer les propos de l'article. Pour des raisons que nous allons voir ensuite, il apparaît que le Huffington Post à tout spécialement tendance à s'appuyer sur les réseaux sociaux numériques, mais le fait que le Washington Post y recoure également démontre bien qu'il s'agit d'un phénomène généralisable à la presse en ligne dans son ensemble.

b) Une catégorie d'acteurs spécifique

Définir un phénomène social (ici le débat autour des films Marvel) constitué par des médias implique de se pencher sur la question des utilisateurs : après avoir vu par quels moyens la discussion prend place, il s'agit de déterminer qui la mène. En effet, bien que les réseaux sociaux numériques aient un public d'utilisateurs très large, touchant plus de 200 millions de personnes aux États-Unis¹⁴⁴, tous ne s'impliquent pas équitablement de manière active sur ces plateformes. De même pour la saga des Marvel Studios ; malgré plusieurs milliards de spectateurs, elle ne touche pas tout le monde de la même manière. Ainsi, les

143 Janel Martinez, "Gina Rodriguez's thoughtless use of a racial slur put her blatant anti-blackness on display", *HuffingtonPost.com*, 17 octobre 2019

144 En 2017 par exemple le nombre d'utilisateurs est estimé à 240 millions, soit 74% de pénétration de la société américaine, chiffres qui atteignent 243,6 millions soit 74,5% en 2018 et dont une augmentation continue est attendue (source : Clément J., "Social media usage in the United States – statistics and facts " *statista.com*, 19 mai 2020)

débats autour de ces films sont bien le fait de l'implication accrue sur les réseaux sociaux de certaines catégories de populations qu'il s'agit ici de définir et d'étudier.

Premier point, le public des Marvel Studios semble qualifiable de "jeune" : à la fin de la saga seuls 18% des 18-34 ans et 27% des 34-45 ans déclarent ne jamais avoir vu de film produit par l'entreprise, contre 49% des plus de 55 ans¹⁴⁵. Or, cette population jeune est également la plus présente sur les réseaux sociaux numériques : en 2019, 90% des 18-29 ans et 82% des 30-49 ans annonce avoir recours couramment ces médias, chiffre qui atteint les 69% concernant les états-unien de 50 à 64 ans et à 40% pour les plus de 65 ans¹⁴⁶. Bien que révélateurs de tendances sur la répartition des différentes catégories de population dans l'espace numérique, ces chiffres ne peuvent, seuls, permettre de conclure au monopole des personnes considérées "jeunes" des débats autour des films Marvel.

Si la comparaison des séries de statistiques précédentes permet de déduire que le phénomène étudié concerne principalement les jeunes, cette hypothèse demande une vérification concrète par notre corpus d'articles. Tout d'abord, il est possible de confirmer cette théorie en se penchant sur la question des personnalités activement impliquées (par activement nous entendons ici qui initient ou s'engagent dans une polémique, et non pas qui soient accusées ou concernées par elle) dans le débat autour des questions de société dans la saga Marvel. Chronologiquement, la première personnalité à intervenir est l'actrice Scarlett Johansson, née en 1984, qui en 2014 (à 29 ans) annonce être en accord avec la volonté d'une partie du public d'obtenir un film centré sur son personnage, la super-héroïne Black Widow.

En janvier 2015 c'est Joss Whedon qui parle de la misogynie de l'industrie hollywoodienne également pour le Huffington Post, cependant il a alors 49 ans et ne rentre pas dans les classes d'âges définies comme "jeunes" précédemment par nos bases de données. Au mois d'avril de la même année c'est au tour de Mark Ruffalo d'émettre des critiques sur le sexisme des Marvel Studios pour l'absence de jouets représentant des femmes, il a 48 ans et ne confirme donc pas non plus la théorie émise plus tôt. Un mois après c'est à nouveau Scarlett Johansson qui s'engage dans le débat en jouant dans la vidéo parodique du Saturday Night Live sur l'absence de film centré sur une femme.

145 Amy Watson, "Marvel Studios movie viewership in the U.S. 2018, by age", *statista.com*, 9 août 2019

146 Clément J., *op.cit*

En octobre 2015 Anthony Mackie, acteur afro-américain de 36 ans, parle de la question du racisme dans l'industrie du divertissement, pour dire que d'après lui le très attendu *Black Panther*, n'a pas besoin d'être réalisé par un afro-américain. C'est toujours le Huffington Post qui rapporte ces déclarations ; le quotidien semble plus centrer sa production sur les paroles de personnalités publiques que son confrère. Jusqu'ici seules trois interventions sur cinq proviennent de personnalités de moins de 45 ans, ce qui ne semble pas corroborer notre hypothèse. L'actrice Elizabeth Olsen est la quatrième à rentrer dans cette catégorie en juin 2016, à l'âge de 27 ans, lorsqu'elle déclare vouloir un long-métrage sur son personnage Scarlett Witch, une super-héroïne.

L'acteur Sterling K. Brown relance la réflexion autour de *Black Panther* en janvier 2017, il a alors 40 ans. Deux mois plus tard, Scarlett Johansson relance encore une fois dans la conversation sur le sexisme hollywoodien en retournant tourner avec Saturday Night Live (elle a alors 33 ans), ce que le Washington Post couvre, première personnalité active dans le débat sur laquelle le quotidien écrit. Le 26 février 2017 c'est la publication Instagram dénonçant le *white-washing* de Michele Selene Ang, alors âgée de 33 ans, relance le débat dans le Huffington Post. En juin 2017 l'acteur Tony Revolori, 20 ans, jouant un personnage secondaire dans *Spider-man : Homecoming*, remercie Marvel Studios pour sa représentation de la diversité ethnique culturelle, faisant de lui la 8ème intervention d'un jeune sur les 10 vues jusque-là.

En novembre de la même année l'acteur Jacob Batalon (21 ans), jouant un personnage secondaire dans le même film, invite les studios à aller plus loin dans cette représentation de la diversité en incluant des personnages transgenres. Sa remarque est par ailleurs faite en premier lieu sur tumblr, réseau social numérique, puis confirmée chez le Huffington Post comme pour Revolori. Toujours sur la question de la diversité, en février 2018 le réalisateur Ryan Coogler, alors âgé de 31 ans, s'exprime sur son film *Black Panther* et avoue avoir toujours cherché un héros lui ressemblant : c'est là la seconde personnalité à laquelle le Washington Post s'intéresse en ce qui concerne l'univers cinématographique Marvel. Ses propos sont sensiblement similaires à ceux tenus par Serena Williams, athlète de 36 ans, à la même période et cités par le Huffington Post.

Kevin Feige intervient également directement le même mois au sujet de ce film en annonçant qu'il est le meilleur jamais produit par les studios, il a alors 44 ans et peut donc être

considéré comme entrant dans la catégorie jeune selon les bases de données que nous avons utilisées plus tôt. Toujours en février 2018 l'intervention de l'homme politique John Lewis est aussi relayée par le quotidien, cependant lui vient alors juste de passer les 78 ans. Il n'est donc pas considéré comme jeune dans cette étude, tout comme la costumière Ruth E. Carter qui parle de son travail et de sa volonté de représentation de la diversité dans le film, à 59 ans, toujours dans le Washington Post. C'est dans un article du Huffington Post que l'on retrouve successivement les propos des acteurs Trevor Noah (34 ans), Lupita Nyong'O (34 ans) et Amandla Stenberg (29 ans) sur le film Marvel Studios.

En avril 2018 l'actrice et réalisatrice Karen Gillan, 30 ans, annonce au Huffington Post se porter volontaire pour un film avec un casting entièrement féminin. Un mois plus tard le producteur exécutif Nate Moore, 35 ans, reparle du personnage Black Panther et de la manière dont il l'a conçu, amorçant une réflexion dans le Huffington Post. Le même mois, l'acteur afro-américain Michael B. Jordan, ayant alors 31 ans, lance une discussion sur le *white-washing* relayée par le Washington Post. Quelques semaines plus tard c'est au tour de Lilly Evangelina, actrice de 38 ans jouant une héroïne Marvel, d'évoquer la question du sexisme des personnages féminins dans un entretien rapporté par le Huffington Post.

Le 30 juillet 2018 survient l'affaire du licenciement de James Gunn, à laquelle répondent par une lettre ouverte les acteurs suivants ; Chris Pratt (39 ans), Zoe Saldana (40 ans), David Bautista (49 ans), Karen Gillan (30 ans), Bradley Cooper (33 ans), Vin Diesel (52 ans), Sean Gunn (45 ans), Pom Klementieff (31 ans) et Michael Rooker (63 ans). S'engagent donc directement dans la controverse 5 personnes en-dessous de 45 ans et 4 au-dessus. Bien que d'autres personnalités se soient exprimées sur le sujet, elles ne sont pas évoquées dans la presse en ligne étudiée. Sur la question de la représentation queer dans les film Marvel, l'acteur Kit Harrington a 31 ans lorsqu'il vient reprocher aux studios l'absence de personnage homosexuel, des propos relayés par le Huffington Post.

Brie Larson, actrice jouant le rôle de Captain Marvel, prend à plusieurs reprises un rôle actif dans les réflexions autour de l'univers cinématographique Marvel, par exemple par la photo avec une petite fille que nous avons évoquée mais également par ses prises de paroles médiatisées par le Huffington Post. Ces interventions rapprochées surviennent courant février 2019, alors qu'elle a 29 ans. L'acteur Tom Holland, 23 ans, annonce en juillet être pour que son personnage (Spider-man) soit révélé comme homosexuel. Ses propos sont recueillis par le

Huffington Post, comme ceux de Zach Barack, jouant dans le même long-métrage, et qui quelques jours plus tard demande aux Marvel Studios d'intégrer plus d'acteurs transgenres à leur saga, à l'âge de 23 ans également. Ainsi, au total, 29 interventions de personnalités célèbres sur 35 sont faites par des personnes considérées comme "jeunes" selon les critères statistiques utilisés, soit environ 83%.

Ce constat donne un premier élément de vérification, cependant il ne suffit pas à affirmer que le débat autour de l'univers cinématographique Marvel soit totalement mené par les "jeunes" : il faudrait idéalement se pencher sur la question de l'ensemble des acteurs impliqués, pas seulement les personnalités connues mais également les journalistes et le public qui s'implique par le biais des réseaux sociaux. Si il n'est pas possible techniquement de vérifier quel est l'âge de l'ensemble des personnes qui interviennent sur une controverse par le biais des réseaux sociaux, nous pouvons toujours nous intéresser à la question de ceux qui, par le biais de la presse en ligne médiatisent (et donc créent) le débat autour des Marvel Studios : les auteurs d'articles.

On dénombre en tout 69 auteurs d'articles différents dans les deux quotidiens confondus, certains intervenant plus que d'autres puisqu'une majorité, 49 plus précisément, ne contribuent qu'une seule fois au débat. La recherche sur cette question montre que, sur 64 personnes (données non disponibles pour 5 auteurs, chacun à l'origine d'un article), seulement 11 ont plus de 45 ans au moment de leur implication dans le débat. Il est à noter que sur ces 11 seuls 2 écrivent pour le Huffington Post, et de manière ponctuelle avec un article chacun. Le Washington Post quant à lui compte 9 journalistes sur 33 au-dessus de l'âge défini, ce qui reste faible mais plus important que les 2 contributeurs sur 36 du Huffington Post. De plus, parmi ces 9 professionnels de l'information "plus âgés", deux contribuent plusieurs fois ; Ann Hornaday avec deux articles, et Michael Cavanaugh avec 15 productions, faisant de lui l'acteur le plus impliqué dans le débat en ce qui concerne le Washington Post. Si nous raisonnons en terme d'articles afin de simplifier toutes ces données ; moins de 3% des articles du Huffington Post sont écrits par des personnes ayant plus de 45 ans, chiffre qui atteint les 37% pour le Washington Post, ce qui fait au total des deux quotidiens une moyenne de 80% d'articles écrits par des "jeunes".

Tous ces éléments montrent bien que le débat est en grande partie détenu par les nouvelles générations, que ce soit dans les personnalités impliquées, les médias qui relaient et

créent la polémique, et dans leur intrication avec les réseaux sociaux numériques, espaces de communication privilégiés des jeunes. Ces nouveaux acteurs s'inscrivent pleinement dans le contexte idéologique que nous avons défini en première partie ; sensibilisés aux questions relevant du féminisme¹⁴⁷, du racisme et de la communauté LGBT+, ils trouvent en ces espaces numériques un terrain de développement fertile de leurs réflexions.

II. L'avènement d'une nouvelle génération de médias

a) *S'inspirer des réseaux sociaux*

L'arrivée de ces jeunes acteurs intéressés par de "nouveaux" débats¹⁴⁸ prenant place sur des espaces publics très récents représente pour les médias un lectorat dont il faut se saisir, et pousse à leur renouvellement. C'est ainsi que l'on constate durant les années 2000, où l'on estime le début de l'internet 2.0¹⁴⁹, l'émergence d'une nouvelle génération de médias de laquelle fait partie le Huffington Post, fondé le 9 mai 2005. Ces quotidiens, exclusivement numériques, suivent sur plusieurs plans le modèle des réseaux sociaux, dans le but d'attirer leur public conséquent. Ces similarités se remarquent notamment, en premier lieu, dans leur fonctionnement économique. Ainsi, le système de revenus du Huffington Post présente de nombreux points communs avec celui des réseaux sociaux numériques les plus populaires.

147 Les femmes états-uniennes sont très présentes sur les réseaux, à raison de 78% possédant un compte sur l'un d'entre eux, contre 65% d'hommes (source : Clement J., *op.cit*). Cette tendance ne se reflète pas dans la question des journalistes ou des personnalités impliquées, à l'exception des débats autour de la place des femmes où elles sont majoritaires, mais a son importance en ce qui concerne le public d'utilisateurs actifs de réseaux sociaux. C'est cependant la seule catégorie de population concernée par les débats que nous étudions dont nous pouvons vérifier la présence directe dans le débat, les utilisateurs de réseaux sociaux numériques devant indiquer leur sexe au moment de la création de leur compte mais pas leur appartenance ethnique, leur sexualité ou leur genre. La création de statistiques à ce sujet est d'ailleurs illégale en France.

148 Nous remettrons en question la nouveauté des thématiques abordées dans le chapitre suivant, mais toujours est-il que la polémique autour des Marvel Studios est un phénomène propre à la période étudiée.

149 Ce terme désigne l'évolution d'internet vers une plateforme accessible à tous, sans connaissances spécifiques, et se basant sur l'interaction. Ainsi, entre 1999 et 2002 la communauté d'utilisateurs internet passe de 250 à 500 millions d'utilisateurs, et ce chiffre atteint le milliard en 2009, cette expansion est due en grande partie à l'avènement des réseaux sociaux qui survient à la même période avec Facebook notamment.

L'ensemble des articles est proposé de manière "gratuite", du moins sans que les lecteurs n'aient à payer directement pour pouvoir s'informer. Cependant, car le but d'un média est bien de générer des revenus, pour accéder au contenu l'utilisateur devra consentir à l'utilisation de "cookies"¹⁵⁰ et accepter que ses données personnelles comme sa localisation, sa langue ou les recherches qu'il effectue soient conservées par le site. De la même manière que sur les réseaux sociaux, ces informations permettent à des algorithmes spécialisés de créer un profil à chaque utilisateur du site ; au fur et à mesure des recherches et du temps passé sur le site ils déterminent par exemple le sexe, l'âge, et les centres d'intérêts de la personne. Ces informations ont beaucoup de valeur, étant considérées au 21ème siècle comme la ressource ayant le plus de valeur au monde, devant le pétrole¹⁵¹. Elles sont revendues à des publicitaires (ou parfois utilisées à des fins publicitaires par le site lui-même) qui s'en servent pour proposer, toujours sur l'espace numérique, des publicités personnalisées selon les utilisateurs.

Les réseaux sociaux numériques fonctionnent avec plusieurs partenaires qui paient des sommes considérables pour pouvoir mettre en place des campagnes de publicités ciblées, avérées bien plus efficaces, à l'attention de types d'utilisateur particuliers. Le Huffington Post, comme de nombreux médias récents (BuzzFeed, Mashable, Inverse ou Vulture aux États-Unis, mais des exemples existent dans d'autres pays comme Melty ou Konbini en France) revend de la même manière les données qu'il collecte sur son lectorat à de très nombreux tiers¹⁵². Le quotidien propose également une variété d'abonnements ; gratuit avec la création d'un compte, de 5,99 dollars par mois pour obtenir le statut "supporter" et de 99,99 dollars par an pour bénéficier de celui de "superfan".

La première formule d'abonnement "gratuite" permet au site de collecter les informations personnelles encore plus facilement ; l'utilisateur souscrit à un contrat qui autorise de manière permanente le site à conserver ses données, ce dernier n'a ainsi plus à

150 Moins couramment appelés témoins de connexion en français, ils représentent une suite d'informations envoyés par l'appareil de l'utilisateur à tout site internet qu'il consulte. Ces sont conservées par le site qui les utilise principalement pour faciliter la navigation et permettre certaines fonctionnalités comme la sauvegarde de mots de passe où le maintien d'ouverture d'une session.

151 David Parkins, "The world's most valuable resource is no longer oil, but data", *The Economist*, 6 mai 2017

152 En accord avec les lois sur la protection des données, l'intégralité de la liste de ces partenaires est disponible dans une section spécialisée dédiée sur la page du site (<https://www.verizonmedia.com/policies/us/en/verizonmedia/privacy/topics/thirdparties/index.html>)

demander l'accord à chaque visite. De plus, le journal en ligne obtient également à la création de chaque compte l'adresse mail de l'utilisateur, qui a également une certaine valeur sur le marché publicitaire, permettant de proposer des publicités ciblées de manière encore plus directe. En échange de ces contreparties, le lecteurs se voit proposer plusieurs avantages ; la sauvegarde des articles en cours de lecture sur les appareils (possible par le consentement permanent au cookies) et une personnalisation des informations envoyées par mail (l'utilisateur donnant lui-même les informations sur les contenus qui l'intéressent).

Les deux autres privilèges d'abonnés sont révélateurs la proximité entre les réseaux sociaux et le média, toujours pour un abonnement vendu comme "gratuit", l'utilisateur obtient le droit de commenter les articles ainsi que de participer aux conversations de communautés (littéralement *community conversations*) et à accéder à des événements exclusivement réservés aux membres. Or, le sentiment d'appartenance à un groupe social est le fond de commerce des réseaux sociaux, qui encouragent chacun à se créer un compte pour ne pas être en marge et vendent donc, en échange de leurs informations personnelles, le droit pour les utilisateurs de faire partie d'une communauté (fonctionnement commun à tous les réseaux sociaux numériques). Il est intéressant d'observer les mêmes stratégies commerciales chez cette nouvelle génération de médias, révélant la manière dont ils se réapproprient les codes qui ont fait le succès des réseaux sociaux numériques¹⁵³.

Les formules d'abonnement payantes proposent une expérience sans publicités sur le site internet, bien que les informations personnelles, qui représentent la majeure partie des revenus du journal en ligne, continuent d'être collectées. Plus l'utilisateur paie plus il a accès à des événements, des objets, ainsi qu'à des offres spéciales exclusifs aux membres, autant de signes extérieurs permettant d'afficher publiquement son soutien au quotidien. En effet, l'abonnement est présenté en tant que ; support financier apporté au journal en échange de quelques avantages et cadeaux "gratuits", afin que ce dernier puisse continuer à proposer de l'information en libre accès.

Ce rapprochement entre la presse et les réseaux sociaux numériques est également visible, en plus des similarités structurelles déjà évoquées, par une déconstruction de la figure

153 Ils comptent parmi les entreprises les plus riches au monde durant toute la période étudiée ; en 2016 la valeur de Instagram est estimée à 50 milliards de dollars, celle de Twitter à 12 milliards et Facebook, pionnier du marché, à 386 milliards

du journaliste. En effet, le Huffington Post accueille parmi ses auteurs plusieurs milliers de "blogueurs" ; ce ne sont pas des journalistes professionnels mais des utilisateurs sans qualifications particulières ou expériences en rapport avec le journalisme, écrivant sur des sujets qui leur tiennent à cœur. L'internet 2.0 a en effet permis l'accès à une très grande partie de la population aux outils de recherche, de production et de partage de l'information. Cela a donné naissance à une nouvelle forme d'expression, le blog : un site web personnel dédié à la publication régulière et périodique de courtes productions autour de l'actualité ou d'une thématique particulière. Le phénomène connaît une certaine ampleur, à titre d'exemple en 2015 environ 28,3 millions de blogs sont actifs au moins une fois par mois aux États-Unis¹⁵⁴.

Le Huffington Post engage en très majorité ces blogueurs, rémunérés de manière discrétionnaire (95% travaillant gratuitement, ce qui a valu au quotidien des démêlés avec la justice¹⁵⁵), ce qui donne un facteur d'explication à la jeunesse des auteurs des articles soulignée précédemment. La frontière entre blog (forme d'expression) et journal (moyen d'information) est d'autant plus brouillée par ces nouveaux médias que le site propose directement aux lecteurs d'entrer en contact avec les auteurs des articles par le biais des réseaux sociaux, et nous l'avons vu favorise même ces interactions pour les personnes souscrivant à des abonnements. Le but de tous ces procédés est bien, sur le modèle des réseaux sociaux numériques¹⁵⁶, de former puis de s'adresser à un groupe social ayant les mêmes centres d'intérêts, ce qui en fait une cible publicitaire intéressante. La question qui se pose alors est de savoir dans quelle mesure ces stratégies fonctionnent ; ces articles constituant le cœur des débats autour des films Marvel, il nous faut saisir l'impact qu'ils ont.

154 Statista Research Department, "Number of blogs in the United States 2014-2020", *statista.com*. 29 février 2016

155 Sylvain Cypel, "Le Huffington Post, succès et controverse", *Le Monde*, 23 janvier 2012

156 La figure du blogueur rappelle (au moins autant que celle du journaliste) celle de l'influenceur, très populaire sur les réseaux sociaux numériques. Les influenceurs sont des utilisateurs qui se font connaître par leurs blogs ou leur exposition sur les divers réseaux, et rassemblent ainsi autour d'eux une communauté assez importante de personnes, appelés "followers", et pouvant se compter en centaines de millions. Ils maintiennent une proximité et connexion fortes avec cette communauté, de laquelle dépend leur activité professionnelle puisqu'ils gagnent leur vie au moyen des publicitaires et des plateformes qui les démarchent pour vendre (selon divers procédés) des produits à ces personnes les suivant.

b) Les codes d'un succès fulgurant

Cette proximité entre les nouveaux moyens d'information et les réseaux sociaux leur vaut la qualification "d'info-divertissement" ; mot-valise traduit de l'anglais "*infotainment*" désignant au départ les émissions de télévisions des années 1980 cherchant à rendre l'information attrayante. Comme nous l'avons démontré, la frontière entre information (presse en ligne) et divertissement (réseaux sociaux numériques) est très fine en ce qui concerne ces médias, le terme est donc couramment utilisé pour les désigner, souvent avec une connotation péjorative de la part d'autres médias. Cependant, force est de constater qu'ils s'imposent et dominent rapidement le marché de l'information ; en mars 2011, moins de 6 ans après sa création, le Huffington Post est acquis par la compagnie AOL pour 315 millions de dollars. En juin 2015, l'entreprise Verizon Communications le rachète pour la somme de 4,4 milliards de dollars. La valeur de l'entreprise a donc été multipliée par environ 14 en l'espace de 4 années, témoignant de la réussite économique de ce type de médias¹⁵⁷.

Ce succès est en grande partie dû aux réseaux sociaux numériques selon lesquels ces médias sont pensés et desquels ils dépendent beaucoup. En effet, en plus de s'inspirer de leur fonctionnement, les journaux en ligne comme le Huffington Post ont également besoin des plateformes comme Facebook ou Twitter pour pouvoir se développer ; leur enjeu principal est la visibilité sur internet, notamment auprès des jeunes utilisateurs des réseaux sociaux qui sont leur public cible. Il leur est nécessaire (comme beaucoup d'entreprises se basant principalement sur internet) d'être fortement présents sur ces sites, cependant, nous l'avons évoqué, occuper un espace publicitaire sur les réseaux sociaux numériques les plus populaires peut être très coûteux.

Le stratagème alors mis en place par ces sites est de se servir de leur communauté comme relais pour son contenu ; en effet, sur les réseaux sociaux, une publication (qu'elle soit faite par une entreprise ou par un particulier) n'est initialement montrée qu'au personnes "suivant" ou "abonnées à" l'auteur. A la création d'un compte ce nombre est relativement faible, or, nous l'avons vu, le but des entreprises en ligne comme le Huffington Post est la

¹⁵⁷ Bien que cette croissance soit particulièrement impressionnante pour le Huffington Post (c'est l'une des raisons de ce choix), on retrouve des chiffres significatifs chez ses concurrents comme BuzzFeed qui génère 100 millions de revenus en 2014, chiffre qui augmente de 67% en l'espace d'un an alors que la valeur de l'entreprise atteint les 1,5 milliard dollars (source : Financial Times).

visibilité, il s'agit de posséder la communauté la plus grande possible afin de multiplier les visites, de générer des revenus publicitaires, de gagner en popularité, ce qui permet encore en retour d'accroître sa visibilité¹⁵⁸. Pour y parvenir, le journal en ligne utilise les fonctionnalités interactives propres aux réseaux sociaux numériques (comme les commentaires, les "j'aime", les retweet, les réactions) afin de rendre son contenu visible auprès du plus d'utilisateurs possibles. En effet, chaque utilisateur interagissant d'une manière ou d'une autre avec une publication la diffuse à l'ensemble son cercle de contacts, souvent plusieurs centaines d'autres utilisateurs, et la rend ainsi très visible.

Il s'agit alors pour les médias d'encourager les utilisateurs à interagir avec son contenu, donc à écrire sur des sujets qui vont les concerner directement et leur donner envie de s'impliquer, de donner leur avis dessus, ou de le partager à leur contacts. C'est au moyen d'algorithmes que les sites comme le Huffington Post détectent, sur les réseaux sociaux (au moyen des données qu'ils collectent), quels sont les sujets les plus populaires chez les utilisateurs à une période donnée¹⁵⁹. Ces sujets, nous le comprenons à cet étape de notre étude, concernent certaines thématiques sensibles et très médiatisées dans les années 2000-2010 comme le féminisme, le racisme et les questions LGBT+, ainsi que des objets de culture populaire, au rang desquels (et même en premier plan), l'univers cinématographique Marvel. Ainsi l'on voit bien ici l'importance des réseaux sociaux pour les nouveaux médias numériques, ce que plusieurs experts observent également ;

Le journalisme en ligne apparaît n'avoir jamais été aussi dépendant des réseaux socio-numériques pour valoriser ses contenus : réécriture de titres pour s'adapter aux algorithmes de Facebook et Google, ouverture de services vidéo dans la presse pour produire du contenu «social»¹⁶⁰, et partenariats sur la

158 L'un des objectifs pour ces journaux en ligne est d'être le premier site que les utilisateurs d'internet consultent lorsqu'ils cherchent à se renseigner en ligne sur un sujet précis, comme par exemple "*white-washing Doctor Strange*", ce qui passe essentiellement par le biais de moteurs de recherche, notamment Google (94% des parts du marché sur la période étudiée). Or, 91% des utilisateurs visitent les sites listés sur la première page apparaissant après avoir lancé leur recherche, il est donc capital d'en faire partie pour les médias. Or, les résultats affichés en premier par le moteur de recherche sont ceux qui totalisent le plus de visites, l'enjeu reste donc le même ; la visibilité, et ainsi cette visibilité génère elle-même plus de visibilité. Dans le cas de la presse en ligne ce sont les réseaux sociaux qui permettent d'acquérir cette présence en premier lieu et de lancer ce "cycle" (source : Google Analytics)

159 Eustache Sophie, Trochet Jessica, "De l'information au piège à clic", *Le monde diplomatique*, août 2017

160 Précédemment j'évoquais la manière dont ces nouveaux journalistes utilisent beaucoup d'éléments issus des réseaux sociaux numériques, ce qui inclut beaucoup d'images et de vidéos

publicité¹⁶¹. Se développent ainsi, au sein même des rédactions, des postes consacrés à la gestion et à l'édition des réseaux socio-numériques, dont Facebook, parmi la variété de plateformes qui existent (Twitter, LinkedIn), et dont certaines lui appartiennent (Instagram, Snapchat).¹⁶²

Ces procédés sont les principaux facteurs du succès de cette nouvelle génération de médias, mais plus encore que de leur permettre une réussite économique (dont nous avons eu un aperçu plut tôt avec quelques chiffres), ils en ont fait la source d'information principale d'une communauté très large. Ces nouveaux médias se retrouvent en un laps de temps très court à la tête du marché de l'information, remplaçant les institutions médiatiques qui tenaient ce rôle quelques décennies plus tôt, notamment les journaux télévisés et papier comme le Washington Post. Cela explique pourquoi de nombreux acteurs et observateurs¹⁶³ parlent des années 2000-2010 comme du début d'une "nouvelle ère de l'information".

Confirmer ce postulat passe, fatalement, par l'exposition de plusieurs données statistiques qui, au risque d'alourdir cette étude, sont nécessaires à l'illustration d'une idée au cœur de notre travail ; le remplacement des anciens médias dominants par des nouveaux, issus d'internet, un changement de support qui a un impact direct sur le contenu du débat. Au début des années 2000 nous remarquons ainsi une lente diminution de la circulation de journaux papier aux États-Unis, qui passent d'environ 55 773 000 d'exemplaires en circulation en 2000 à environ 54 626 000 en 2004. Cette tendance à la diminution relativement légère s'accélère de manière notable dès le milieu des années 2000, moment qui coïncide avec la période de développement des médias en ligne du type Huffington Post.

161 En 2015, Facebook lance « Instant Articles », un partenariat adressé aux médias sur l'information destinée à la consultation sur téléphone mobile. Cet accord assure aux médias de conserver 100 % des revenus publicitaires liés à ces articles et 70 % des revenus dans le cas de publicités négociées par Facebook (H. N. Moore « The secret cost of pivoting to video », *Columbia Journalism Review*, 26 septembre 2017)

162 Céline Bryon-Portet, "Le temps long des réseaux sociaux numériques", *Le temps des médias*, n°31, Nouveau Monde éditions [en ligne], 2018, p. 48.

163 Je me suis notamment inspiré des propos de Dominique Boullier, dans son entretien avec Frédéric Clavert "Avec les réseaux sociaux numériques, l'évènement devient un fait social", paru dans *Le temps des médias*, n°31, en 2018. Ses propos trouvent cependant écho dans ceux de beaucoup d'autres experts de disciplines variées et provenant de divers pays comme le journaliste français Alain Duhamel (*Journal d'un observateur*, L'Observatoire, Paris, 2018), le politologue états-unien Brian C. Anderson (*South Park Conservatives : The Revolt against Liberal Media Bias*, Regnery Publishing, Washington, 2005) ou encore le sociologue espagnol Manuel Castells (*La Galaxie Internet*, Oxford University Press, Oxford, 2001).

Nous observons à partir de 2004 un déclin du nombre de ce nombre journaux en circulation d'au moins un million par an jusqu'en 2006, où le phénomène se poursuit et s'accélère encore avec une perte de 1 587 000 en un an, puis de 2 145 000 jusqu'en 2008, et de 2 944 000 en 2009. En 2014 la circulation de journaux "papier" aux États-Unis atteint les 40 424 000 exemplaires en moyenne, soit sa valeur la plus basse depuis 1940. Dans l'impossibilité pour l'instant de récolter des données pour les années ultérieures, les spécialistes prévoient tout de même une poursuite de cette tendance jusqu'à passer sous la barre des 28 600 000 d'exemplaires quotidiens papiers en circulation en 2018¹⁶⁴.

Dans le même temps, nous avons déjà remarqué que les journaux numériques comme le Huffington Post connaissent un développement remarquable, cependant, pour confirmer l'hypothèse émise plus tôt il faut être certain que les autres grands médias ne connaissent pas non plus d'augmentation de leur public, ce qui prouverait la migration des lecteurs papiers vers le support numérique. En effet, observer un accroissement de la clientèle de médias non-numériques ne permettrait que de conclure qu'au déclin de la consommation des journaux papier sans prouver de lien avec l'émergence d'une nouvelle génération de médias. Les autres principales sources d'informations sur les débats politiques et culturels aux États-Unis à l'aube des années 2000 sont la télévision et la radio, et nous allons voir que ces derniers ne connaissent aucune diminution majeure de leur clientèle comme la presse écrite.

Une explication à ce phénomène peut résider en leur adaptation rapide au format numérique¹⁶⁵, toujours est-il que la télévision connaît même une augmentation stable de sa réception sur la période étudiée ; en 2008 en moyenne aux États-Unis le temps moyen passé devant l'information télévisée est de 4,6 heures, chiffre qui atteint les 5,9 en 2018¹⁶⁶. Cette croissance ne suffit cependant pas, seule (soit sans prendre en compte l'essor du média numérique) à justifier les pertes que connaît l'industrie de la presse écrite dans le même temps. Durant cette période, le nombre d'émissions radiophoniques reste très stable, passant de 1922 en 2010 à 1989 en 2015, et le revenu des chaînes radio d'informations ne fluctue que légèrement : totalisant environ les 20 709 000 dollars en 2011, il atteint les 18 047 000 en

164 Michael Barthel, "Newspaper fact sheet", *Pew Research Center*, 9 juillet 2019.

165 Par exemple en ce qui concerne la radio, de 2008 à 2016 le nombre de postes de radios par foyer passe de 3 à 1,9 (source : Infinite Dial 2020), diminuant donc fortement alors que simultanément l'auditorat de la radio en ligne (podcast) augmente de 21% de la population états-unienne à 55% (source : Pew Research).

166 Sophia Fedeli, Katarina Eva Masta, "Local TV news fact sheet", *Pew Research Center*, 25 juin 2019

2018¹⁶⁷. Nous observons donc ici une légère tendance à la décroissance en ce qui concerne cette source d'information, mais pas suffisante pour justifier la croissance spectaculaire que connaissent les médias numériques.

Tous ces éléments permettent de conjecturer que la perte d'influence de la presse sous forme de journaux papier lors des années 2000-2010 se fait profit des nouvelles formes de médias se développant grâce aux réseaux sociaux numériques. Ces deux constats étant directement liés, par la relative absence de bouleversements chez les autres médias, nous sommes en mesure de comprendre la théorie de l'émergence d'une "nouvelle ère de l'information". Alors que les quotidiens imprimés produisent de moins en moins, la presse en ligne comme le Huffington Post devient aux États-Unis une des sources principales d'information sur les sujets d'actualité. Or, ce changement de supports, et donc de modalité de traitement de l'information, a des conséquences directes sur le débat lui-même, une idée couramment admise, ici exprimée par le chroniqueur et politicien John Dean :

Une civilisation est le produit de ses médias. Le messenger forme. Il est culturellement actif. Les nouveaux médias fournissent des outils de perception révolutionnaires ; ils altèrent la compréhension du monde et permettent aux utilisateurs de restructurer leur environnement.¹⁶⁸

167 Elisa Shearer, "Audio and podcasting fact sheet", *Pew Research Center*, 9 juillet 2019

168 John Dean, *Les médias et l'information aux États-Unis depuis 1945*, Messene, Paris, 1997, p 35.

III. "L'âme du journalisme" face à son renouvellement

a) Des institutions médiatiques solidement ancrées dans la société

Le titre de cette troisième sous-partie, portant sur la génération de média dont nous venons d'étudier le déclin dans les années 2000-2010, est une référence à la manière dont le Washington Post est surnommé par le journaliste Marvin Kalb dans les années 1970¹⁶⁹. En effet, comme mentionné en introduction, le quotidien a acquis un grand crédit auprès du public. Cette renommée d'indépendance et de qualité est attribuable à son implication dans deux des plus grandes affaires médiatiques états-unienne du 20ème siècle ; les "Pentagon Papers"¹⁷⁰ et le "Watergate"¹⁷¹, se déroulant toutes deux début des années 1970 . Cette réputation de certains organismes de presse et notamment du Washington Post de "héros médiatique" ou du moins de grand nom de la presse persiste encore très fortement dans l'opinion public des années 2000. La persistance et l'étendue de cet imaginaire se voient par exemple dans les œuvres culturelles produites sur le sujet, comme au cinéma, de *All the presidents men* (Alan J. Pakula) sorti en 1976 à *Pentagon Papers* (Steven Spielberg) diffusé en 2007, tous deux de grands succès. Le mythe national hérité de cette période est bien résumé par le sociologue Michael Schudson dans son livre *Watergate in American Memory* :

169 Feldstein Mark, "Watergate Revisited", *American Journalism Review* [en ligne], p.5, août-septembre 2004

170 L'expression désigne un document de 7000 pages secret-défense appartenant au département de la Défense et concernant l'implication politique des États-Unis dans la guerre du Viêt Nam de 1955 à 1971. Ces 47 volumes révèlent notamment que le gouvernement américain a délibérément intensifié le conflit en menant des bombardements sur Laos et en engageant les marines dans des opérations secrètes, sans consultation du Conseil, alors que le discours public présidentiel promettait de ne pas s'y impliquer davantage. En 1971 le document fuite et est publié notamment par le New York Times et le Washington Post, qui s'engagent alors dans une confrontation avec le pouvoir central qui s'oppose à la divulgation des informations, ils se créent une réputation de contre-pouvoir politique, couramment désignée par l'expression "fourth estate" (quatrième pouvoir en français). Ricard Serge, *The mass media in America since 1945*, p.78, Armand Colin, Paris, 1998.

171 Le scandale du Watergate est une affaire d'espionnage politique aux multiples ramifications qui commence en 1972 avec l'arrestation de cambrioleurs dans les locaux du parti démocrate à Washington (dans le bâtiment public Watergate) et se termine avec la démission du président Nixon en 1974. Encore une fois ce sont le Washington Post et le New York Times qui publient plusieurs révélations sur les complexes pratiques et réseaux d'espionnage mobilisés par le gouvernement Nixon pour surveiller et mettre sur écoute ses opposants politiques. Cela mène encore une fois à des démêlés en justice entre les organismes de presse et le pouvoir central et renforce encore la renommée de ces quotidiens. Ricard Serge, *ibid.*, p.80

La mythologie de la presse dans l'affaire du Watergate s'est considérablement développée comme un mythe national, une histoire qui porte sa propre mémoire du Watergate bien que des détails quant à ce que Nixon a fait ou n'a pas fait se sont évanouis. Ce mythe assume généralement que deux jeunes reporters du Washington Post ont à eux seuls fait tomber le président des États-Unis. C'est un mythe de David et Goliath, d'individus impuissants retournant une institution d'une puissance accablante. Il est midi pile à Washington, et deux jeunes reporters aux chapeaux blancs au bout de la rue font face au président au chapeau noir à l'autre bout, protégé par ses sbires. Et ce sont les gentils qui triomphent. La presse, avec la vérité comme seule arme, sauve la mise.¹⁷²

Ce contexte explique le succès économique de ces quotidiens qui bénéficient du statut d'institutions médiatiques, position encore renforcée par les nombreuses récompenses qu'ils reçoivent : en ce qui concerne le Washington Post nous parlons de 58 prix entre 1971 et le début de la période étudiée (2008), dont 45 Pulitzer. Le journal occupe donc une place solidement ancrée dans le paysage médiatique américain, cependant son succès critique et économique n'est pas seulement dû (bien qu'il y ait joué un grand rôle) à son implication dans les affaires médiatiques que nous venons de voir. En effet, après avoir soudainement gagné en visibilité auprès d'un lectorat très large et divers que représente la population des États-Unis, il s'agit pour le média de continuer à intéresser ce public et à maintenir sa réputation auprès de lui pour le pousser à acheter le quotidien de manière régulière.

Les journaux comme le Washington Post ont pour cela recours à des codes spécifiques pour pérenniser ce succès, des stratagèmes qui diffèrent considérablement de ceux utilisés par les nouvelles générations de médias des années 2000-2010 comme le Huffington Post. L'un des premiers points importants qui définissent ces médias depuis les années 1970 est le professionnalisme des auteurs. La renommée du journal étant construite sur l'investigation, elle est directement rattachée à la figure du reporter indépendant et en quête de vérité¹⁷³. Les compétences de l'auteur d'un article ne doivent donc pas faire de doute : n'importe qui ne peut pas écrire pour le Washington Post, ce qui est aux antipodes de la figure du blogueur adoptée par le Huffington Post.

172 Feldstein Mark, *ibid.*, p.2

173 Figure par ailleurs parfaitement représentée en le personnage de Clark Kent, reporter modèle et super-héros des plus vertueux, protagoniste des célèbres comics *Superman*. Il personnifie l'idéal du métier en incarnant "la vérité, la justice, et Américain de bout en bout". (Dean John, *Les médias et l'information aux États-Unis depuis 1945*, Messène, Paris, 1997)

Nous voyons bien dans notre corpus la manière dont le journal met l'auteur en avant dans les articles, ainsi Michael Cavna, plus gros contributeur du quotidien sur le sujet avec 15 articles produits, voit son parcours et son palmarès affichés sur le site. Il y est indiqué qu'il vient de l'université de Californie, ainsi que ses créations les plus connues comme "Wise up" qui a lancé la campagne #DrawforAtena en 2015. Est aussi affichée sa contribution au sein du journal, la colonne du Comics Riffs et les récompenses qu'elle a reçues auprès de la Society for Features Journalism. Sa polyvalence est mise à l'honneur : "Writer-artist-recovering-syndicated-cartoonist Michael Cavna is a man of many hyphenates."¹⁷⁴ et ses nombreux prix, nominations et honneurs sont méthodiquement listés. Même procédé, quoi que de manière plus succincte, pour David Betancourt (à l'origine de 10 articles du Washington Post sur les films Marvel) dont le curriculum est moins fourni. Nous retrouvons une fois encore la même structure d'énumérations d'études, d'expériences et de succès professionnels en ce qui concerne la journaliste Alyssa Rosenberg, troisième contributrice majeure au débat autour de Marvel Studios pour le quotidien avec 9 articles sur le sujet.

Il semble donc que chez le Washington Post l'accent soit mis sur le professionnalisme du journaliste, garant de la pertinence de l'article. Il est également à noter que 12 de ces articles sur les débats autour de Marvel Studios sont rassemblés dans une rubrique "Opinion", où les écrivains sont placés dans une position d'expert commentant et donnant leur avis sur un sujet d'actualité. L'opinion de personnes "ordinaires" n'intéresserait en effet pas le public : si l'opinion du journaliste nécessite l'écriture d'un article, c'est bien qu'il est estimé comme plus pertinent que celui de la population profane sur le sujet. Cette rubrique concerne notamment Rosenberg, y intégrant 6 de ses 9 productions.

Seize autres articles de notre ensemble font partie de la catégorie "Analysis", décrite par le site du journal comme étant une "interprétation des informations basées sur des preuves, y compris des données, ainsi que l'anticipation de comment les événements pourraient se dérouler au regard des événements passés". Le seul intitulé de cette rubrique donne un grand crédit scientifique au journaliste : ce dernier est présenté comme un mathématicien ou un historien capable de prévoir l'avenir en étudiant le passé. Cette rubrique regroupe plusieurs articles de contributeurs majeurs du journal : 7 de Cavna, 3 de Betancourt et 1 de Rosenberg. Nous observons un procédé similaire pour la catégorie "Review",

¹⁷⁴ Difficilement traduisible en français : "auteur-artiste-dessinateur-(de couvertures et de bandes-dessinées)-syndiqué, Michael Cavna est un homme aux nombreux tirets", *WashingtonPost.com*

présentée, toujours sur le site du journal, comme étant la "critique et l'évaluation d'un professionnel sur un service, produit, performance ou œuvre littéraire", mais qui ne concerne que trois articles du corpus. Ici encore, c'est l'expertise du journaliste, cette fois présenté en tant que critique artistique, qui est mise en avant comme garante de la qualité de l'article.

Autre élément important permettant aux journaux comme le Washington Post d'affirmer une position de média professionnel, scientifique et indépendant ; la réputation de relative neutralité politique. C'est un enjeu très débattu puisqu'en pratique il est impossible d'être absolument neutre politiquement, notamment lorsque l'on se veut un média d'investigation, d'information et d'analyse politique. Mais la simple existence d'accusations de partialité du journal, et la défense opposée par le journal à ces attaques, prouvent bien qu'il s'agit d'un point important ; cette apparente objectivité permet en effet de fédérer un lectorat très large et aux opinions politiques très divers (nécessaire pour un média connu dans l'ensemble des États-Unis) ou du moins de ne pas s'en aliéner une partie. Cette idée comme quoi la neutralité politique est ce qui fait la grandeur des médias est très présente dans l'imaginaire états-unien et son paysage médiatique¹⁷⁵.

Ainsi, durant son histoire, le quotidien est confronté à plusieurs reproches de prendre parti, souvent de la part d'autres journalistes : en 2007 Bill Moyers accuse le journal de promouvoir la guerre d'Irak, suivi par l'auteur et journaliste Greg Mitchell en 2014¹⁷⁶. Le 18 avril 2007 une étude est conduite par des chercheurs de l'université de Yale pour déterminer comment le Washington Post orienterait les votes de son lectorat vers le parti démocrate. À l'inverse, en novembre de la même année, Robert Parry, journaliste également, reproche au quotidien d'être ouvertement anti-Obama, ce à quoi la médiatrice Deborah Howell répond comme quoi la rubrique "Opinion" laisse libre cours aux journalistes qui ont souvent des positions conservatrices ou centristes, mais que cela n'engage pas le journal. La critique de Parry est cependant réitérée en 2009¹⁷⁷. Tous ces débats brièvement listés témoignent bien de la nécessité, pour le Washington Post, de conserver une apparente neutralité politique afin d'asseoir son statut de média institutionnel.

175 John Steele Gordon, "Political neutrality is what made american newspapers great", *Wall Street Journal*, 10 juillet 2020

176 Greg Mitchell, "Eleven years on : How the Washington Post helped give us the Iraq War", *The Nation*, 12 mars 2014

177 Robert Pary, "Framing Obama – by the Wpost", *Consortium news*, 19 mars 2009

b) S'adapter au nouveau paysage médiatique

La volonté du Washington Post de s'établir et se maintenir comme un grand nom du journalisme revient donc à se positionner aux antipodes d'un média "d'info-divertissement" comme nous l'avons vu plus tôt. Pourtant, cette ligne éditoriale stricte se retrouve confrontée, dans les années 2000-2010, à la nécessité de se renouveler face à l'évolution du paysage médiatique américain que nous avons théorisée précédemment. Ainsi, il apparaît que durant la période étudiée le quotidien tend fortement à se rapprocher dans sa forme comme dans son fond des nouvelles générations de la presse comme le Huffington Post. Ce changement de paradigme est sans doute initié par le succès économique soudain de ces dernières et le déclin rapide de l'industrie du quotidien papier.

Les points de divergence entre les deux organismes de presses que nous étudions, bien qu'indéniablement existants, ne sont pas à surestimer. Un premier exemple de ce rapprochement réside en l'utilisation des réseaux sociaux numériques que nous avons étudiée plus tôt comme étant une caractéristique propre aux nouveaux médias. Or, le Washington Post écrit de manière générale sur les mêmes débats issus d'internet que le Huffington Post, et ses articles concernent tout autant de sujets issus des réseaux sociaux. Ainsi, si les productions des nouveaux médias numériques comportent très fréquemment des publications ou objets issus des réseaux sociaux, c'est également des cas du Washington Post. Ce dernier est aussi présent sur les plateformes sociales numériques les plus populaires (Facebook, Twitter, Instagram) par lesquelles il se médiatise et encourage son lectorat à relayer et diffuser ses articles, tout comme les médias les plus récents pour lesquels cette stratégie porte ses fruits.

En ce qui concerne le rapprochement entre les lecteurs et les contributeurs du journal, nous pouvons revenir sur la question de l'âge des auteurs des articles. Bien que les personnes écrivant sur les Marvel Studios soient moins jeunes chez le Washington Post que pour son confrère, les journalistes mobilisés par le média d'investigation sont tout de même majoritairement considérés jeunes, nous l'avons vu, à raison de 63% d'articles écrits par des personnes de moins de 45 ans¹⁷⁸. Autre élément venant contredire l'image d'un journal faisant

¹⁷⁸ Un chiffre qui prend toute son importance lorsqu'on le compare à la proportion d'auteurs considérés jeunes dans les sections les plus visibles du quotidien, comme celle regroupant les journalistes écrivant sur l'élection présidentielle de 2016, dont beaucoup font partie du comité de rédaction du journal. Sur

appel à une poignée de journalistes experts ; le nombre de contributeurs. En effet, les nouveaux médias numériques sont réputés pour avoir sur un même sujet des multitudes de jeunes blogueurs s'exprimant, cependant force est de constater qu'entre les deux médias le nombre d'auteurs différents impliqués ne diffère que peu : 36 pour le Huffington Post et 33 pour le Washington Post. En ce qui concerne notre objet d'étude, les deux journaux en ligne sont donc plus proches, déjà sur la question des auteurs, que leurs différences historiques et éditoriales ne le suggéraient.

La catégorie d'articles "Perspective" vient également nuancer le statut d'expert accordé au journaliste dans le Washington Post, bien qu'elle soit présente en de plus faibles proportions (5 articles concernés) que celles que nous avons vues précédemment. La rubrique se veut être une "discussion de sujets d'actualité avec un point de vue, incluant un récit par des individus au regard de leur propre expérience". Ici ce qui est mis en avant est la légitimité de l'écrivain à parler d'un sujet par lequel il est concerné, et non pas sur lequel il est considéré comme compétent, en témoigne l'article de David Betancourt "Je suis un intello fan de comics afro-latino de 37 ans et j'ai attendu Black Panther toute une vie"¹⁷⁹. Ce n'est pas le professionnalisme de l'écrivain qui est mis en valeur ici, en l'occurrence Betancourt n'a aucune qualification professionnelle ou universitaire autre que son vécu pour parler du racisme. Nous avons vu au début de notre étude combien cette pratique consistant à faire parler des acteurs concernés par un sujet (et non pas des experts de cette thématique) est répandue chez les médias comme le Huffington Post.

Autre élément, simple mais éloquent, pouvant indiquer l'évolution progressive du Washington Post vers le modèle des nouvelles générations de médias ; son intérêt pour des problématiques dont l'importance est considérées moindre par toute une partie de la société¹⁸⁰.

exactement 68 articles sélectionnés sur ce sujet afin de regrouper 28 auteurs à l'âge vérifiable (soit un nombre quasiment équivalent aux 30 produisant les 68 contributions du journal sur Marvel Studios), seuls 23 soit environ 34% sont rédigés par des personnes ayant moins de 45 ans. En l'absence de données existantes sur la moyenne d'âge des journalistes du Washington Post ce chiffre fournit tout de même une référence permettant de fonder une comparaison

179 David Betancourt, "I'm a 37-years-old-afro-latino comic nerd . I've waited a lifetime for Black Panther", *WashingtonPost.com*, 13 février 2018

180 L'importance politique des objets de culture populaire, que nous avons pris soin d'établir dès le début de notre étude, n'est en effet pas admise pour tous : beaucoup considèrent qu'il ne s'agit pas d'un sujet "sérieux" voire qu'il n'y a pas lieu d'avoir de débat politique sur des œuvres culturelles relevant de pure fictions. Cette idée est notamment présente dans les discours des personnes réfutant toute accusation de racisme, de

En effet, les questions de représentations de minorités au cinéma peuvent souvent être perçues comme des thèmes légers, secondaires, sans comparaison avec les scandales politiques dans lequel le journal d'investigation s'est spécialisé¹⁸¹. En effet, le besoin du Washington Post de justifier son implication sur de telles thématiques est particulièrement visible dans certaines productions du quotidien¹⁸².

Les sujets du féminisme, du racisme et de l'homophobie dans les œuvres de culture populaire sont en effet le terrain de prédilection des nouveaux quotidiens du type Huffington Post qui les aborde en premier et par lesquels, comme nous l'avons vu, ils se sont développés et ont trouvé leur lectorat. Outre l'abandon relatif de toute prétention de neutralité politique par le simple intérêt à ces questions, l'appropriation de ces thématiques par des médias institutionnels comme le Washington Post semble bien témoigner d'un certain changement de paradigme. Ce phénomène d'autant plus remarquable que la production littéraire sur ces questions est équivalente entre les deux journaux avec respectivement 67 articles pour le Huffington Post et 68 pour le Washington Post. De manière générale, bien que des différences subsistent entre les deux médias, elles semblent se réduire à l'initiative du Washington Post, un constat explicable par des motivations économiques et que nous serons amenés à confirmer dans les chapitres suivants.

Ce premier chapitre nous aura permis de définir les thématiques saillantes du débat autour des films du Marvel Cinematic Universe mais également de les situer dans un contexte social de prise de conscience des enjeux qu'elles représentent. Ainsi, les années 2010 semblent être une période de réflexions autour des oppressions systémiques, qu'elles concernent le genre, la race ou la sexualité, et les films Marvel Studios constituent un terrain d'expression privilégié de ces débats. Si tous ces questionnements tiennent de tendances

sexisme, de transphobie ou d'homophobie dans l'univers cinématographique Marvel, et est parfois utilisée pour décrédibiliser les dites revendications.

181 Outre les Pentagon Papers et le Watergate le quotidien s'est impliqué depuis 1970 dans plusieurs enquêtes de grande envergure et a traité de divers scandales politiques nationaux comme internationaux, ce qui lui a valu les nombreux prix mentionnés plus tôt.

182 Par exemple dans l'article de Ishaan Tharoor; "Why Wakanda Matters", *Washington Post*, 20 février 2018 ou dans celui de Sonia Rao, "This Avenger Infinity War scene is a step forward for Marvel's female characters", *Washington Post*, 01 mai 2018.

historiques que nous étudierons immédiatement ensuite, ils prennent place par le biais de nouveaux canaux et acteurs, en lien étroit avec internet 2.0. Non seulement une nouvelle génération de citoyens prend la parole, mais elle la prend d'une manière particulière : par le relais de plateformes numériques, de partages de contenu instantané, tantôt critique ou élégiaque, cherchant à dénoncer ou soutenir.

Les traces même de ce débat sont d'un genre nouveau, présentant des caractéristiques spécifiques qu'il nous faut prendre en compte, puisque c'est une nouvelle génération de média qui prend le relais sur la diffusion, et donc la sélection des controverses. Ces médias ont des objectifs propres, adoptent des codes spécifiques pour attirer un certain public, et leur rôle dans la tenue de la discussion ne pouvant être neutre, il nous faut les étudier plus en détail pour saisir l'essence de la confrontation débat de laquelle ils sont au cœur. Dans une pensée mcluhaniste que Hunter reprend volontiers, et que nous étudierons plus en avant, le traitement de l'information conditionne son contenu. Ainsi, notre analyse des nouvelles formes d'expression de la confrontation en cours dans les années 2010 nous a déjà permis de mieux appréhender son impact, ses acteurs et son importance. Ces modalités du phénomène de polarisation autour des films Marvel définies, il nous reste à étudier dans quelle mesure elles sont comparables, ou non, avec les logiques des "guerres culturelles".

CHAPITRE 2 : UN DÉBAT S'INSCRIVANT DANS LES "GUERRES CULTURELLES"

Au cours de ce second chapitre, nous rentrons dans la démarche comparatiste de notre étude en nous penchant sur la question de l'intégration ou non des polémiques observés dans les années 2010 autour des films Marvel Studios à la théorie des guerres culturelles. Cela implique dans un premier temps de s'intéresser aux points communs thématiques entre les débats des années 1960 à 1990 observés par Hunter et ceux que nous étudions entre 2008 et 2019. Ainsi, il est essentiel d'aborder la question de l'industrie du comics ; le choix de Marvel n'est pas neutre, cette entreprise occupe un rôle particulier dans les imaginaires collectifs états-uniens qu'il nous faut définir. De même pour le cinéma, art au sein duquel de nombreuses polémiques émergent quant à ce qu'il peut ou doit représenter, des débats en continuité directe avec ceux que nous étudions dans les années 2010.

Nous nous pencherons également sur l'histoire des questionnements que nous observons dans notre premier chapitre : les divisions sur les questions de la race, du genre et des sexualités tiennent de tout un contexte de contestations qui s'est mis en place dans les décennies précédentes, et en partie par le biais d'objets de culture populaire. Ainsi, nous évoquerons les théories de W.E.B Du Bois sur la division raciale, de Betty Friedan sur le sexisme institutionnel et de George Haggerty sur la répression des communautés LGBT+. En seconde partie sera traitée la question des médias, canaux par lesquels tous ces questionnements s'expriment et ayant connu de nombreuses modifications structurelles bien avant l'arrivée d'internet 2.0. Nous relativiserons donc l'hypothèse d'un bouleversement médiatique dans les années 2010 en comparant nos constats avec ceux d'experts comme Sabato, Dean ou Ricard sur les paysages médiatiques des années 1960 et 1980. Les grilles de lectures comme celles de Mott nous permettront de définir les caractéristiques de de l'information que nous observons durant la période étudiée et de les remettre en contexte. Cela nous permettra de voir précisément en quoi notre objet d'étude se rapproche ou diverge de la théorie des guerres culturelles de Hunter.

A°) Des thématiques récurrentes depuis 50 ans

I. Former les imaginaires collectifs

a) Marvel, le rôle décisif attribué au divertissement

Dans la perspective d'inscrire notre objet d'étude dans un contexte historique, il est nécessaire de se pencher en profondeur sur l'histoire particulière de Marvel et de ses relations avec la société états-unienne. En effet l'histoire de l'entreprise est ponctuée de débats quant à ce que l'éditeur de bande-dessinées peut ou doit représenter et à l'impact qui est attribué dans les mentalités du public américain à ces représentations, qui tiennent pourtant de fictions. Cette nécessité ou volonté de l'industrie du comics de se positionner sur des questions d'actualité en faveur d'une vision de la société ou d'une autre renvoie directement au concept des "guerres culturelles". Adoptée par plusieurs chercheurs, cette théorie postule que la société états-unienne serait, depuis les années 1960, clivée radicalement autour de certaines problématiques comme, tout particulièrement, la place des médias et de l'art dans la société.

Le sociologue James Davison Hunter (né en 1955) est le premier à identifier et nommer ce phénomène. D'après lui, un enjeu primordial de cet affrontement idéologique est : "le contenu des médias populaires, des films montrés à la télévision aux séries diffusées jusqu'aux livres qui sont lus et à l'art exposé"¹⁸³. Ce qui nous intéresse ici est de voir à quel point les comics et Marvel tout particulièrement, en tant qu'institution culturelle, est concernée par ces débats. En effet, le choix de cette entreprise comme objet d'étude n'est pas anodin, Marvel Comics revêtant depuis sa création dans les années 1940 (alors sous le nom de Timely) une forte dimension symbolique. Celle-ci est visible par exemple lorsque le Congrès lui demande, ainsi qu'aux autres éditeurs de comics, de raconter des histoires patriotiques exaltant le sentiment national des lecteurs pour soutenir l'effort de guerre, ce à quoi la maison

¹⁸³ Hunter James Davison, *Culture wars : the struggle to define America*, Basic Books, New York, 1991, p. 50

d'édition répond en créant un nouvel archétype de héros qui connaît un fort succès, le "super patriote", avec le personnage de Captain America¹⁸⁴.

C'est toutefois dans les années 1960 que l'industrie du comics est confrontée pour la première fois à des controverses majeures qui ont pour sujet la crainte d'une grande partie de la société de son influence sur la jeunesse. Bien que des tensions sur cette problématique existent depuis les années 1940¹⁸⁵, ce sont les années 1960 qui universalisent cette fracture de l'opinion public, comme pour beaucoup d'autres thématiques des "guerres culturelles". Les protestations trouvent un porte-parole en la personne de Fredric Whertam (1895-1981), psychiatre théorisant une relation de causalité entre les images violentes et à caractère sexuelles des bande-dessinées et la délinquance juvénile, sujet de grandes inquiétudes avec l'émergence de la nouvelle génération issue du baby-boom. Bien que ses résultats ne soient pas les fruits de méthodes scientifiques, il affirme en 1954 dans *Seduction of the Innocent* que les comic-books promeuvent la violence, la promiscuité sexuelle¹⁸⁶ et l'homosexualité, alors considérée comme une pathologie.

Les propos de Whertam sont relayés par plusieurs grands médias comme le New York Times ou le Chicago Daily News, et en avril 1954 le Sous-Comité de Délinquance Juvénile des États-Unis (dont la simple existence témoigne de l'importance de cette préoccupation) fait officiellement, après enquête, le lien entre les comportements violents des adolescents et les

184 Face à la montée des fascismes européens il s'agit pour le gouvernement de se servir de l'influence des populaires bande-dessinées pour préparer le peuple à la guerre. Duncan Randy & J. Smith Matthew, *The Power of Comics : History, Form & Culture*, Londres, The Continuum International Publishing Group Inc., 2009. p 197

Les créateurs du personnage de Marvel, juifs, vont jusqu'à faire d'Adolf Hitler un des antagonistes de leur série pour, de leur propre aveu, "unir les américains contre la menace européenne", ce qui leur vaudra d'ailleurs des menaces de mort et une protection policière. Johnson Jeffrey, *Super History : Comic book superheroes and american society*, Jefferson, Mc Farland & Compagny, 2012, p. 54

185 Il existe des traces de ces inquiétudes dès les années 1940 dans un éditorial du *Chicago News* qui juge les comics dangereux, propos appuyés par certaines organisations catholiques les catégorisant d'obscènes. North Sterling, "A National Disgrace", *Chicago Daily News*, 1940

186 Cette accusation en particulier est directement liée à la tendance récente du "good girl art" : tentative de l'industrie de la bande-dessinée de sortir du déclin économique qu'elle connaît après-guerre en produisant de nombreuses héroïnes hyper-sexualisées dans le but d'attirer un public masculin. Des images de bikinis et de jambes nues font donc leur apparition dans les comics, pourtant réservées aux magazines pour adultes dans les années 1930

bande-dessinées¹⁸⁷. Bien que ces polémiques concernent davantage les comics d'horreur et de crimes, elles affectent toute l'industrie, dont Marvel qui porte alors le nom d'Atlas Comics et fait partie des cinq plus gros éditeurs du pays. Face à la peur d'une censure d'état, ces principaux producteurs se réunissent et créent le 26 octobre 1954 le Comics Code Authority (abrégé CCA) afin de s'auto-réglementer.

Outre l'interdiction de montrer ou d'évoquer toute forme de crime, de sexualité, de nudité, d'alcool ou de drogues, ce texte comptant 40 standards contraint les créateurs à : "promouvoir les parents, le code moral, et les comportements honorables"¹⁸⁸. Ce qui est demandé (ou exigé) de l'industrie est de ne montrer qu'une vision traditionnelle de la famille et des mœurs, ce qui correspond en tout points aux valeurs définies par Hunter comme "orthodoxes". Ils s'opposent à une conception de la société dite "progressiste" qui se caractérise au contraire par une volonté de remise en question de ces institutions traditionnelles. Cette dernière se manifeste à la même période par plusieurs mouvements de libération féministes, afro-américains et queer, mais ne concernant pas encore directement les comics. Toujours est-il qu'au début des années 1960 les éditeurs de bande-dessinées sont contraints par une partie de la société à prendre leurs responsabilités vis-à-vis de leurs représentations de ce qui est perçu comme immoral.

Cela concerne également la question de la matérialisation de la diversité raciale, ainsi en 1956 la série *Judgement Day* de EC Comics est censurée par le Comics Code Authority car ayant pour protagoniste un héros noir, jugé absurde à l'héroïsation¹⁸⁹. Au milieu des années 1960, Marvel est le troisième plus gros éditeur de bande-dessinées, un succès dû à une humanisation de ses personnages, les rendant plus matures et profonds pour toucher un public plus adulte. La maison d'édition se place en opposition avec le texte imposant une certaine vision morale des comics, ce qui est rendu explicite lorsqu'elle produit un héros noir en 1966, *Black Panther*, d'abord personnage secondaire puis protagoniste de sa propre série en 1977.

187 Enquête très fortement influencée par le sentiment anti-comics désormais national ; plus que de chercher les causes de la recrudescence de la violence chez les jeunes, elle a pour objectif de démontrer que les comics en sont un facteur principal. Ainsi, une partie des "experts" crédités à ce rapport sont en fait des noms fictifs. Jennequin Jean-Paul, *Histoire du comic book des origines à 1954*, vol.1, Paris, Vertige Graphic, 2002, p.2

188 Senate Committee on the Judiciary, *Comic Books and Juvenile Delinquency, Interim Report*, art. 3 "marriage and sexuality" Washington, D.C.: United States Government Printing Office, 1955

189 Diehl Digby. *Tales from the Crypt: The Official Archives*, New York, St. Martin's Press NY, 1996

Le personnage démontre d'une volonté de se placer à l'encontre des stéréotypes racistes¹⁹⁰, du moins c'est ainsi que beaucoup d'observateurs l'interprètent, parmi lesquels les fondateurs du Black Panther Party for Self Defense qui, comme nous l'avons vu en introduction, nomment leur mouvement d'après le personnage. Autre élément pouvant donner cette impression d'un engagement antiraciste de Marvel contre l'hégémonie de la représentation de héros blancs ; la création du Faucon en 1969, acolyte afro-américain de Captain America que nous retrouvons également dans les films des années 2010.

En 1971 le gouvernement recourt une seconde fois à l'industrie du comics pour influencer sur les imaginaires collectifs : il s'agit cette fois du département de la Santé qui demande à Marvel, en raison de son succès chez les jeunes adultes, de diffuser des messages de prévention contre la drogue. Le Comics Code Authority censure immédiatement l'épisode en question pour représentation de stupéfiants, mais l'éditeur diffuse tout de même ce 96ème numéro de *Spiderman* avec succès, évènement qui marque le début du déclin du texte de censure. Dans les années qui suivent Marvel multiplie les entorses au code, qui change ses standards pour s'adapter à l'éditeur, acceptant ainsi l'existence de plus en plus de personnages horribles¹⁹¹, et le traitement puis la représentation de substances illicites. Cet assouplissement se poursuit jusqu'à tolérer puis permettre l'évocation d'homosexualité, pourtant proscrite en toutes lettres dans le 3ème article du code.

Ce sujet tabou est abordé pour la première fois de manière explicite¹⁹² par Marvel avec les personnages de Falsworth et Aubrey, deux hommes entretenant une relation sentimentale apparaissant pour la première fois dans le 18ème numéro de *Invaders*, paru en 1977. Les homosexuels ne sont ajoutés à la catégorie de personnes autorisées dans le Comics Code

190 Les personnages noirs créés jusque-là étaient constamment associés à un côté sauvage et primitif africain, souvent des chefs tribaux, à l'exception de Lion man (1947), un super-héros qui, comme Black Panther, est avant tout un scientifique renommé, clui réé par la maison d'édition All-negro composée exclusivement d'artistes afro-américains

191 En 1966 le personnage de Morbius possède tous les traits d'un vampire bien que ceux-ci soient interdits, ce sur quoi l'association d'éditeurs ferme les yeux puis autorise. Même phénomène pour les morts-vivants en 1977.

192 La série des *X-men* peut à plusieurs égards être considérée comme une métaphore implicite de l'homosexualité ; elle raconte l'histoire de mutants rejetés par la société pour des différences avec lesquelles ils sont nés et qu'ils décident parfois d'accepter (coming-out) pour se regrouper dans des lieux spécifiques, réservés et cachés du reste du monde. (source : Kaplan Arie, "Masters of the comic book universe revealed !", *Chicago review press*, 2006)

Authority qu'en 1989, un changement directement dû aux évolutions visibles depuis déjà 20 ans dans les comics, notamment de Marvel. En effet, les deux personnages susmentionnés ne sont pas la seule occurrence de héros queer de la maison d'édition, nous pouvons également citer Rawhide Kid, protagoniste gay de sa propre série depuis 1960 mais dont l'orientation sexuelle n'est révélée que au fur et à mesure des années suivantes. Le héros North Star, issu de la populaire série *Alpha Flight*, est également homosexuel, mais bien que cela ne soit montré qu'en 1998, son créateur, John Byrne, affirme que cela faisait partie du personnage depuis sa première apparition en 1979¹⁹³.

En 1978 l'éditeur transgresse le code sur une autre thématique importante, en illustrant dans le 19ème épisode de *Ms Marvel* une scène de sexe s'apparentant à un viol entre l'héroïne et un antagoniste, cette dernière étant soumise à de la manipulation mentale. Ici encore Marvel n'adopte pas l'analyse conservatrice du pouvoir des images émise par Whertam ; elle part du postulat que montrer la violence n'incite pas les consommateurs à reproduire ce comportement. L'entreprise semble donc prendre le parti relativiste et libéral de ne pas censurer ses productions au nom de la moralité traditionnelle et du "montrable". Il est toutefois intéressant d'observer que dans les années 1960 ce sont les orthodoxes qui prêtent un grand pouvoir d'influence au divertissement, alors que l'inverse se produit de 2008 à 2019. Ce sont alors les progressistes qui affirment que la représentation de minorités est un enjeu primordial, ce à quoi les orthodoxes répondent que des œuvres fictionnelles n'ont pas d'impact sur la société ni de devoir vis-à-vis d'elle, et pour qui ces reproches faites aux films Marvel semblent donc absurdes.

193 Haggerty George, "Encyclopedia of gay histories and cultures", *Taylor & Francis* [en ligne], 2000, p.326

b) *L'art cinématographique, enjeu intrinsèque aux "guerres culturelles"*

Si nous retrouvons dans l'histoire la bande-dessinée états-unienne des traces de confrontations idéologiques, c'est aussi le cas dans le cinéma américain. Les deux industries ont en effet en commun leur popularité et leur statut d'institutions du divertissement, emblématiques de la culture populaire américaine. Les débats concernant le positionnement d'Hollywood dans le conflit entre orthodoxes et progressistes se structurent dès les années 1960 et atteignent leur apogée dans les années 1980, où plusieurs long-métrages sont soumis à des controverses majeures sur la place de l'art dans la société et ce qu'il peut, ne peut pas, ou doit représenter. L'abandon du Hays Code en 1966, texte de censure morale semblable sur plusieurs plans au Comics Code Authority,¹⁹⁴ y est pour beaucoup. Son abrogation provoque une réaction d'inquiétude des orthodoxes quant à l'utilisation qui pourrait être faite de ce pouvoir, indéniable, que représente la culture publique.

Cette idée est présente dans le discours de personnalités politiques comme Ronald Reagan qui constate en 1989 que le patriotisme n'est plus à la mode pour ceux qui créent la culture populaire. Un constat que Patrick Buchanan qualifie de dramatique euphémisme face à une sphère artistique américaine que lui perçoit comme anti-chrétienne, anti-américaine et nihiliste¹⁹⁵. Une seconde fois, le journaliste néo-conservateur résume bien cette idée dans son discours de 1992 avec un parallèle volontairement alarmant : "Staline, qui avait un faible pour les films de gangsters de Chicago, pensait que si il avait seulement le contrôle d'Hollywood, il pourrait contrôler le monde."¹⁹⁶ Ce sentiment conservateur d'être en train de perdre la bataille du cinéma est relayé par d'autres figures médiatiques comme le critique d'art James Cooper, qui aimerait que les dirigeants se concentrent davantage sur le terrain de guerre intérieur que

194 Porté en 1930 par le sénateur William Hays, il s'agit d'un texte d'autorégulation né suite à des polémiques survenues autour de films. Il censure notamment les scènes de nudité, de sexualité, et enjoint à respecter une série de valeurs morales conservatrices, incluant l'interdiction de montrer des rapprochements entre noirs et blancs ou toute transgression des "lois naturelles ou humaines" (source : Will Hays, "America's Morality Czar", *Encyclopedia of World Biography*, Gale Research [en ligne], 2001)

195 Patrick Buchanan, "Losing the War for America's Culture ?", *Washington Times*, 22 mai 1989

196 Citation extraite du discours de Patrick Joseph Buchanan lors de la Convention Nationale Républicaine de 1992. "Pat Buchanan culture war speech part 2", 4:32

forment les arts, ou Michael Medved, qui se fait porte-parole de la condamnation de toute une nouvelle génération de réalisateurs libéraux¹⁹⁷.

Peu de polémiques imagent aussi bien cette crispation autour de l'industrie cinématographique que le cas du long-métrage *The Last Temptation of Christ* de Martin Scorsese à sa sortie en 1988. Le film est une adaptation de la nouvelle du même nom de Nikos Kazantzakis, parue en 1955 et immédiatement déclarée immorale par l'Église catholique qui l'ajoute à son "index librorum prohibitorum"¹⁹⁸. Quelques années plus tard en 1963, un prêtre catholique du Wisconsin interdit à l'un de ses paroissiens de retourner son exemplaire du roman à la bibliothèque, affirmant que le rendre disponible aux autres constituerait un péché. L'année suivante, les "Citizens for Clean Books", groupe catholique néo-conservateur, demandent le retrait du livre des libraires d'Arcadia en l'accusant de blasphématoire, ce qui a pour résultat de le rendre accessible uniquement aux personnes de plus de 18 ans. Dès le début des années 1960 donc, le roman ayant pour protagoniste Jésus de Nazareth est sujet à des controverses, une partie de la société, orthodoxe, s'opposant à sa diffusion.

Le long-métrage est annoncé en production dès 1983 par les studios Paramount, mais face aux manifestations, prières de rue et pétitions massives s'opposant au projet, les producteurs abandonnent le projet de Martin Scorsese. Le réalisateur se tourne alors vers les studios Universal et cherche des financements auprès d'autres pays dont la France pour mener à bien son adaptation, des fonds lui seront accordés puis retirés face à des protestations similaires¹⁹⁹. Finalement diffusé en 1988, le film narre l'histoire du prophète catholique,

197 Thomas R. Lindlof, *Hollywood under Siege : Martin Scorsese, the Religious Right, and the Culture Wars*, Lexington, University Press of Kentucky, 2008, 309

198 Existant depuis le concile de Trente (1563), il regroupe et interdit à la lecture les ouvrages définis comme contraires à la foi ou pernicious. Il perd cependant progressivement de son pouvoir jusqu'en 1966 où le Vatican lui enlève définitivement son caractère obligatoire, dès lors il n'a plus valeur de censure mais de guide moral, déconseillant certaines lectures aux fidèles qui souhaitent le suivre

199 Le ministre de la culture Jack Lang accorde au départ 3 millions de francs au projet, mais l'église américaine appelle ses correspondants français de la communauté évangélique des sœurs de Dijon à s'y opposer, ce qu'ils font en envoyant plusieurs milliers de lettres et en bloquant le standard du ministère en le surchargeant d'appels, l'archevêque Jean-Marie Lustiger proteste auprès du président Mitterrand, ce qui mène au retrait des subventions. Les tensions dont nous parlons sont donc très présentes internationalement et en France également, elles se manifestent fortement lors de la sortie du film fin septembre 1988 où des catholiques traditionalistes incendient le cinéma de Besançon le 3 octobre, puis le Gaumont Opéra le 28 octobre, en guise de protestation contre la projection (annulée dans de nombreuses salles), un dernier attentat qui fait 14 blessés dont 4 graves. (Hunter Mark, *Les jours les plus Lang*, Paris, Odile Jacob, 1990)

tourmenté entre ses désirs humains et ses aspirations divines. Le personnage de Jésus y est donc présenté comme faillible, sujet à des doutes et des tentations dont celle de la sexualité, à plusieurs reprises. En effet, une fois crucifié il fantasme un long moment (constituant l'essentiel du film) de descendre de sa croix pour épouser Marie Madeleine, prostituée juive rencontrée plus tôt, d'avoir des enfants avec elle, puis à sa mort d'épouser une autre femme et même d'avoir des relations avec sa sœur, ce qui constituerait un péché d'adultère. Les scènes de relations sexuelles entre le prophète et les diverses femmes sont montrées à l'écran, ce qui est une des raisons du choc des conservateurs. Bien que toute cette vision d'une vie humaine et pécheresse s'avère à la fin du film n'être qu'une tromperie de Satan, elle est tout de même représentée, et le personnage, bien que la refusant ultimement, est tenté.

Cette version d'un Jésus Christ sujet à des crises existentielles et des moments de faiblesse plaît beaucoup aux progressistes adeptes de ce "nouvel Hollywood" porté par de jeunes réalisateurs et qui ne connaît pas de sujets tabous. Ainsi, plusieurs grands quotidiens dont le *Washington Post*²⁰⁰ mais aussi le *New York Daily* ou *USA Today* en publient une bonne critique. Cependant, dire que ce long-métrage et la caractérisation du prophète catholique « ne plaît pas » aux orthodoxes serait un euphémisme. En témoignent les interventions de l'organisation catholique traditionaliste *Morality in Media* (un nom révélateur des motivations que nous explicitions plus tôt) qui parlent "d'atteinte intentionnelle à la chrétienté", de "blasphème du pire degré", ou du "dernier et plus flagrant exemple de l'hostilité constante d'Hollywood à l'égard des religions organisées"²⁰¹.

Le film est perçu par une partie de la société comme une désacralisation de la figure messianique, une attaque contre les bonnes mœurs et un sacrilège, une lettre ouverte envoyée à Universal pour le lui reprocher étant d'ailleurs intitulée "Blasphemy". Les studios étaient préparés à cette controverse et avaient spécialement engagé avant la sortie en salle un consultant en médias évangélique, Tim Penland, afin de convaincre les conservateurs que le film valait la peine d'être vu, mais ce dernier n'y parvient pas et finit par se ranger dans le camp des détracteurs. Autre exemple de la mobilisation massive contre ce long-métrage, Mère Angelica, directrice de l'Eternal World Television Network (le plus grand réseau de télévision

200 Karen Breen, "Film found artistic, not blasphemous", *Washington Post*, novembre 1988

201 Propos cités et relayés dans : John Leo, "Religion : a holy furor", *Time*, novembre 1988

catholique du moment) appelle ses auditeurs à se rendre à la projection avec les phares allumés en guise de protestation et de dissuasion.

L'affaire prend de grandes proportions, le réalisateur Martin Scorsese est victime de diverses plaintes ainsi que de menaces de mort à son encontre, qui l'impressionnent suffisamment pour qu'il décide d'engager des gardes du corps pour plusieurs années²⁰². De nombreuses manifestations contre la diffusion de ce film ou encourageant au boycott sont organisées par certains médias, l'une des plus célèbres rassemblant 600 personnes devant les studios Universal. L'évangéliste Bill Bright propose, dans la même dynamique, de racheter l'original du film aux studios afin de le détruire et d'empêcher toute diffusion. Bien que la force de ces oppositions incite plusieurs chaînes de cinéma à annuler leurs projections, il n'est pas totalement retiré de la circulation.

Plus que la communauté catholique du pays, dont une partie approuve et défend le film, c'est bien un ensemble de partisans d'une idéologie qui s'insurge contre ce long-métrage. Ces débats sur la place de l'art dans la société et la notion de blasphème sont similaires sur de nombreux plans à ceux que nous évoquions en introduction sur la photographie des artistes Mapplethorpe et Serrano dans les années 1990, et Hunter les met en lien pour définir le concept de guerres culturelles :

Les orthodoxes tiennent une position où ils voient certaines œuvres d'art en marge des standards de l'esthétique et le catégorisent comme obscène, pornographique, et lubrique²⁰³. Les progressistes se demandent qui sont ces personnes pour juger le travail de la vie entière de Serrano ou de Mapplethorpe comme vulgaire ? De l'autre côté, lorsque les progressistes louent *The Last Temptation of Christ* et annoncent qu'il n'est pas blasphématoire les orthodoxes se demandent qui ils sont pour définir de ce qui est sacrilège ou non, alors que pour des millions d'américains cela l'est ? Ce genre d'incompréhension mutuelle révèle que le conflit à propos des médias n'est pas qu'un désaccord sur la liberté d'expression mais bien une opposition entre deux visions du monde. Mais plus encore, ces combats dévoilent les tensions qui existent entre deux conceptions fondamentalement différentes du sacré.²⁰⁴

202 Ce qui n'est pas sans rappeler les tentatives d'intimidation vues précédemment auxquelles sont soumises les éditeurs de Marvel. Ebert Roger, *Scorsese*, Chicago, University of Chicago Press, mai 2009

203 Arguments que l'on retrouve dans Lucy R. Lippard "Andres Serrano : the spirit and the letter", *Crisis*, avril 1990

204 Hunter James Davison, *Culture wars : the struggle to define America*, Basic Books, New York, 1991, p. 238

Ces controverses sur des œuvres de culture populaire ne sont pas sans rappeler les polémiques autour de l'univers cinématographique Marvel que nous observons de 2008 à 2019. Ainsi, en se plaçant dans leur continuité, ils nous permettent de situer notre objet d'étude dans tout un contexte de tensions entre deux idéologies opposées, orthodoxe ou progressiste, sur la question de la culture publique. Cela nous fournit un premier élément incitant à penser les débats sur la production des Marvel Studios des années 2010 comme dans le prolongement du phénomène des guerres culturelles théorisé par Hunter. Afin de confirmer ce postulat, il nous faut désormais nous pencher sur les thématiques abordées par ces débats, puisque la religion ne fait pas partie des thèmes abordés dans le Marvel Cinematic Universe, il s'agit de resituer historiquement dans les années 1960 à 1990 les grands sujets de controverses que nous voyons ré-émerger durant la période étudiée.

II. La permanence des questionnements sur l'identité

a) La "ligne de couleur"

Nous empruntons cette expression à l'historien et sociologue William Edward Burghardt Du Bois (1868-1903) et plus précisément à son travail *The souls of Black Folk* paru en 1903, considéré comme précurseur de l'histoire de la sociologie et pierre angulaire de la littérature afro-américaine²⁰⁵. Le concept est depuis largement repris par la communauté scientifique comme par David Hollinger : "Le problème du 20ème siècle est celui de la ligne de couleur', est une des métaphores les plus fines pour désigner l'histoire d'exclusion raciale des États-Unis."²⁰⁶. L'historicité de cette notion permet de remettre rapidement dans leur contexte les débats autour du racisme dans la société états-unienne que nous observons au début du 21ème siècle. Si il est acquis que ces problématiques ne naissent pas durant les

205 Il définit dès le premier chapitre de cette collection d'essais le concept de "color line" avec la métaphore d'un voile qui masquerait pour les afro-américains les opportunités politiques, économiques et sociales dont les blancs bénéficient, un problème auquel il tente de remédier toute sa vie, concerné lui-même. W.E.B Du Bois, *The Souls of Black Folk*, New York : New American Library Inc, 1903, p.19.

206 David Hollinger, *Cosmopolitanism and Solidarity : Studies in Ethnoracial, Religious, and Professional Affiliation in the United States*, Madison : University of Wisconsin Press, 2006, chapitre 2 "The One Drop Rule and the One Hate Rule", p.102

années 2010, il est crucial de saisir à quel point l'histoire contemporaine du pays est marquée par les débats autour de cette question.

Ainsi, la représentation de personnes racisées dans les productions culturelles américaines n'est pas un enjeu propre aux années 2010, loin s'en faut, en témoignent entre autres les débats autour de la rareté d'afro-américains dans les séries des années 1970²⁰⁷. En ce qui concerne le cinéma, nous pouvons parler de la problématique du *whitewashing*, dont l'origine est difficile à établir, antérieure à l'industrie cinématographique elle-même, trouvant ses racines dans le *blackface* qui connaît son essor avec le théâtre américain du 19^{ème} siècle puis se perpétue via le cinéma. Cette pratique consiste à grimer un acteur blanc afin qu'il apparaisse noir, ce qui s'accompagne très fréquemment de représentations caricaturales et de stéréotypes racistes²⁰⁸, et trouve son équivalent pour la représentation des personnages asiatiques dans le *yellowface*.

Nous retrouvons par exemple des cas de personnages asiatiques joués par des acteurs blancs maquillés dès 1931 dans le long-métrage *Charlie Chan Carries on* de Hamilton MacFadden où cela concerne le protagoniste. Ces procédés tendent cependant à disparaître dans les années 1960, les derniers exemples reconnus comme tels étant présents dans *Breakfast at Tiffany's* (1961) et *Othello* (1965). Les années 1960 coïncident en effet avec la multiplication de mouvements et manifestations qui marquent dans le discours public le début d'une certaine conscientisation politique du racisme institutionnel, notamment en ce qui concerne les communautés afro-américaines. Andrew Hartman résume bien cette période de contestation idéologiques :

Le Black Power et autres mouvements identitaires des années 60 soulignent de nouvelles formes de connaissances, un nouvel agencement intellectuel en relation à l'oppression qui pourrait "mettre un terme" à l'épistémologie de la libération. Se faisant, ces mouvements créent de nouvelles idées sur l'identité. L'identité devient quelque chose à accentuer ; c'était quelque chose qu'il faut acquérir. C'est désormais seulement en s'assumant comme racisé, femme libérée ou homosexuel (et en se montrant

207 Ne relevant pas directement de notre sujet mais pertinents tout du moins, traités par exemple dans : Ricard Serge, *The mass media in America since 1945*, Armand Colin, Paris, 1998, p. 87

208 Un des exemples les plus célèbres est la chanson théâtrale *Jump Jim Crow* (1828) qui popularise la pratique : le comédien Thomas D. Rice y incarne en dansant un esclave noir nommé Daddy Jim Crow au moyen de maquillage et de nombreux stéréotypes sur les afro-américains. Le personnage fictif donne d'ailleurs son nom aux lois Jim Crow, qui légalisent la ségrégation raciale dans les états du sud en 1877.

solidaires à ceux identifiés de la même manière) que l'on peut espérer surpasser les barrières psychologiques de la libération imposées par des normes culturelles discriminatoires. Devenir une identité, s'identifier comme une minorité opprimée, signifiait refuser de se conformer aux standards "mainstream" de l'identité Américaine.²⁰⁹

L'apparition dans le discours public de telles idées ouvre la voie à un grand débat sur la question du racisme qui semble cliver la société, ce que les experts, dont Hartman, mais Hunter le premier, catégorisent comme "guerres culturelles". Les années 1960 sont en effet un contexte de fortes tensions raciales, durant lesquelles se développent notamment le mouvement des droits civils. Bien qu'en 1965, après plusieurs années de combats, le "civil rights act" soit adopté, des manifestations pacifiques tournent encore à la violence, comme la marche de Selma qui fait 84 blessés la même année. Les émeutes massives des communautés afro-américaines continuent de se heurter à la répression policière et à des phénomènes réactionnaires blancs nommés *white backlash* jusqu'à la fin de la décennie, comme en témoigne le massacre d'Orangeburg en 1968²¹⁰. Ce clivage perdure jusqu'aux années 1990 avec des incidents comme ceux de Howard Beach²¹¹ et imprègne, inéluctablement, les institutions culturelles populaires. Cette tension autour de la question de la race est ainsi visible au cinéma autour la sortie du long-métrage *Do the right thing* de Spike Lee en 1989.

Le film dépeint les relations entre un livreur de pizzas afro-américain et son patron blanc, interdépendants ; l'un pour avoir un travail, l'autre pour conserver sa clientèle majoritairement noire. Cette dynamique a été interprété comme une métaphore de la fragilité des relations raciales entre les new-yorkais et dans le pays entier, puisqu'à la fin du film cet équilibre se brise et les tensions explosent. Mookie, propriétaire de la pizzeria, se bat avec des clients afro-américains dont un partisan du Black Power, que la police, lors de son arrivée, tue en le soumettant à la "prise d'étranglement de Michael Stewart", portant ce nom après la mort de l'artiste graffeur afro-américain en garde à vue en 1983. Témoin du meurtre, le livreur Sal (joué par le réalisateur) lance une poubelle à travers la vitrine du restaurant et déclenche une émeute ; les autres clients à l'extérieur du restaurant l'assiègent et le brûlent, et le film

209 Hartman Andrew, *A War for The Soul of America : A History of the Culture Wars*, Chicago, University of Chicago Press, 2015, p.21

210 Wolcott Victoria, "Race, riots and roller coasters : the struggle over segregated recreation in America", Philadelphie, University of Pennsylvania Press, 2012

211 Quartier de New York de population blanche où, après un accident de voiture, un afro-américain de 23 ans est tué et deux autres poursuivis et battus le 20 décembre 1986.

s'achève sur la foule dispersée au canon à eau et chantant "Howard Beach", référence aux meurtres raciaux bien réels que nous évoquions plus tôt.

Le film représente beaucoup de stéréotypes sur les communautés afro-américaines voire les caricature avec beaucoup de monologues riches en insultes. Pour autant, les personnages sont assez nuancés, et bien qu'aucun ne fasse le bon choix (le titre du film est ironique) tous sont sympathiques. Du patron insultant son livreur à ce dernier brisant la vitrine de son magasin, tous les protagonistes semblent simplement répondre à des circonstances sociales qui les dépassent. Ainsi, pour le critique Robert Egert le long-métrage est "plus proche de réfléchir sur l'état actuel des relations raciales en Amérique que n'importe quel autre film de notre époque"²¹² et pour Henry Gates il est une "allégorie du melting-pot"²¹³. Cependant, au moment de sa sortie, la plupart des critiques ne relèvent pas cette réflexion sur les relations raciales que propose le film. A la place, ils expriment leurs inquiétudes quant à ce que l'audience afro-américaine pourrait interpréter comme un appel aux armes.

Ainsi, Jack Kroll de *Newsweek* décrit le film comme "de la dynamite sous chaque siège", David Denby du *New York* accuse Lee de créer une "structure dramatique qui encourage les personnes noires à applaudir l'explosion comme un acte de vengeance". Il conclut en disant que "Si certaines audiences se déchaînent, Spike Lee en est en partie responsable". Dans le même numéro, Joe Klein, annonce que le maire "paiera le prix de l'imprudent nouveau film de Spike Lee à propos d'une émeute raciale à Brooklyn, *Doing the Right Thing*, qui sort le 30 juin (on espère, dans pas trop de cinémas proches de vous)". Le journaliste ajoute que "le film n'a que deux messages pour l'audience noire, "la police est votre ennemie" et "les blancs sont vos ennemis"²¹⁴. Propos auxquels Spike Lee répond plus tard : "C'est quoi ce bordel ? Ce qu'il dit c'est "Prions Dieu pour que le film ne sorte pas dans votre cinéma, parce que les noirs vont devenir fous". Le réalisateur ajoute ironiquement que selon lui Klein n'a que deux messages pour ses lecteurs blancs : "la propriété blanche a plus

212 Roger Ebert, "Review : *Do the Right Thing*", *Chicago Sun-Times*, 30 juin 1989

213 Henry Louis Gates, "*Do the right thing* : Issues and Images" *Chicago Sun-Times*, 30 juin 1989

214 Citations extraites de Michael Mariott, "Raw reactions to film on racial tensions", *New York Times*, 3 juillet 1989.

de valeur que la vie noire" et "les audiences noires sont trop stupides pour comprendre la différence entre art et réalité"²¹⁵.

Ces controverses dans la presse quand à l'importance d'un long-métrage de fiction sur une problématique sociale d'actualité comme le racisme ne sont pas sans rappeler les polémiques autour de l'univers cinématographique Marvel dans les années 2010. En effet *Do the right thing* est également un succès critique, récompensé jusqu'en 2010²¹⁶. Cette permanence des questionnements idéologiques sur le racisme autour de films permet de remettre en contexte des événements que nous observons autour d'œuvres comme *Doctor Strange* en ce qui concerne l'invisibilisation d'acteurs racisés ou *Black Panther* pour la réflexion qu'il porte.

Une inversion de la tendance est cependant observable entre les années 1990 et 2010, comme sur la question du pouvoir attribué aux images : si les médias dominants des années 1990 ne semblent ne pas tenir compte de l'introspection sur le racisme de la société états-unienne dans *Do the right thing*, la presse en ligne des années 2010 paraît au contraire vouloir à tout prix relever dans *Black Panther* les pistes pouvant alimenter la réflexion sur le sujet. De même, le placement idéologique des médias diffère ; les journalistes (à l'exception de Ebert et Gates) se caractérisent par leur conservatisme, visible dans leur peur des revendications des communautés afro-américaines et la condamnation du film jugé dangereux. Dans notre corpus, à l'inverse, les contributeurs adoptent très majoritairement une position progressiste en voulant réfléchir à (ou en donnant voix à des questionnements sur) l'émancipation, par la représentation, de minorités dans une industrie culturelle dominée et normée par les blancs.

215 Jason Bailey "When Spike Lee became scary", *Atlantic*, 22 août 2012.

216 Le film reçoit 11 nominations et 12 prix entre 1989 et 1990, puis 4 nominations et 4 prix entre 2000 et 2010 ainsi qu'une reconnaissance comme le 22ème film le plus controversé de tous les temps par le magazine critique *Entertainment Weekly*

b) Déconstruire l'image de la femme

La division de la nation états-unienne nommée "guerres culturelles" se cristallise autour d'un second grand sujet dont nous avons constaté la forte présence dans les controverses portant sur l'univers cinématographique Marvel : le sexisme et la place des femmes dans la société. Les années 1960 sont en effet également une période de fort développement des mouvements féministes, tout d'abord autour de la question de l'accès à l'emploi. Les femmes états-uniennes sont alors limitées dans leurs choix professionnels, en 1960 38% d'entre celles possédant un emploi stable sont institutrices, infirmières ou secrétaires, seulement 6% médecins, 3% avocates et moins d'1% ingénieures²¹⁷. Les femmes travaillant sont fréquemment moins payées que les hommes à poste égal et se voient refuser des opportunités professionnelles, les employeurs assumant qu'elles pourraient tomber enceintes et abandonner leur emploi et que, à l'inverse des hommes, elles n'auraient pas de famille à supporter seules financièrement. La parution du livre de Betty Friedan (1921-2006) *The feminine Mystique* en 1963 résume bien cette frustration de toute une génération de femmes face à leur impossibilité de s'épanouir dans un système patriarcal²¹⁸.

Ce sentiment d'injustice s'exprime par le biais de plusieurs mouvements qui mènent à des avancées législatives féministes comme le "Equal pay act" de 1963, mais également le "Civil Rights Act" de 1964 que nous évoquions plus tôt sur l'avancement des droits des communautés afro-américaines : la clause 8 abolit en effet les discriminations sexuelles à l'embauche. Cela sert de rappel aux multiples connexions qu'il existe entre les différentes grandes thématiques des guerres culturelles, que nous traitons pourtant de manière séparée : les progressistes prennent souvent parti pour (et les orthodoxes contre) plusieurs causes à la fois vues comme conjointes d'une même idéologie, ici le féminisme et l'antiracisme.

217 L. Chao Elaine, "100 years of consumer spending", *U.S Department of Labor Statistics*, New York, août 2006

218 Le livre de Friedan se base sur une série d'entretiens et décrit ce qu'elle appelle un "problème qui n'a pas de nom" : une tristesse qui affecte les femmes au foyer malgré le confort matériel dont elles bénéficient et explicable par le manque d'opportunités qui empêche leur épanouissement. Cet essai connaît un grand succès (traduit en 13 langues) et est considéré comme l'un des éléments déclencheurs de la seconde vague du féminisme

Les mouvements féministes ne s'arrêtent pas à ces avancées législatives mais se structurent par la suite par des associations comme la National Organization of Women (abrégée NOW) cofondée en 1966 par Betty Friedman et dont elle devient la première présidente. Elle se donne pour mission "d'agir pour amener les femmes à participer pleinement à la société classique américaine actuelle, et donc à exercer tous les privilèges et responsabilités des hommes dans un partenariat réellement équitable". Les combats féministes se poursuivent par le biais d'acteurs comme cette organisation, autour de nombreuses autres revendications comme l'avortement, le droit de vote ou la fin des violences conjugales.²¹⁹

Au cours des années 1970 ces revendications autour de la place des femmes dans la société déclenchent une réaction, incarnée par divers mouvements néo-conservateurs se définissant comme anti-féministes, affirmant que ces revendications consistent principalement à créer des problèmes là où il n'y en a pas. A la différence des actions que nous avons vues précédemment remettant en question les luttes antiracistes, les *white backlash* qui étaient exclusivement le fait d'américains blancs, ces mouvances se plaçant à l'encontre du féminisme sont fréquemment portées par des personnes concernées. Nous retrouvons ainsi des femmes comme Midge Decter (née en 1927) qui réfutent l'idée d'une société intrinsèquement sexiste, en particulier au travers de deux livres ; *The liberated women and other americans* (1971) et *Chastity and other arguments against women's liberation* (1972).

D'après elle, les femmes n'ont jamais été aussi épanouies, les revendications des années 1960 ont déformé les visions du monde et les femmes doivent désormais se responsabiliser plutôt que de se battre pour une liberté qu'elles auraient déjà : "Par dessus-tout, étant plus une créature des années 60 que des 50, la jeune féministe a besoin de savoir que la liberté est une fin en soi, une valeur dont les plus fortes connections ne sont pas avec le bonheur mais avec la responsabilité". Elle continue : "La liberté qu'elle cherche vraiment est d'un type différent. C'est une liberté demandée par les enfants et appréciée par personne : la liberté de toute difficulté."²²⁰. Ces idées sont très largement représentées dans les idéologies

219 "To take action to bring women into full participation in the mainstream of American society now, exercising all privileges and responsibilities thereof in truly equal partnership with men." d'après le Statement of Purpose écrit par Friedman. Parmi les 6 objectifs listés figurent la lutte contre le racisme et pour les droits des lesbiennes, second rappel de l'intersectionnalité des causes du camp progressiste dans les guerres culturelles.

220 Midge Decter, *Liberated women and other americans*, New York, McCann & Geoghegan, p.12, 1971

orthodoxes, selon lesquelles la solution à ces crises identitaires ne passe pas par un prétendu progressisme qui serait vain mais au contraire par la renaissance d'une culture et d'une économie en train d'être abandonnés.

Ces tensions se manifestent au sein des grandes institutions culturelles, au rang desquelles le cinéma hollywoodien qui nous intéresse tout particulièrement. En témoigne la sortie du long-métrage *9 to 5* de Colin Higgins en 1980, qui, comme plusieurs autres œuvres incluant des messages féministes, provoque des réactions d'une force remarquable dans les sphères politiques et culturelles. Le film met en scène de manière parodique les discriminations sexistes au travail en racontant l'histoire de trois employées dont le chef est caricaturalement machiste et reproduit un milieu très patriarcal dans l'entreprise où de nombreuses femmes évoluent. Les trois protagonistes vivent une vengeance cathartique lorsqu'elles le capturent et le harnachent de cuir et de chaînes. En son absence, elles aménagent l'espace de travail pour qu'il soit plus ouvert aux employées avec des innovations comme des emplois du temps flexibles afin de s'adapter aux besoins familiaux de chacune, un programme de partage des charges, ou encore l'incorporation d'une garderie dans le bureau.

Le film se conclut sur l'arrivée du grand dirigeant de la compagnie qui loue les nouvelles directions de management qui ont considérablement amélioré la productivité de l'entreprise et permis aux femmes d'y entrer en plus grand nombre. Dans le même temps le chef de service misogyne, libéré de sa séquestration, est enlevé par une troupe d'amazones dans la jungle brésilienne. Le choix du thème des discriminations sexistes au travail et la morale finale du film ont des implications inquiétantes pour les anti-féministes, et son succès public déclenche un mouvement d'opposition. En effet, le film rapporte plus de 103,9 millions de dollars d'entrées aux États-Unis pour un budget de 10 millions, se classant second long-métrage le plus populaire de 1980 et l'année suivant sa sortie 20ème film ayant le plus rapporté, il remporte également 3 prix ainsi que 7 nominations dont une aux Oscars. La réussite commerciale et critique d'un film abordant des questions féministes se veut d'ailleurs témoin de la nouvelle réceptivité de la société états-unienne sur ces questionnements, et s'avère problématique pour ceux s'opposant à la diffusion de tels messages.

La pensée dominante dans le camp orthodoxe opposé aux mouvements des années 1960, théorise que : "en entrant dans le monde du travail les femmes ont perdu leur place rassurante et nécessaire dans les foyers", et que "le prix de la révolution féministe est la

solitude et la dépression"²²¹. Ces motifs anti-féministes sont très bien explicités dans le film *Fatal Attraction* de Adrian Lyne de 1987, qui raconte l'histoire d'un homme marié ayant une liaison, et qui, lorsqu'il décide d'y mettre fin par culpabilité, se retrouve confronté à sa maîtresse qui lui crie : "J'ai 36 ans ! c'est peut-être ma dernière chance d'avoir un enfant". Endommagée par les sensibilités féministes qui la laissent nostalgique de la domesticité, la maîtresse éconduite se transforme en une harceleuse irrationnelle et violente : elle ébouillante par exemple le lapin de compagnie de son ancien amant. La femme du protagoniste symbolise quant à elle la famille traditionnelle : toujours calme et conciliante, elle pardonne son mari et finalement tue "l'hystérique"²²² qui cherche à briser son ménage. Par cette action elle apporte le triomphe de la famille sur les perturbations de la moralité féministe et permet un retour à une situation de paix à la fin du film.

Ce second long-métrage porte des messages et tropes aux antipodes de ceux de *9 to 5*, mais connaît également un grand succès commercial en rapportant 156 millions de dollars au box-office états-unien, ce qui le place également comme la seconde réussite de son année de sortie. En terme de succès critique il obtient 5 récompenses et 21 nominations dont 6 aux Oscars, il est également classé 28ème meilleur thriller américain en 2001 par l'American Film Institute, et en 2003 l'antagoniste du film est reconnue par la même institution comme étant la 7ème plus grande méchante de l'histoire du cinéma états-unien. Ces fortes réactions aux sorties de *Fatal Attraction* comme de *9 to 5* rentrent tout à fait dans le cadre des guerres culturelles et témoignent bien de la permanence de questionnements féministes au cinéma. Bien que les problématiques traitées ne soient pas exactement les mêmes que dans les années 2010 autour des productions Marvel Studios, nous observons tout de même une continuité des grandes thématiques qui permet de contextualiser les débats que nous observons de 2008 à 2019 sur la représentation de la femme dans le cinéma.

221 Himmelfarb Gertrude, *One nation, two cultures*, Knopf, New York, 1999, p. 18

222 Terme intrinsèquement sexiste, il résume bien la manière dont la maîtresse est présentée dans le film ; il désigne depuis le 16ème siècle une pathologie fictive qui se manifesterait par des pulsions imprévisibles chez les femmes qui n'occuperaient pas leur place naturelle de mères au foyers et n'auraient pas rempli leurs besoins sexuels et maternels. Ce trouble psychotique chronique serait dû à une insatisfaction de l'utérus, "hystérique" venant du grec ancien "usteroa", des explications à ces "crises" existant en Occident depuis 4000 ans et que nous retrouvons encore dans certains discours contemporains comme ceux de Sigmund Freud, toujours sans fondement biologique.

c) La place de la communauté LGBT+

Si la remise en question de la place de la femme a un impact si important dans la société, c'est qu'elle touche à une institution traditionnelle très importante : la famille, considérée par Hunter comme le domaine de conflit le plus notable des guerres culturelles. C'est également à ce sujet sensible que s'adressent les problématiques autour de la communauté LGBT+, ce qui en fait un des grands sujets de la division idéologique :

La sexualité est au cœur de la vie familiale, c'est la famille qui, plus que n'importe quelle institution, définit ses règles et définit avec qui, quand, et sous quelles conditions elle est acceptable. A l'exception de l'avortement, peu de questionnements de la guerre culturelle contemporaine génèrent autant d'émotion que la question de l'homosexualité. La raison en est simple : peu d'autres litiges défient aussi radicalement les idées traditionnelles de ce que la nature autorise, les frontières de l'ordre moral, et l'idéal de la vie d'une famille moyenne. L'homosexualité symbolise, ou alors une perversion absolue et fondamentale de la nature, de l'ordre social et de la vie de famille américaine, ou alors elle est simplement une autre manière pour la nature d'évoluer et de s'exprimer, une autre manière d'ordonner la société, une façon alternative de conduire la vie de famille.²²³

Ce sont les événements connus sous le nom des émeutes de Stonewall qui marquent l'arrivée violente dans le débat de cette question à la fin des années 1960. Dans la nuit du 27 au 28 juin 1969, 8 policiers interviennent dans le "Stonewall inn", un bar gay populaire de New York, et font plusieurs captifs. Ce raid, routinier car opérant sur des lieux LGBT+ considérés illégaux, se transforme en événement notable lorsque la foule en colère et les interpellés ignorent les ordres de dispersion et résistent violemment. En sous-nombre, la police se réfugie à l'intérieur du bar avec plusieurs passants et membres de la foule qui seront victimes de violences. Cependant, elle cède la rue aux habitants du Greenwich Village qui appartiennent pour beaucoup à la communauté queer, marginalisée et ayant beaucoup de difficultés à trouver des lieux de rassemblement. La confrontation inattendue est très médiatisée, faisant la une du *New York Times*. Les habitants se réunissent et s'organisent au cours des jours suivants en groupes militants, prêts à user de la force pour mettre en place des lieux où gays, lesbiennes, transgenres et autres minorités sexuelles et de genres peuvent se retrouver sans crainte d'être arrêtés.

²²³ Hunter James Davison, *Culture Wars : the Struggle to Define America*, Basic Books, New York, 1991, p. 189

Ces mobilisations se poursuivent pendant plusieurs semaines et marquent une nouvelle phase des revendications LGBT+ ; il ne s'agit plus d'œuvrer discrètement pour avoir une place dans la société comme auparavant (avec par exemple la Mattachine Society), mais d'exiger le droit d'être reconnu comme une réelle communauté possédant des droits et plus comme une déviance²²⁴. Cette opposition spontanée à la campagne de répression des bar gays de New York permet la formation de mouvements de soutien : 6 mois après ces émeutes, deux organisations sont formées pour mener des actions militantes et trois journaux sont fondés pour promouvoir les droits queer. Cette tendance s'élargit et débouche le 28 juin 1970, anniversaire des 10 ans des émeutes, sur la première *pride* ou « marche des fiertés » à New York et Los Angeles, événements où toutes ces personnes invisibilisées peuvent se rassembler et se montrer publiquement. Le principe se popularise massivement et est aujourd'hui présent au niveau mondial et symbolique de la lutte pour les droits LGBT+.

Cette mobilisation massive durant les années 1970 mène à plusieurs victoires législatives, comme la fin de la considération de l'homosexualité comme maladie mentale en 1973 ou l'élection en 1974 de Kathy Kozachenko au conseil municipal, première personne publiquement queer à accéder à un poste politique. Cette libération de la parole et ses conséquences ne sont pas sans provoquer, là encore, de réactions conservatrices, qui proviennent notamment des milieux anti-féministes de la même manière que les féministes se reconnaissent dans et rejoignent les combats des LGBT+. Pour la féministe radicale Robin Morgan par exemple, mettre fin au patriarcat signifie encourager une société sans genre.

Le cas de l'"Equal Rights Amendment" témoigne bien de ce phénomène ; d'abord introduit en 1923 il n'est pas ratifié par suffisamment d'états et expire en 1982 et est donc réintroduit l'année suivante, mais reste sans réponse jusqu'aux années 1990. Assurant une protection de tous les citoyens sans regard du genre, il est soutenu par les progressistes cherchant l'autonomie politique et économique des femmes et des personnes queer, mais ses détracteurs, orthodoxes, affirment que la constitution fournit déjà une telle protection. Pour eux il représente l'abandon de la structure familiale, et, plus inquiétant encore, une tentative

224 La théorie dominante sur l'homosexualité est alors qu'il s'agit d'une pathologie, et les transgenres sont couramment considérés comme des personnes psychologiquement souffrantes. Des idées sur l'hétérosexualité et les cisgenres comme seule norme que l'on peut retrouver dans de nombreux travaux scientifiques comme ceux du Dr. John Oliver, *Sexual Hygiene and Pathology*, Goleta, University of California, 1965.

de faire passer en douce des lois en faveur des homosexuels et transgenres dans la Constitution, ce à quoi ils s'opposent fermement²²⁵.

Nous retrouvons ainsi des personnalités anti-féministes dans l'opposition aux mouvements LGBT+ comme Midge Decter qui exprime clairement ses positions dans son article "Boys on the beach" en 1980, attaque contre les homosexuels de la plage de Fire Island. Elle les accuse d'exhiber leurs comportements narcissiques devant des hommes hétérosexuels qui eux vont dûment à leurs vies ennuyeuses mais significatives et se sentiraient : "moqués sur presque tout ce qu'ils sont devenus, en style aussi bien qu'en substance ; des hommes de famille, absorbés par l'idée de posséder et d'engendrer, ne pensant qu'aux emprunts, aux écoles, à l'abordable, marquant le passage des années en obéissance à tous les sordides impératifs que la virilité hétérosexuelle semble imposer"²²⁶. Il est intéressant d'observer qu'une fois de plus que les prises de positions et les débats lancés sur cette thématique passent par la presse.

Ces polémiques, à l'instar de celles autour du racisme et du sexisme, prennent également corps dans le monde du cinéma dans les années 1980 avec le long-métrage *Cruising* de William Friedkin en 1980, inspiré de la nouvelle de Gerald Walker parue en 1970. Le thriller raconte l'histoire d'un policier hétérosexuel enquêtant dans le milieu gay et sado-masochiste new-yorkais après une série de meurtres d'homosexuels. La réalisation accentue cette dimension de découverte d'un nouveau monde par le protagoniste avec des plans longs, des couleurs sombres, une bande-son parfois déroutante et des psychologies de personnages torturées incitant à la fascination pour cet univers *underground*, sous-terrain, caché.

Le jeune héros, inexpérimenté, en quête d'ascension professionnelle, se retrouve à se questionner sur sa sexualité à force de fréquenter ces milieux. La fin du film est également déconcertante : malgré l'arrestation du meurtrier, le voisin homosexuel de l'agent sous couverture est retrouvé brutalement assassiné, bien qu'il n'ait aucun lien avec les victimes précédentes. Alors que la police conclut rapidement à un crime passionnel, le film s'achève sur un plan de la compagne du héros essayant les vêtements sado-masochistes qui lui

225 Hunter, *ibid.* p.183

226 Midge Decter, "Boys on the Beach", *Commentary*, septembre 1980, p.38

servaient de couverture (et auraient donc dû être restitués), tandis que ce dernier se fixe en silence dans le miroir avec une expression sombre, puis regarde la caméra²²⁷.

Dès sa phase de production, le film est sujet à beaucoup de polémiques pour sa représentation stéréotypée des milieux gays dans lesquels il se déroule quasiment intégralement. Lorsque Friedkin annonce son adaptation en printemps 1979, le reporter et activiste gay Arthur Bell avertit dans une le journal *Voice* que le film "promet d'être le regard le plus oppressif, horrible et intolérant jamais présenté sur écran, le pire cauchemar possible des hétérosexuels coincés et la validation de la campagne haineuse de Anita Bryant²²⁸"²²⁹. De nombreux groupes militants queer se mobilisent contre le tournage de *Cruising*, bloquant le passage aux studios, faisant du bruit pour perturber les prises de son en pleine rue, harcelant les acteurs jouant des rôles d'homosexuels, voire les intimidant par le biais de menaces téléphoniques. Lorsque la police intervient contre ces protestations et que plusieurs participants sont blessés, Friedkin répond au *New York Times* que "la violence que je suis accusé de provoquer avec *Cruising* est déjà présente dans les rues"²³⁰.

La mobilisation se poursuit, tout comme le tournage du film qui finit par être présenté dans les temps en salle. Une partie de la communauté LGBT+ manifeste devant les cinémas qui le diffusent, le qualifiant de "plan pour la destruction de la communauté homosexuelle", craignant qu'il renforce la haine de la société envers eux, et augmente encore le nombre d'entre eux ciblés par des assassinats. L'acteur Al Pacino, rôle principal, annonce comprendre les nombreuses protestations mais insiste sur le fait que lui, en lisant le scénario, n'a ressenti a aucun moment qu'il puisse être homophobe. L'image des milieux gays comme d'un univers

227 La principale fonction du "regard caméra" est de prendre le spectateur à témoin, il vise à créer une sensation perturbante ou inquiétante d'inclusion dans l'univers du film, et il s'agit là de sa seule occurrence dans l'ensemble du long-métrage. Or, le plan final d'un film est considéré comme très important, conditionnant l'impression du spectateur sur l'ensemble de l'œuvre au moment où elle s'achève, le choix de terminer un film sur un tel plan, long et avec une ambiance si particulière ne paraît donc pas anodin mais semble appeler le public à s'interroger.

228 Autre personnalité du mouvement orthodoxe, Anita Bryant est une chanteuse militant au milieu des années 1970 contre l'ordonnance prohibant les discriminations sur la base d'orientations sexuelles adoptée en 1977 en Floride. Elle mène la campagne "Save our children" qui s'oppose aux droits des homosexuels sur des bases religieuses

229 Guthmann Edward, "The *Cruising* controversy : William Friedkin vs. the gay community", *Cinéaste* [en ligne], vol.10 n°3, été 1980, p.2

230 Guthmann, *ibid*, p.4

très sombre n'est selon lui que la représentation "d'un fragment de ce qu'est la communauté LGBT+, de la même manière que la mafia est une fraction de ce qu'est la vie des italo-américains " référant ici à *Godfather* dans lequel il a joué en 1972. L'acteur n'appartenant pas ouvertement à la communauté LGBT+ ajoute que lui "ne voudrait rien faire qui puisse blesser la communauté gay".²³¹

Sans chercher à se positionner davantage sur la légitimité ou non de certaines représentations des homosexuels au cinéma, nous constatons bien ici une fois encore la force des polémiques que ce sujet provoque. Tout comme les questions du racismes et du sexisme, les débats autour de la place des LGBT+ dans la société font partie intégrante des "guerres culturelles", et sont ainsi l'un des sujets-clés sur lesquels les États-Unis se divisent depuis les années 1960. Nous nous avons ici également tenté de mettre en lien les connections qu'il existe entre les mouvements progressistes antiracistes, féministes et pro-LGBT+ et ceux, orthodoxes, qui s'opposent à ces changements dans leur ensemble au nom d'une vision du monde différente. Tous ces combats passent beaucoup par la presse et se structurent autour d'institutions culturelles comme le cinéma, de la même manière que les controverses que nous observons autour de Marvel Studios.

231 Grobel Lawrence, *Al Pacino: The Authorized Biography*, New York, Simon & Schuster, 2006

B°) Relativiser l'hypothèse du bouleversement des supports

I. Les médias, instruments du discours public

a) un terrain de bataille privilégié ...

Si nous avons constaté que les thématiques des débats autour des films Marvel Studios sont héritées des grands sujets de polémiques qui constituent les guerres culturelles depuis les années 1960, reste la question des supports, c'est à dire des moyens par lesquels ces questionnements se posent. Ces médias qui structurent les guerres culturelles constituent en effet composante cruciale des phénomènes étudiés, au moins aussi importante que le contenu des dites controverses, si ce n'est plus selon certains experts comme Marshall McLuhan (1911-1980) pour qui "les sociétés ont toujours été formées plus par la nature du média par lequel les hommes communiquent que par le contenu de cette communication"²³². Au cours de notre premier chapitre nous avons constaté qu'entre 2008 et 2019 les controverses autour de Marvel passent principalement par une nouvelle génération de médias ou des institutions plus anciennes réactualisées. Nous allons désormais étudier de manière générale les impacts de ces médias sur le débat durant les guerres culturelles, afin de définir dans quelles mesures le phénomène des années 2010 pourrait ou non y être rattaché.

Ainsi, nous avons vu que le discours public des années 1960 à 1990 se structure en grande partie par la presse, qu'il s'agisse d'informations sur les polémiques ou de ces polémiques elle-mêmes. Cependant, toute une large variété de médias est en réalité mobilisée dans le conflit, alors qu'autour de l'univers cinématographique Marvel, Internet monopolise les tenants et aboutissants du débat. Nous pouvons notamment citer de manière non exhaustive : les brochures, les publicités imprimées, les éditoriaux de journaux et lettres à l'éditeur, et les sollicitations directes par courrier. Cette dernière technologie de l'information est l'une des plus utilisées par les différents acteurs des guerres culturelles, avec plus d'un demi-million de lettres politiques envoyées aux citoyens états-uniens chaque année de 1982 à 1991. Par exemple l'organisation orthodoxe "People for the American Way" possède plus de 250 000 adresses dans sa liste de foyers cibles et la "American Family Association" plus de 3

²³² Mc Luhan Marshall, *The medium is the message*, Bantam Books, New York, 1967, p.33

millions d'individus. L'objectif de ces lettres envoyées aux partisans est l'appel aux dons, ce qui fonctionne très bien : toutes ces associations, conservatrices ou libérales, rapportent au total près de 200 millions de dollars annuellement²³³.

Ces lettres utilisent plusieurs procédés afin de se rapprocher du consommateur et d'arriver à leurs fins, comme feindre la familiarité avec ce dernier au moyen de notes, de prétendus mémos personnels provenant d'une personnalité ou de faux tampons donnant l'impression de manuscrits. La création d'un lien passe aussi par l'ajout d'avantages et l'impression de participation, par exemple par : des pétitions, des questionnaires, des statuts honorifiques selon les dons, des cartes de membres ou des petits objets comme des autocollants ou des cartes. Un autre élément de cette stratégie consiste à faire appel au sentiment d'urgence, avec des termes comme *express wire* (traduisible par "dépêche express") ou *urgent gram* ("courrier urgent"). Tous ces procédés permettent de donner au destinataire un sentiment de proximité directe et d'obligation personnelle envers l'association, et donc un sentiment d'implication dans une communauté et une cause commune.

Les diverses organisations susmentionnées sont des acteurs principaux du débat, ce sont elles qui possèdent les moyens d'information, qui lancent beaucoup de polémiques (comme les boycotts ou sabotages de films que nous avons vus précédemment) ou les relaient. Nous pouvons situer leur apparition dans le débat aux années 1960, où les divisions idéologiques se forment au sein des trois religions majoritaires des États-Unis ; le judaïsme, le catholicisme et le protestantisme. Chacune de ces communautés religieuses est alors partagée entre deux vues différentes sur de nombreux sujets d'actualité comme le racisme, la place des femmes ou la question LGBT+. Face à ces clivages, les tendances progressistes et orthodoxes de chaque religion finissent par se structurer (et parfois même se rapprocher entre elles, transcendant leurs divergences théologiques) par le biais d'organisations²³⁴.

À plusieurs reprises nous avons remarqué que les années 1980 constituent une phase d'intensification des guerres culturelles, et l'un des facteurs de cette évolution est la multiplication et la diversification de ces associations, religieuses et laïques. Lister ces

233 Dom Bonafede, "Part Science, Part Art, Part Hokum, Direct Mail Now a Key Campaign Tool" *National Journal*, 31 juillet 1982, p. 1332

234 En ce qui concerne ces coalitions inter-religieuses dont l'initiative est prise par les progressistes nous pouvons citer par exemple la "religious coalition for abortion rights" fondée en 1973

nombreuses institutions ne serait pas pertinent, mais nous avons déjà évoqués quelques noms importants comme "Morality in media" ou "American family association", orthodoxes, ou "National organization of women" ou "People for the American Way", progressistes. Ce sont ces associations qui possèdent les clés du débat dans le discours public : elles défendent une idéologie bien définie et concentrent d'importants moyens financiers qui leur permettent de lancer des actions de grande échelle comme des campagnes médiatiques. Dans un contexte où l'information passe essentiellement par des médias écrits (la télévision étant alors surtout le terrain de prédilection du divertissement²³⁵), un capital économique conséquent est nécessaire pour pouvoir prendre la parole dans ce débat public, que ce soit pour financer des rédactions et impressions, ou pour l'envoi de milliers de lettres à des listes de foyers.

Or, ces canaux de discussion, de développement de réflexions et d'actions que représentent les médias écrits sont un élément-clé des guerres culturelles. Mac Luhan dit que "le medium est le message", une théorie reprise par d'autres spécialistes de l'information comme John Dean pour qui : "une civilisation est le produit de ses médias. Le messenger forme. Il est culturellement actif. Toute civilisation humaine est une histoire que la communication structure, l'histoire le montre. Toute réalité est spécialement malléable par les médias". D'après lui, le cas des États-Unis est l'illustration de ce constat, il précise immédiatement ensuite que "Dans l'Amérique post Seconde Guerre Mondiale, la "cité sur la colline"²³⁶ est devenue "l'antenne sur le toit"²³⁷. Cette citation rappelle le rôle de premier ordre des médias dans les débats idéologiques que nous étudions. Que ce soit dans les années 1960, 1980 ou 2010 les supports des discussions ont une importance non négligeable. Cette forme par laquelle le débat s'exprime serait même, selon certains, serait plus importante que son fond, c'est à dire les thématiques qu'il traite.

235 "Malgré la démocratisation de la télévision dans les années 1980 ce sont les shows de divertissement qui attirent le plus de téléspectateurs, que l'information ennue : les américains lisent les journaux plus qu'ils ne regardent le journal télévisé." Ricard Serge, *The mass media in America since 1945*, Armand Colin, Paris, 1998, p. 87

236 Expression dérivée de la Bible, fréquemment utilisée pour désigner les États-Unis comme une nation modèle, vertueuse, et rayonnant sur l'ensemble du monde, s'inscrivant dans l'idée de l'exceptionnalisme américain.

237 Dean John, *Les médias et l'information aux États-Unis depuis 1945*, Messene, Paris, 1997, p. 35

Force est de constater que des années 1960 à 1990, les médias dominants des guerres culturelles appartiennent à certaines personnalités et associations qui ont les moyens nécessaires pour diffuser leurs idées. Bien que chaque individu ait le choix de prendre parti ou non quant à une polémique, de s'y investir avec plus ou moins de force, ou d'avoir ses propres idées sur le sujet, il doit cependant toujours s'exprimer et se placer par rapport à ces acteurs qui constituent le discours public. Hunter note déjà ce phénomène d'élitisme du discours des guerres culturelles en 1991 :

Si on prend en compte l'importance des systèmes universels de compréhension, l'importance des intellectuels et autres élites devient très claire. Alors que les gens ordinaires participent à la construction de leurs propres mondes privés, le développement et l'articulation de systèmes plus élaborés de compréhension, incluant le domaine de la culture publique, tombe presque toujours dans le domaine des élites. Ce sont ceux qui créent les concepts, fournissent le langage, et explicitent la logique de la discussion publique. Ce sont ceux qui définissent et redéfinissent le sens des symboles publics. *Le discours public*, ainsi, est essentiellement un discours des élites. C'est là la première raison pour laquelle la vaste majorité des américains qui sont quelque part au milieu de ces débats ne sont pas entendus. Ils ont peu d'accès aux outils de la culture publique que les élites possèdent.²³⁸

Lorsque l'on se penche sur la division idéologique de la société théorisée par le sociologue, il est impératif d'être conscient de ce biais des sources : les traces médiatiques du débat ne reflètent pas les idéaux d'une partie de la population ni même des consommateurs d'un média spécifique. Ce que dit telle association dans un article n'est ainsi que représentatif que de la pensée, déjà hétérogène, de cette dernière, et pas de tout un pendant idéologique états-unien ni même de l'ensemble des adhérents de l'association ou des lecteurs du journal en question. Omettre que ce discours public soit avant tout celui des élites peut conduire au danger de l'éclipsation des voix du milieu que nous traiterons un peu plus tard dans ce chapitre. Dans un premier temps, nous devons d'abord poursuivre notre réflexion sur l'importance des médias dans les guerres culturelles, ce qui passe, comme nous l'avons fait dans le cadre des années 2010, par la définition de ce terrain qui, loin d'être figé, a déjà été sujet à de multiples bouleversements technologiques au cours des décennies précédant les années 2010.

238 Hunter James Davison, *Culture wars : the struggle to define America*, Basic Books, New York, 1991, p. 59

b) en constant renouvellement

Afin de continuer à établir des liens entre les polémiques autour du Marvel Cinematic Universe et le concept des guerres culturelles, il convient de se pencher sur les similitudes des contextes médiatiques des 1980 et 2010. En effet le moment d'intensification et d'élargissement du débat que représentent les années 80 coïncide avec la popularisation d'un nouveau support de l'information qui amène de grands changements dans le paysage médiatique états-unien ; la télévision. Comme pour Internet, ce nouveau médium privilégie dans un premier temps le divertissement (soap-opéras, talk-shows et séries), mais cela ne l'empêche pas d'impacter considérablement la manière dont l'information se diffuse et se comprend dans le pays, précisément en la mêlant au divertissement :

Les recherches plus poussées des années 1980 confirment la prééminence de la télévision, qui aurait supplanté la presse papier en tant que source principale d'informations en 1963. [...] L'impact le plus important du nouveau média reste celui qu'il a eu sur ses concurrents en les forçant à se pencher sur les besoins de sous-groupes négligés. Dans un sens, la télévision qui (à raison ou à tort) a été accusée d'uniformiser la culture avec ses divertissements de masse, a promu la diversité dans les autres médias. [...] Pourtant, certains journaux comme le *Washington Post* ou le *New York Times* dominaient les reportages et ont tracé la voie pour les informations-chocs des médias électroniques, mais, à ce moment, la presse papier affronte de nouvelles difficultés économiques.²³⁹

Avec l'avènement de la télévision naissent les premières générations de médias d'info-divertissement ou *infotainment*, terme que nous avons défini précédemment. Le succès de ces nouveaux moyens d'informations, notamment chez les jeunes, mène les anciens médiums déclinants à se renouveler en adaptant leurs codes, ce qui rappelle fortement les dynamiques se déroulant dans les années 2010. Nous observons ainsi dans les années 1980 la même tendance des nouveaux arrivants dans le paysage médiatique à vouloir rendre l'information attrayante, par exemple par des références à la culture populaire. De manière analogue, cela leur confère une réputation de frivolité surtout lorsqu'il sont comparés à d'autres, plus ancrés dans les mœurs et considérés comme de véritables institutions. La fin de cette citation permet de voir le statut du *Washington Post* qui fait justement figure d'exception face à cette presse qui imite et suit la télévision, mais déjà victime, pour cela, d'une certaine baisse de ses ventes.

239 Ricard Serge, *The mass media in America since 1945*, Armand Colin, Paris, 1998, p. 108

Bien qu'il existe des différences entre les deux évolutions médiatiques distinctes que sont les avènements de la télévision et d'internet 2.0, que nous traiterons plus tard, notre propos ici est de relativiser la théorie très représentée du "bouleversement médiatique" que représenterait la démocratisation d'internet. La mise en parallèle avec la situation des années 1980 permet de garder à l'esprit que avant le 21ème siècle d'autres innovations technologiques (dont la télévision n'est qu'un exemple) ont mené à la création de nouvelles générations de médias, et que cela a également pu avoir un fort impact sur les confrontations idéologiques en cours à ce moment. Étudier les effets de ces différents "nouveaux médias" sur le débat nous permettrait, par comparaison, de mieux comprendre les phénomènes que nous observons dans les années 2010 et de les placer dans leur continuité ou rupture.

Cette idée comme quoi la télévision amène dans les années 1980 un nouveau mode de l'information, plus léger et axé sur le divertissement se retrouve beaucoup de 2008 à 2019 lorsque la question des médias type Huffington Post est évoquée. Les similarités entre les deux phénomènes sont particulièrement visibles dans ce second extrait du travail de Ricard :

Au début des années 1980 les habitudes de lecture des américains changent, ils lisent de moins en moins de journaux, probablement à cause de la concurrence télévisuelle. Les éditeurs changent alors leurs productions pour contrebalancer ce phénomène ; moins d'informations sérieuses ou "hard news" qui fatiguent le lecteurs, et plus de rubriques "lifestyle" très demandées, plus d'analyses et moins d'informations ("trust me journalism"), des histoires plus courtes pour la nouvelle génération issue du baby-boom. Cependant, ce remède ne fonctionne pas, et à la fin des années 1980 les journaux en sont venus à cultiver le lectorat favori des publicitaires (les classes moyennes et moyennes-hautes) et à abandonner le secteur de l'audience de masse à la télévision.²⁴⁰

En effet, il semble qu'il suffirait de remplacer dans cette citation les mots "télévisuelle" et "télévision" par "numérique" et "internet" pour retrouver le constat souvent porté sur les nouvelles générations de médias et les changements qu'elles induisent dans le paysage médiatique. Ainsi, dans les années 2010, beaucoup de médias peinent à trouver leur place face à la concurrence de la presse en ligne, notamment en ce qui concerne le conséquent public jeune, étant donné l'augmentation de l'utilisation d'internet. Ce public voit ses centres d'intérêts ciblés et reçoit ainsi du contenu spécialement élaboré selon ses goûts en matière de divertissement et de loisirs, grâce aux réseaux sociaux. Bien que les anciens médias comme le

240 Ricard Serge, *ibid.* p. 65

journal papier ou la télévision tout particulièrement tentent de suivre et d'imiter ces codes²⁴¹, cela ne parvient pas totalement à renverser la tendance. Ainsi, notamment en ce qui concerne le journal papier qui connaît les difficultés que nous avons vues, il doit abandonner face à cette concurrence et se spécialiser dans des lectorats spécifiques qui constituent une clientèle régulière, notamment les personnes plus âgées à la recherche d'information locales.

La télévision en plein essor des années 1980-1990 fonctionne de manière analogue grâce aux revenus publicitaires : ces partenaires qui achètent un certain temps d'écran aux grandes chaînes et modifient même directement le contenu auquel ils sont associés par le biais de la programmation. Ce qui est considéré comme perturbant ou déplaisant pour les consommateurs est soigneusement écarté, des demandes que les chaînes satisfont rapidement. Cela concerne par exemple le remplacement dans les séries de toute scène de sexe pré-marital par des mariages ou de personnages homosexuels par des hétérosexuels. Entre 1993 et 1994 une demi-douzaine de nouvelles séries de la chaîne ABC est ainsi abandonnée, parmi lesquels *NYPD Blue* qui était pourtant un succès critique et public. Ces programmes se voulaient réalistes, ayant ainsi parfois recours à du langage vulgaire, des scènes violentes ou de nudité, et ont déclenché des réponses très violentes de la part d'acteurs conservateurs comme l'American Family Association. Jugeant ces contenus immoraux, l'association menace d'appeler au boycott, ce qui suffit à effrayer les publicitaires qui eux-même forcent la chaîne à des modifications voire abandons de ces productions.

Cet exemple des séries ABC permet de souligner les relations étroites entre médias, contenus, publicités, et controverses. Le fort pouvoir des publicitaires sur la nouvelle génération de médias issue de la télévision leur permet de se positionner directement face aux questionnements sociétaux, ici sur les thématiques de la violence et de la nudité. Il s'agit avant tout pour la chaîne comme le publicitaire d'éviter la polémique pour des raisons économiques, ainsi les demandes des "orthodoxes" selon la définition de Hunter ont rapidement gain de cause avant que tout débat n'émerge. Nous voyons d'autre part en ce phénomène l'inquiétude d'une partie de la société en ce qui concerne la diffusion de certains contenus, ce qui n'est pas sans rappeler les craintes des années 1950 sur les bande-dessinées ou les controverses sur la représentation dans le cinéma des années 2010. Cette interrogation sur l'impact des nouveaux médias mène d'ailleurs au lancement de plusieurs travaux sur ces

241 Rehr David, "The Congressional Communications report" *How internet influenced classical medias and consumer's habits*, Columbia Books Inc, Washington D.C., 2012, p. 76

sujets dans les années 1980,²⁴² ce qui montre bien la prise d'importance dans la société du débat sur l'influence des médias, question sur laquelle se divisent orthodoxes et progressistes.

Les fortes similitudes entre les perturbations des paysages médiatiques des années 1980 et 2010 rappellent que la situation que nous observons n'est pas un bouleversement sans précédent des milieux de l'information et de la communication. Cette comparaison fournit cependant un repère qui nous aidera à mieux saisir les singularités spécifiques à notre objet d'étude. Ainsi, si nous avons pu constater l'impact de ces transformations médiatiques sur les confrontations idéologiques, elles restent néanmoins, comme le dit Hunter, un discours des élites. L'un des principaux changements amenés par la démocratisation de l'usage des réseaux sociaux numériques est la fin supposée de cet accaparement du discours public avec la possibilité pour chacun, en tant qu'individu, de participer au débat.

Cette affirmation sur la nature même des guerres culturelles est-elle donc encore applicable à notre situation ? Autre phénomène qui appelle à s'interroger : l'absence totale dans les polémiques autour du Marvel Cinematic Universe des associations qui structurent l'ensemble du débat des années 1960 1990. Nous voyons en effet qu'elles ne possèdent plus les médias de masse qui rythment le débat, la question est alors de savoir à qui appartiennent ces clés du discours public. Avant de résoudre toutes ces questions dans notre ultime chapitre, il nous faut nous pencher plus dans le détail sur les caractéristiques propres aux médias des années 2010 en les comparant avec celles des décennies précédentes, pour saisir les singularités de notre objet d'étude avant d'apporter tout élément de conclusion.

242 Dont notamment l'ouvrage de Gerbner Georges, Gross Larry, Morgan Michael et Signorelli Nancy "Living with television : the dynamics of cultivation process", *Perspectives on media effects* [en ligne], 1986. Étude considérée comme majeure dans le domaine et ayant inspiré de nombreux autres travaux

II. Rendre l'information accessible ?

a) *La nécessaire légèreté du contenu*

Un élément commun aux nouvelles générations de médias des années 2010 et des décennies précédentes est leur tendance à la simplification de l'information. Il nous apparaît évident qu'il ne s'agisse par pour les médias de produire des articles universitaires complets ou des compte-rendus détaillés sur un sujet d'actualité, mais bien de quelques pages d'informations destinée à ce qu'un lectorat très large puisse avoir une vision globale de certains évènements. Cette simplification, inhérente à l'institution de la presse²⁴³, mène nécessairement à des déformations ou des raccourcis et de fait ne permet pas une analyse approfondie des enjeux en cours par les lecteurs, que cela soit dans les années 1960, 1980 ou 2010. Nous retrouvons donc régulièrement des critiques de ce phénomène sous différentes formes selon les ères médiatiques, mais notamment lors des moments d'apparitions ou d'augmentation de la circulation d'une nouvelle manière de faire vendre l'information, comme c'est le cas lors de la démocratisation de la télévision ou d'internet par exemple :

Dans les années 1970, avec l'époque des informations du soir la télévision devient profitable, notamment pour CBS et NBC, en attirant plus de publicitaires. Mais la superficialité reste la règle, Robert MacNeil, directeur de NBC qualifie ces programmes de "headline service", se limitant au titre choc sans trop développer l'information, et disposant de très peu de correspondants outre-mer (contrairement aux grands quotidiens comme le NY Times) pour des raison de coût.²⁴⁴

Cette citation de Serge Ricard montre bien une certaine prise de conscience de la superficialité de l'information dans les nouveaux médias. Cela peut être dû au statut de nouveaux arrivants dans le marché, qui doivent se faire une place sur la scène médiatique et recourent à des procédés comme le divertissement ou la simplification pour rendre l'information plus attrayante afin de se créer un public. Cela peut également être causé par un biais qui aurait tendance à nous faire remarquer plus facilement les défauts des nouveaux médias que ceux des institutions auxquelles nous sommes habitués, ces critiques étant souvent alimentées par les anciens médias luttant contre la concurrence en la discréditant. Il nous faut

243 Lemieux Cyril, "Mauvaise presse : une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques", Editions Métailié [en ligne], p368.

244 Ricard Serge, *The mass media in America since 1945*, Armand Colin, Paris, 1998, p. 57

donc rappeler et remettre en contexte les diverses conjectures que nous pourrions faire de la superficialité du traitement de l'information chez les « nouveaux médias ». De fait, loin d'être propres à notre objet d'étude, elles se manifestent bien avant les années 2010 et ont également des conséquences directes sur le débat.

Ainsi, sur le cas emblématique des sollicitations par courriers directs que nous avons déjà abordé, le politologue Larry Sabato parle d'un "test des mots magiques" par lequel passent beaucoup de ces lettres. Il consiste à compter le nombre de lettres de tous les mots du texte, pour définir la proportion de termes étant composés moins de 5 caractères. Selon lui, au moins 65-70% d'entre eux devraient se trouver en dessous de ce seuil, sans quoi la lettre doit être retravaillée²⁴⁵. Cela montre bien le souci de rendre l'information facilement compréhensible, il faut parler avec un langage simple, quitte à ne pas rendre compte de la complexité de certaines situations comme, par exemple, des questions de représentation dans les imaginaires collectifs. Hunter concourt à ce constat : "la règle d'or de l'industrie des médias est d'écrire à un niveau scolaire allant de la sixième à la quatrième : dans une société inondée par l'information, le message simple, facilement appréhendé, est le plus effectif"²⁴⁶. Plusieurs experts partagent cette observation, et définissent au passage plusieurs caractéristiques de ce phénomène, constituant une grille de lecture qu'il sera intéressant d'appliquer à notre corpus ultérieurement.

Nous l'avons vu, les États-Unis des années 2010 correspondent bien à l'image d'une société inondée par l'information, plus encore que celle que Hunter décrivait. Dans ce contexte, les médias de masse, qui sont le canal principal des débats, ne peuvent de par leur nature même que donner une couverture superficielle de l'information qu'il traitent. Si pour les spécialistes de la situation des années 1960 à 1990 cette dénomination concerne principalement la radio, les journaux et la télévision, de 2008 à 2019 les grands médias numériques, de tous types qu'ils soient, correspondent à ces critères de manière couramment admise et partagent donc les mêmes attributs²⁴⁷. Ainsi, l'un des biais que cette simplification

245 Sabato Larry J., *The rise of political consultants*, New York, Basic Books, 1981, p. 244

246 Hunter James Davison, *Culture wars : the struggle to define America*, Basic Books, New York, 1991, p. 168

247 Marshall McLuhan définit le concept de *mass media* selon quatre critères, tous applicables à internet 2.0 : la communication de un vers plusieurs, l'unilatéralité du message, l'indifférenciation de l'information, et son séquençage prédéfini sous forme de "mosaïque". (source : McLuhan Marshall, *Understanding media : the extensions of man*, McGraw-Hill, New York, 1964, p. 34)

de l'information implique est celui de la sélection : en choisissant ce qu'il considère comme essentiel et écartant le reste, le média influence forcément, consciemment ou non, l'information qu'il transmet.

Le postulat des sociologues Gladys et Kurt Lang sur la télévision semble donc tout à fait pertinent en ce qui concerne les médias numériques ; "chaque caméra sélectionne, et donc laisse cachée une partie du sujet, ouverte à la suggestion et à l'influence. Ces vides sont souvent comblés par un commentateur"²⁴⁸. Ils parlent ici de la couverture télévisée de la parade de MacArthur en 1951, qui suggère l'enthousiasme pour un personnage en réalité très controversé. En ce qui concerne les médias numériques, nous avons vu par exemple que beaucoup d'articles de notre corpus réutilisent des publications des réseaux sociaux afin de justifier ou illustrer un propos, et à la manière d'une caméra en opérant cette sélection ils en laissent forcément une partie dans l'ombre. Si nous rentrerons dans les détails de la superficialité qui caractérise les médias liés à internet 2.0 immédiatement ensuite, il est important de garder à l'esprit qu'elle est, du moins en partie, imputable à leur nature même de médias de masse. Ainsi, elle n'est pas propre aux sites se développant années 2010 mais se retrouve dans divers contextes sur lesquels de nombreux chercheurs ont travaillé avant nous.

b) Simplifier et décrire

Les procédés journalistiques visant à rendre l'information plus accessible au grand public se retrouvent beaucoup dans notre corpus d'articles, et tout particulièrement chez le Huffington Post mais pas exclusivement. Effectivement, comme dans les descriptions de Hunter, nous retrouvons dans les deux quotidiens un vocabulaire très simple, appréhendable par des personnes d'un niveau scolaire de début collège. Les seuls termes pouvant paraître ésotériques relèvent en fait des registres vocabulaires des réseaux sociaux, comme "hashtag", "trolls" ou "clash" ; en effet tous ces articles sont, contrairement aux médias évoqués plus tôt, destinés à un public spécifique ciblé que nous avons explicité dans notre premier chapitre.

248 Lang Kurt & Lang Gladys Engel, *Politics and Television*, Quadrangle Books, Chicago, 1968, p. 39

Ainsi, nous ne retrouvons dans l'ensemble de notre corpus aucune occurrence de concepts appartenant aux sciences sociales, bien que les problématiques traitées en tiennent directement, aucune référence à la "*color line*" donc, ni au "*fourth-wave feminism*" ou à la "*queer theory*" ou même aux "*collective imaginaries*" pour ne citer que ces exemples. De fait, l'utilisation de ces termes aurait nécessité un certain approfondissement ou un développement de la réflexion, ce qui ne ne semble pas être l'objectif des médias étudiés.

Cette tendance à la simplification du vocabulaire est explicable par une volonté de rendre l'article court, et bien que ce dessein soit davantage observable chez le Huffington Post, le Washington Post rentre également dans cette dynamique. Pour donner un exemple plus concret que le niveau de complexité du vocabulaire, relativement difficile à mesurer, nous pouvons reprendre le principe du test des mots magiques de Larry Sabato en dénombrant à l'aide d'outils informatiques le nombre de caractères moyens par mots dans les articles de notre corpus. En ce qui concerne le Huffington Post, emblématique des nouvelles générations de médias, le résultat obtenu est 5,98 caractères par mots en moyenne sur 60 articles. Pour le Washington Post, représentatif des médias institutionnels états-uniens, ce chiffre est de 6,18 sur le même nombre de 60 productions²⁴⁹.

Ces données témoignent bien d'un processus de simplification de l'information, qui est même largement supérieure à celle préconisée par le politologue susmentionné pour les courriers directs, puisque ces moyennes suggèrent davantage environ 80 à 90% (au lieu de 65 à 70%) de mots en-dessous du seuil. Il apparaît également ici que la différence entre les deux quotidiens, bien qu'existante, est très faible, atteignant à peine les 4%. Cette proximité remet en question le positionnement étudié précédemment du Washington Post comme un média professionnel et sérieux, souvent opposé, dans les imaginaires et les discours, aux "info-divertissements" comme le Huffington Post, qui eux ont pour réputation de fournir une couverture informative très légère.

Autre élément pouvant interpeller, le volume de l'information textuelle connaît une diminution notable comparé aux médias des décennies précédentes, ce qui peut être imputé à

249 Pour effectuer ces calculs nous nous sommes basés sur les compteurs de mots et de caractères du logiciel Libre Office. Étant donné la quantité de données à traiter, cette méthode est en effet plus simple sur le plan technique que celle de Sabato consistant à compter individuellement le nombre de caractères de chaque mot et à déterminer ensuite la proportion de ceux comportant 5 caractères ou moins.

l'augmentation des contenus visuels ; images (parfois animées sous le format GIF), publications de réseaux sociaux, vidéos. Compte tenu de cette donnée, relever les moyennes de nombre de pages de nos articles ne serait pas pertinent, nous pouvons cependant dénombrer le nombre moyen de mots pour obtenir un indice plus révélateur : nous obtenons alors environ 576 mots par article pour le Huffington Post et 719 pour le Washington Post.

Ici, la différence entre les deux quotidiens est plus marquée, d'environ 20%, ce qui révèle bien des articles plus fournis de manière générale chez le second quotidien. Ce chiffre est cependant rehaussé par les articles de la rubrique "Analysis" et "Opinion" pour le Washington Post, particulièrement longs comparés aux autres et affectant donc la moyenne général du journal, alors que la plupart des autres articles sont de tailles relativement similaires à ceux du Huffington Post. Cet écart, bien que non négligeable, n'est toutefois pas excessif pour deux médias aux positions si radicalement différentes dans les imaginaires et ne saurait démontrer d'une nette différence de qualité de l'information entre les deux.

Ces chiffres prennent toutefois une toute autre dimension lorsque nous les comparons à ceux des articles de journal des années 1980-1990 sur des problématiques similaires comme le féminisme des œuvres de la chanteuse Madonna, la "crise de la masculinité" ou les violences policières racistes. Ainsi, sur vingt articles obtenus dans les archives en ligne du Washington Post entre 1980 et 1991, le nombre moyen de mots est d'environ 2528, soit un écart considérable avec les articles en ligne, représentant 4,38 fois la longueur d'un article du Huffington Post et 3,51 fois celle d'une production du Washington Post numérique. Cette longueur de l'article imprimé correspond à une quantité d'informations assimilable en un temps d'attention de 7 minutes, durée moyenne de lecture d'un article de journal. La capacité de concentration d'un lecteur de blog est en effet bien inférieure, une étude marketing montrant qu'elle est de 12 secondes en 2000²⁵⁰. Cette différence notable de quantité de données textuelles attendue et appréhendée entre les médias numériques et papiers interpelle sur la capacité de simplification de l'information des médias de masse dans les années 2010.

Dernier élément remarquable sur ce sujet, il semble que les articles du Washington Post, quoique en moyenne 20% plus longs que ceux de son concurrent, se raccourcissent au fur et à mesure de la période étudiée. Ainsi, les 22 premiers articles du journal, correspondant

250 De Palma MJ, "Inclusive marketing: five mindsets shifts every brand can make", *Microsoft Insights blogs* [en ligne], 7 avril 2020

à ceux publiés avant 2018, ont une moyenne de mots supérieure à la moyenne générale du journal de 11%, atteignant environ les 800 mots par article en moyenne. A l'inverse, les 22 derniers articles du journal sur le sujet des polémiques autour du Marvel Cinematic Universe (soit le dernier tiers, dans un souci d'égalité du nombre de valeurs) ont en moyenne un écart 10 % de mots en moins que l'ensemble du corpus avec 647 mots en moyenne. Ces tendances peuvent sembler faibles, ce qui est explicable par un intervalle de temps très court, de seulement quelques années. Néanmoins, ces observations vont dans le sens de l'étude marketing susmentionnée qui évoque une diminution considérable du temps d'attention de l'utilisateur à la lecture d'un média numérique : de 12 secondes en moyenne en 2000, il passe à 8 secondes en moyenne en 2013.

Toutes ces observations mènent à la conclusion que la superficialité de l'information, bien que remarquable chez la plupart des médias de masse antérieurement à la période étudiée, semble atteindre un nouveau stade dans les années 2010. L'analyse qu'il se dégage de la lecture des articles est celle d'une description d'un événement, souvent appuyée par des extraits de publications de réseaux sociaux ou des images. Les médias numériques font montre d'une volonté de faire toujours au plus court, au plus simple, au plus rapidement produit et consommé, ce qui est explicable par leur modèle économique étudié précédemment. Ainsi, se font remarquer l'absence de toute analyse des polémiques exposées ou de tentative d'approfondir le sujet, par exemple en le reliant à d'autres courants de critiques, ce qui serait même nécessaire pour saisir un sujet complexe comme le « racisme au cinéma » dans son ensemble. Ces observations sont applicable à tous les médias numériques, qu'ils soient d'une "nouvelle génération" ou issus de la réactualisation d'anciennes institutions, avec un écart assez léger, ce qui nous mène également à nous interroger sur les différences concrètes qu'il existerait entre les deux.

III. L'éclipse des voix du milieu

a) Rendre l'évènement attrayant

Dans la même logique que notre point précédent, nous nous penchons ici sur un second phénomène observable chez ce que nous définissons comme étant des médias de masse, vecteurs principaux des guerres culturelles. Ici, c'est le sensationnalisme dans ces médias qui nous intéresse, désigné depuis la fin du 19ème siècle par l'expression *yellow journalism* lorsqu'il concerne la presse écrite. Selon l'historien Frank Luther Mott²⁵¹ cinq critères permettraient de caractériser cette tendance : des titres impressionnants mis en évidence sur la couverture, l'utilisation de beaucoup de photos, parfois modifiées, le recours à de faux entretiens, des titres trompeurs, ou des experts qui n'en sont pas, le choix mettre l'accent ou de référer à d'autres articles (vendus séparément) dans une dynamique d'auto-promotion, et pour finir une opposition à un "système" manifestée par une sympathie à ceux qui s'y opposent, les *outsiders*²⁵².

De manière plus générale, on retrouve des procédés similaires dans d'autres médias de masse, ayant pour fonction de dramatiser certains éléments ou informations ou de leur donner plus de poids afin d'attirer l'attention des consommateurs. Encore une fois, si ces phénomènes sont observables dans les médias numériques des années 2010, et nous verrons ensuite dans quelle mesure, il nous faut garder à l'esprit qu'ils existaient dans d'autres contextes de débats où ils ont également eu une influence sur l'information dont ils se font relais. A titre d'exemple nous pouvons une fois encore citer le politologue Larry Sabato sur la question des courriers directs : " Le plus fondamental pour les courriers directs est de manipuler les émotions, c'est un médium de la passion. Le but est d'indigner ou d'effrayer, le message se doit d'être extrême, exagéré, vraiment dur"²⁵³.

251 Frank Luther Mott (1886-1964) est un historien et journaliste américain reconnu pour ses travaux, notamment sur la question des médias états-uniens. Les second et troisième volume de *A History of American Magazines* lui valent d'ailleurs l'attribution du prix Pulitzer d'histoire en 1939, il est également celui qui a défini de manière scientifique le concept de "journalisme jaune" et ses impacts qui nous intéressent ici.

252 Mott Frank Luther, *American Journalism*, Routledge/Thoemmes Press, Londres, 1941, p. 538

253 Sabato Larry J., *ibid.* p. 241

Ainsi, dans les années 1980, période d'utilisation massive de ce média, les associations orthodoxes et progressistes ont fréquemment recours à des procédés de ce type afin de convaincre les lecteurs de participer économiquement à leur organisation, ces lettres étant envoyées à une audience déjà sensible à ces idées. Ainsi, le recours à des propos extrémisés est courant, comme dans cet extrait : "l'argent de vos impôts est utilisé pour payer un système d'éducation scolaire qui apprend à nos enfants que le CANNIBALISME, l'ÉCHANGISME, et le MEURTRE de nourrissons et de personnes âgées sont des comportements acceptables"²⁵⁴. Nous observons ici un procédé fréquent car simple à mettre en place : la diabolisation de l'adversaire (personne ou organisation), par exemple en l'associant à une pratique connotée très négativement dans l'imaginaire collectif.

Eugene Dionne, journaliste et politicien, concourt à cette observation en se mettant à la place des auteurs de ce type de lettres : "Tu dois avoir un démon. Si tu n'as pas de démon, tu as un problème [...]. Trouve un ennemi vicieux. Dis aux gens qu'ils sont menacés d'une certaine manière, c'est un coup bas, mais le plus simple."²⁵⁵ Nous retrouvons des fonctionnements similaires dans la presse écrite, par exemple quand des quotidiens associent les progressistes aux fascistes²⁵⁶, ou font un parallèle entre Adolphe Hitler, Joseph Staline et les mouvements pro-vie²⁵⁷. Cela passe aussi par diverses formes de littératures et de discours, dans lesquels nous retrouvons fréquemment des hyperboles et des exagérations, et qui sont toujours relayé massivement par les organisations que nous avons vues précédemment comme Christians concerned for more citizenship ou Americans for Democratic Action.

Ce sensationnalisme du discours public a un effet majeur, celui de mettre en avant uniquement les extrêmes et de faire passer chaque action par ce prisme. Pour les médias, donner ainsi une image très polarisée du débat est profitable, permettant de mieux vendre.

254 Extrait de la sollicitation de Jesse Helms pour le National Conservative Political Action Committee, en majuscule dans le texte, issue de Rosenberg Alexander, *Economics: Mathematical Politics or Science of Diminishing Returns*, Chicago University Press, Chicago, 1992, p. 34

255 Eugene Dionne, "The mail order campaigners", *New York Times*, 7 septembre 1980, p. 17

256 Mich Heiland, "Moral caretakers may bury us all" *Arlington Daily News*, 13 avril 1986

257 Paul Simmons, "Pro famil, he finds himself rated in eyes of seeing fanatics", *Los Angeles Times*, 10 juin 1981

Néanmoins, se faisant, ils procèdent à l'occultation de l'opinion d'une partie non négligeable du public, plus modérée. Cela a également pour effet dommageable de déformer l'image des activistes et de leurs discours en déformant leur action et en ne rendant pas compte des réflexions et logiques derrière : en les dépolitisant en somme. Hunter observe cette première conséquence directe qu'il nomme "éclipse des voix du milieu" en 1991 :

Le nombre de personnes qui tiennent des positions fortement traditionalistes ou progressistes est une minorité (peut-être 10% dans chaque camp). Et même ces soi-disant extrémistes ne rentrent pas toujours très bien dans les caricatures où idéaux faites d'eux. Le problème est que la complexité des convictions personnelles et la subtilité d'un opinion personnel sont rarement reflétés dans le discours public. Dans le climat culturel actuel, les voix d'une passion calme et réfléchie sont rarement entendues. Encore moins entendues sont celles ambivalentes ou apathiques. Tout cela pour dire que bien que des voix alternatives existent, et peut-être même son majoritaires, elles sont, pour tout but pratique, silencieuses dans la plus large discussion publique. Sans aucun doute, le discours public est plus polarisé que le public américain lui-même. Ce qu'on peut appeler "éclipse des voix du milieu" peut-être attribuée à plusieurs facteurs. Le premier a déjà été mentionné : le discours public est un discours des élites [ce que nous avons déjà évoqué]. Les américains ordinaires n'ont pas de liste de distribution de courriers et il n'y a pas de "Politc Action Committee" pour ceux qui trouvent du bon et du mauvais des deux côtés du problème. [...] Un autre facteur est le besoin humain d'être excité ; ainsi, le débat public sensationnel (et sensationnalisé) a plus de chance de capter l'attention du public que les arguments méthodiques et réfléchis.²⁵⁸ P160

Par leur nature même de médias de masse, les sources d'informations sur les controverses ne peuvent donner qu'une image partielle et orientée de ce qu'ils traitent ; ils ne peuvent approfondir sur les personnalités, idées ou évènements impliqués. Les individus tendent ainsi à être présentés comme des extrémistes, leur pensée est simplifiée et rendue plus virulente, et souvent diabolisée. Une grande partie des voix voulant s'exprimer dans le discours est alors volontairement invisibilisée, de même qu'une partie du discours porté par les acteurs. Ici cette opération n'a pas lieu dans un souci de raccourcir un article mais dans l'optique de le rendre plus choquant, donc attrayant, et de séduire un lectorat afin de se constituer une place dans un marché en forte concurrence. Les évènements eux-mêmes sont ainsi présentés comme de soudains spasmes dans la vie politique, et complètement détachés de la vie quotidienne du lecteur et de ses préoccupations routinières.

²⁵⁸ Hunter, James Davison, *Culture war : the struggle to define America*, Basic Books, New York, 1991, p. 160

b) Informer et divertir

Si les codes sensationnalistes se retrouvent fréquemment dans tous les médias de masse, qu'en est-il du cas des médias numériques des années 2010 ? Il est plus complexe de définir l'évolution du sensationnalisme que de la superficialité de l'information, où nous pouvions dénombrer à une échelle relative la quantité d'informations de nos textes. Les deux phénomènes sont cependant liés, d'où l'intérêt d'étudier l'un avant l'autre ; en effet, une information réduite induit nécessairement des raccourcis plus grands et plus fréquents. En somme, une simplification accrue de l'information implique forcément une sélection des éléments les plus marquants du débat et donc sa polarisation accrue. Cependant, des procédés spécifiques de sensationnalisme sont également en jeu dans notre corpus d'article, notamment si nous reprenons les codes évoqués précédemment du "journalisme jaune" afin de s'en servir comme grille d'analyse.

Selon la définition de Mott, le premier critère validant l'utilisation de ce terme est un titre fortement mis en avant et comportant des termes choquants, même pour des informations mineures, le but étant d'attirer le regard du potentiel consommateur. Les titres du Huffington Post sont en taille de police 24 et en gras, prenant beaucoup de place par rapport au contenu de l'article écrit en taille 10, et qui, comme nous l'avons vu, ne dévoile pas de grandes quantités d'informations. Le Washington Post adopte exactement la même taille de police en ce qui concerne son titre, qui n'est cependant pas mis en gras, mais lui utilise une police de 12 pour écrire le corps de son article. Il existe bien une différence entre les deux, mais d'ordre mineure : il apparaît que chacun des quotidiens réponde à ce critère de mise en valeur typographique du titre, reste à se pencher sur les termes utilisés.

Le Huffington Post a recours de nombreuses expressions choquantes ou hyperboliques dans ses titres comme "typique féminisme blanc"²⁵⁹, "descend en flamme les personnages

259 Jessica Prois, "Tilda Swinton's email to Margarete Cho is textbook white feminism", *HuffingtonPost.com*, 17 mars 2017

masculins de Marvel"²⁶⁰, "des nombres fous"²⁶¹, "la conversation la plus vitale"²⁶². Le Washington Post n'est pas en reste, à titre d'exemples nous pouvons relever : "une attraction vraiment fun, et 'white-washée'!"²⁶³, "tu dois être une mauvaise féministe"²⁶⁴, "plus qu'un nom, c'est une identité"²⁶⁵, "un look stupéfiant"²⁶⁶. Beaucoup de titres de chacun des deux médias rentrent donc dans ce critère du journalisme jaune, cherchant à provoquer un choc chez le lecteur. Même constat en ce qui concerne le second critère de Mott sur les images : nous avons déjà abordé précédemment le grand nombre de contenus visuels, de tous types, présents dans les articles de notre corpus, des vidéos aux photos (montées et améliorées) en passant par les captures d'écrans de publications de réseaux sociaux. Cette seconde condition est donc également applicable à nos deux quotidiens.

Le troisième élément de définition en revanche nécessite un travail plus approfondi, puisqu'il concerne l'utilisation de faux entretiens ou experts, mais également les titres trompeurs. Nous ne relevons aucune trace de recours à de tels procédés dans les articles de notre corpus, la parole étant donnée à peu d'experts sur les questions traitées, mais plus souvent à des professionnels du métier comme des acteurs ou réalisateurs. La plupart des entretiens sont filmés ou retranscrits, et aucune plainte de diffamation n'étant à signaler, il est peu probable qu'il y ait usage de contenus factice dans notre corpus.

260 Jenna Amatulli, "Evangeline Lilly slams Marvel's male characters for suit complaints", *HuffingtonPost.com*, 25 juin 2018. En réalité (voire vidéo incluse dans l'article) l'actrice se moque brièvement des légères plaintes de ses collègues masculins vis-à-vis de leur uniformes, les comparant avec le sien, plus inconfortable encore

261 Elyse Wanshel, "Black Panther is breaking an insane number of box-office records", *HuffingtonPost.com*, 21 février 2018. Nous retrouvons également des occurrences de termes analogues comme "huge numbers".

262 Shanita Hubbard, "Black Panther started the most vital (and uncomfortable) conversations of 2018", *HuffingtonPost.com*, 21 décembre 2018

263 Gene Park, "Doctor Strange is a really fun, whitewashed ride !", *WashingtonPost.com*, 04 novembre 2016

264 Monica Castillo, "Hesitating to see Captain Marvel ? Then you must be a bad feminist", *WashingtonPost.com*, 07 mars 2019

265 Kristen Page-Kirby, "Black Panther is more than a name, it's an identity", *WashingtonPost.com*, 16 février 2018

266 Robin Givhan, "The vision behind Black Panther's stunning look : feminine, masculine, beautiful and strong", *WashingtonPost.com*, 22 février 2018

Nous pourrions argumenter que beaucoup de propos sont parfois détournés, orientés par le média afin de les faire rentrer dans le thème de l'article, par exemple en mettant en valeur certaines phrases et en en omettant d'autres comme dans le cas d'Evangelina Lilly. La construction d'un "statut d'expert" du journaliste ou du blogueur est également un phénomène que nous avons étudié en amont et qui pourrait interroger cette notion de « tromperie ». De même, nous venons de voir comment les éléments du titre peuvent être hyperboliques ou volontairement rendus choquants et ainsi se rapprocher d'une certaine forme de "mensonge". Cependant, tous ces éléments, quoique pertinents, ne permettraient pas d'affirmer que nos textes fassent « usage de faux » au sens où Mott le conçoit, mais s'intègrent plutôt dans une dynamique de déformation des faits, aucun de nos deux médias ne valide donc ce critère.

Le principe suivant du journalisme jaune, relevant de l'auto-promotion, est par contre très représenté dans chacun des deux quotidiens, bien que également sous une forme légèrement différente de celle à laquelle référerait la définition du *yellow journalism* à la fin du 19ème siècle. Tout d'abord, point commun aux deux médias étudiés, nous remarquons sur chaque article une section nommée "trending" des 5 articles du même journal les plus populaires en ce moment, bien qu'ils n'aient rien à voir avec le thème traité par l'article sur Marvel, ils incitent, notamment par des titres attrayants, à la visite.

Dans la même dynamique, à la fin de chaque article se trouve une section nommée "More from the Post" pour le Washington Post et "Popular in the Community" pour le Huffington Post comprenant respectivement 5 et un nombre indéterminé²⁶⁷ d'articles populaires en ce moment sur le site. Les différences entre les deux médias se dévoilent ici ; le Huffington Post poursuit longuement après l'article avec une dizaine de publicités, puis une nouvelle rubrique comportant les 5 articles les plus partagés, suivis à nouveau d'une dizaine de publicités personnalisées. Cette pratique n'a pas d'équivalent chez son concurrent, ce qui est principalement dû au fait éludé précédemment que l'accès à l'article complet du Washington Post nécessite le paiement d'un abonnement auquel nous avons dû souscrire pour notre étude, contrairement au Huffington Post dont le contenu proposé « gratuitement » est monétisé exclusivement par les revenus publicitaires.

267 Le Huffington Post présente cette section sous la forme de quatre photos affublées chacune d'un titre d'article, mais sur les côtés de ces images se trouvent des flèches, permettant de continuer à faire défiler la liste des contenus les plus vus sur le média en ce moment, au rythme de quatre par quatre, mais ne connaissant pas de fin ou de répétition.

Toujours concernant l'auto-promotion, une seconde observation est valable pour les deux médias : l'insertion d'hyperliens dans le corps des articles, c'est à dire des mots mis en évidence qui, lorsque l'utilisateur clique dessus, le renvoient directement à un autre article provenant la plupart du temps du même journal²⁶⁸. Le recours à cette pratique est assez fréquent pour chacune des deux entreprises, ainsi nous dénombrons en moyenne environ 10 occurrences d'hyperliens par texte pour chacun des deux sites. Ce type d'auto-promotion permet, contrairement à ce que nous avons vu précédemment, de diriger très facilement l'utilisateur à du contenu similaire ou complémentaire à ce qu'il lit, permettant de multiplier les visites sur le site, et donc les revenus.

Cela rentre dans la stratégie évoquée plus tôt des médias issus de l'internet 2.0 consistant à proposer du contenu spécifiquement adapté au consommateur pour l'attirer, à la manière de publicités ciblées. Dans la même logique, immédiatement après la fin de l'article et avant la signature de l'auteur et les rubriques susmentionnées, nous remarquons que les deux médias proposent systématiquement des « productions similaires » sous forme de liens, au nombre de 2 pour le Washington Post et de 5 pour le Huffington Post. Une fois encore nous constatons ici que les différences entre les deux médias, si elles existent et ne doivent pas être occultées, ne sont pas si conséquentes que nous aurions pu l'imaginer étant donné leurs réputations respectives.

Finalement, le cinquième attribut défini par Mott, concernant la sympathie pour un camp s'opposant au système, est également observable dans une certaine mesure dans notre corpus, bien que là encore sous une forme différente à celle décrite par l'historien et journaliste. Tous les articles de notre corpus ont en commun le fait de traiter d'oppressions, qu'elles soient basées sur la race, le genre ou l'orientation sexuelle. Se faisant, ils se placent automatiquement de manière à dénoncer le système qui produit ou du moins entérine ces injustices, en l'occurrence, le monde du cinéma Hollywoodien. Que les articles prennent le parti des Marvel Studios ou de ses détracteurs ils affichent toujours une prise de position condamnant le sexisme, racisme, ou la queerphobie. Parfois en se faisant élogiques du progressisme des studios comme dans cet article : "*Black Panther* est un triomphe noir.

268 Dans certains cas spécifiques le lien renvoie vers un article d'un autre média numérique, ce qui est notamment utilisé pour sourcer le propos d'une personnalité lors d'un entretien chez un autre journal, ou une donnée obtenue par une étude publiée sur un autre site, mais ce sont des usages relativement rares

L'Amérique a peur de ceux-là"²⁶⁹ où les studios sont présentés comme des défenseurs de la cause antiracistes face aux peurs conservatrices nationales. Dans les autres cas, à l'inverse, cette défense des opprimés passe par donner de l'ampleur aux critiques du studio comme ici, sur le même thème : "*Black Panther* et *Crazy Rich Asians* ne vont pas résoudre le problème de diversité d'Hollywood"²⁷⁰ qui prend le postulat opposé, mais se place toujours comme soutenant des personnes et des idées face à un système oppressif. Du moins, il s'agit là de l'image que souhaitent se donner les médias étudiés, nous nous pencherons dans le chapitre suivant sur leur implication réelle dans ces sujets.

Ainsi, les deux quotidiens numériques valident ce cinquième et dernier critère du "journalisme jaune" de la grille d'analyse proposée par Mott, comme pour tous les autres à l'exception du troisième, concernant l'usage de faux, ce qui est révélateur d'un fort sensationnalisme de l'ensemble de nos textes. Nous avons en effet pu noter que peu de différences concrètes sont observables entre les deux quotidiens comparés, ou du moins que les deux semblent répondre à cette volonté de rendre l'information sensationnelle. La forte présence des codes, certes réactualisés, du "journalisme jaune" témoigne bien d'une réaffirmation du sensationnalisme de l'information à un stade comparable à celui de 1890 où il avait été fortement décrié²⁷¹.

Ce second chapitre portant sur la comparaison entre la théorie des guerres culturelles et les débats autour des films Marvel entre 2008 et 2019 a mis en lumière de nombreux éléments. Tout d'abord la manière dont l'art cinématographique et l'industrie de la bande-dessinée ont tous deux été concernés par de nombreux questionnements, inscrivant notre objet d'étude dans une continuité et un croisement de ces dynamiques. Nous avons également pu resituer les thématiques même de ces polémiques, sur le racisme, le sexisme et la question LGBT+ dans un contexte idéologique précis, nous permettant de voir en quoi notre objet d'étude sur les films Marvel Studios s'y intègrent ou en diffèrent. Concernant la question

269 Christine Emba, "Black Panther is a black triumph. America is afraid of those", *WashingtonPost.com*, 17 février 2018

270 Marina Fang, "Black Panther and Crazy Rich Asians won't solve Hollywood's diversity problem", *Huffington Post.com*, 04 septembre 2019.

271 Notamment par les influents Samuel Warren et Louis Brandel dans *Right to Privacy*, où ils annoncent considérer le journalisme jaune comme une menace directe à la vie privée.

médiatique, nous avons déterminé que les années 2010 correspondent à un moment d'évolution et de croissance du marché de l'information et que ces facteurs économiques ont des impacts directs sur la tenue du discours public.

Cependant, nous avons pu mettre ce dernier élément en perspective en se penchant sur d'autres bouleversements du paysage médiatique états-unien survenus durant la période dite des "guerres culturelles", soit des années 1960 à 1990. Pour finir nous avons établi que la superficialité et le sensationnalisme des médias de masse ne sont pas des éléments propres aux médias numériques étudiés, mais que ces codes apparaissent bien sous de nouvelles formes et intensités dans les années 2010. La simplification de l'information atteint ainsi des proportions conséquentes, alors que l'usage de codes sensationnalistes se fait systématique. Toutes ces dissimilitudes avec les débats des décennies précédentes interrogent sur la question de l'inclusion de notre objet d'étude à la théorie de la guerre culturelle ; les polémiques tant débattues dans les médias numériques autour des films Marvel reflètent-elles vraiment une polarisation intense et irrémédiable de la société états-unienne ? Les débats observés ne peuvent-ils pas témoigner d'un autre phénomène à l'œuvre dans le discours public ?

CHAPITRE 3 : DÉCONSTRUIRE LE MYTHE DE LA POLARISATION

Au regard de notre second chapitre, le concept des "guerres culturelles" semble pouvoir s'appliquer aux controverses autour des films Marvel Studios avec une intensité et une ampleur renouvelée. Cependant, faire ce constat prématurément reviendrait à nier les nombreux biais des sources que nous avons définis, notamment dans notre premier chapitre. Pouvons-nous réellement affirmer que les phénomènes observés dans les médias numériques ; multiplication des articles et des thématiques abordées, superficialité de l'information, recours à des procédés sensationnalistes, témoignent nécessairement d'une résurgence des guerres culturelles ? Jusqu'à présent cette hypothèse nous paraissait envisageable car nous nous sommes placés dans la dynamique de Hunter, mais nous devons, afin de conserver un regard critique, partir d'autres postulats, qui mettraient en doute sa théorie des "guerres culturelles".

Plusieurs chercheurs, dont notamment Fiorina Morris²⁷², tentent de déconstruire cette théorie d'une nation radicalement clivée en deux idéologies opposées. Afin de parachever notre travail, nous pouvons nous demander si les éléments relevés jusque-là dans la sphère médiatique ne seraient pas révélateurs d'un phénomène autre que le renouvellement des guerres culturelles, qui serait autre que la polarisation de l'opinion public. Pour mener cette réflexion à son terme nous devons dans un premier temps recenser et étudier en détail les différents contresens et irrégularités, brièvement soulevés jusque-là, qui apparaissent dans le traitement médiatique des débats autour du Marvel Cinematic Universe. Ensuite seulement nous pourrions étudier les répercussions concrètes dans la société des controverses de notre corpus. Puis nous essaierons de définir d'où pourrait venir cette impression de polarisation de la société, en se penchant sur l'injonction que subissent les médias, Marvel y compris, à se placer face aux thématiques sociétales. Enfin, nous aborderons la question des acteurs derrière toutes ces institutions et tenteront de comprendre leurs motivations, pour apporter une explication aux multiples phénomènes étudiés au long de ce mémoire.

272 Morris P. Fiorina, *Culture war ? The myth of a polarized America*, Stanford University Press, Stanford, 2010

A°) Une guerre *sui generis*

I. Hiérarchisations et incohérences des polémiques soulevées

a) Une asymétrie dans la répartition : les questions queer

L'une des "anomalies" les plus frappantes de notre corpus est le nombre d'articles consacrés à chacune de nos grandes thématiques ; alors que plus d'une cinquantaine et d'une soixantaine d'écrits respectivement évoquent le sexisme et le racisme, seule une quinzaine d'entre eux portent sur les polémiques concernant les personnes LGBT+. Cela représente un écart considérable qui interpelle, notamment en ce qui concerne le Washington Post, qui n'a publié sur la question que 3 articles parmi les 68 textes sur les controverses autour du Marvel Cinematic Universe. Cette sous-représentation ne provient pas du manque d'éléments à exploiter ou de personnes s'exprimant sur ces sujets en élargissant notre regard à d'autres médias nous pouvons recenser de nombreux questionnements pertinents sur la question queer et les Marvel Studios, qui ne sont abordés dans aucun des quotidiens que nous étudions.

Ainsi, par exemple, aucune réaction du Washington Post n'est à observer sur la polémique autour de *Avengers : Endgame* (2019), la conclusion de la saga, à propos de laquelle Kevin Feige fait la promesse de l'apparition d'un personnage queer. Cette déclaration est traitée de manière optimiste par le Huffington Post comme beaucoup d'autres médias, alors que le Washington Post n'évoque pas du tout cette prise de parole officielle des studios sur une question de représentation LGBT+. De plus, aucun des deux journaux ne parle des aboutissants de cette déclaration ; le personnage homosexuel tant annoncé est en fait un figurant, anonyme, ne prenant la parole qu'une seule fois. Cela a généré une grande déception chez toute la communauté de fans qui s'attendait à ce qu'un personnage au moins secondaire si ce n'est principal²⁷³ soit révélé comme appartenant à la communauté LGBT+. Ce mécontentement exprimé une fois encore par le biais des réseaux sociaux numériques

273 Si les attentes autour de Captain America n'étaient pas particulièrement présentes étant donné son rôle de protagoniste, beaucoup d'espairs étaient placés autour de Valkyrie (*Thor 3 : Ragnarok*), bisexuelle dans les comics, ou de Okoye et Ayo (*Black Panther*), lesbiennes dans les œuvres originales, toutes ayant bénéficié dans leurs films d'origines de scènes dévoilant leur sexualités mais qui furent ensuite coupées au montage.

provoque des réactions officielles des Marvel Studios et fait parler sur de nombreux médias comme IndieWire²⁷⁴ ou IGN²⁷⁵ mais pas par ceux que nous étudions, qui pourtant traitent de problématiques similaires et, nous l'avons vu, n'hésitent pas à se placer en défenseurs de la représentation queer.

Plusieurs polémiques du type sont ignorées par le Huffington Post et le Washington Post : comme celle de 2013 autour la proposition de l'acteur Andrew Garfield de montrer Spider-man ayant une relation avec un homme. Une idée étudiée par Sony, avant d'être refusée par Marvel deux ans plus tard, dans un document officiel stipulant que le héros devait être hétérosexuel. Plusieurs journaux en ligne traitent de ce sujet, comme Radio Times²⁷⁶ ou CBR²⁷⁷ à titre d'exemples. Cela prouve qu'il est tout à fait possible de communiquer sur ces sujets dès 2013 (soit trois ans avant que nos quotidiens s'intéressent à cette thématique de la représentation queer) même pour des médias numériques non-spécialisés sur la question. Les critiques de ce type adressées à Marvel Studios et qui ne sont jamais abordées dans notre corpus sont nombreuses, nous pouvons citer les straight-washing de Korg et de Loki²⁷⁸ au même titre que celui de Valkyrie, évoqué une seule fois par le Huffington Post.

Outre ces cas « d'omissions » de sujets par nos quotidiens, observables dans tous les médias, un fait qui incite également à se poser des questions est l'absence de toute forme d'insistance ou de répétition sur les réflexions touchant à la question queer. En effet, nous avons vu que les grandes polémiques concernant le racisme ou le sexisme étaient traitées par de nombreux textes, ainsi parmi les exemples les plus marquants nous dénombrons 19 articles sur le seul sujet de *Captain Marvel* et 49 sur *Black Panther*. Tous ces écrits ayant un sujet en commun n'ont pas exactement le même propos, bien que beaucoup se répètent, d'autres

274 Zack Sharf, "Marvel boss Kevin Feige responds to controversy over Avengers : Endgame gay character", *IndieWire.com*, 21 juin 2019

275 Joshua Yehl, "Marvel's Kevin Feige respond to gay controversy in Avengers : Endgame", *ign.com*, 26 juin 2019

276 Emma Daly, "Andrew Garfield : why Spider-man can't be gay ?", *RadioTimes.com*, 11 juillet 2013.

277 Kevin Melrose, "Andrew Garfield on Spider-man : 'so why can't he be gay ?'", 10 juillet 2013

278 Évoqués dans les deux journaux suivants : Callie Ahlgrim, "7 Marvel movie characters who are on the LGBTQ spectrum in the comics", *Insider.com*, 22 juillet 2019

Amy West, "Valkyrie, Korg and other queer Marvel characters that have been straight-washed on screen", *pinknews.com*, 26 avril 2018

nuancent, approfondissent ou discutent la polémique lancée. Dans tous les cas, cette grande pluralité donne une très forte présence à ces controverses dans le débat public, ce qui n'est absolument pas le cas en ce qui concerne les questions LGBTQ+ qui ne bénéficient, au mieux, que d'un article isolé dans un seul média.

Non seulement les sujets autour des LGBTQ+ abordés dans nos deux médias ne sont pas nombreux, mais elles sont également traitées de manière succincte, surtout lorsqu'on les compare aux autres grands sujets de controverses. Ainsi, les demandes d'un film incluant un personnage LGBTQ+ sont bien moins présentes dans le débat que les médias mènent, évoquées seulement en de rares occasions : de fait, elles semblent moins pressantes, moins marquées par un besoin d'urgence, elles sont moins présentes. À l'inverse, les demandes, par exemple, de la présence d'une héroïne dans les films Marvel sont relayées très fréquemment depuis 2011 et avec beaucoup de reproches à l'encontre des studios. De manière analogue à cette rareté des reproches, l'invisibilisation au cinéma de personnages initialement queer dans les comics ne fait l'objet d'aucun article dédié, à l'exception d'une seule production du *Washington Post* portant sur *Valkyrie*²⁷⁹. À titre de comparaison, 6 articles de notre corpus portent sur la seule accusation d'invisibilisation des acteurs asiatiques dans *Doctor Strange* avec le personnage de L'Ancien.

Les questions queer semblent donc secondaires dans les débats portés par nos deux médias, quand bien même des éléments qui constitueraient un apport au débat sur la question mériteraient d'être approfondis, comme le *straight-washing* par exemple, ou même, seulement, d'être abordés sérieusement, comme la coupure au montage d'une scène de baiser entre deux femmes. Le *Washington Post* est particulièrement concerné par ce désintérêt avec un nombre d'articles très faible sur le sujet. De plus, dans l'un de ces rares textes eux l'auteur met en doute la pertinence de faire de *Captain America* un personnage homosexuel, annonçant qu'il serait difficile de réécrire le personnage, citant Stan Lee qui pense qu'il n'y a pas de nécessité de le faire, et questionnant l'impact que cela aurait pour les droits LGBTQ+²⁸⁰. Bien que portant finalement un regard positif sur cette demande des fans, cet accès de critique envers la demande des fans surprend, étant le seul exemple de tout notre corpus de remise en

279 Zachary Zane, "Thor *Valkyrie's* is Marvel's first LGBTQ character. But you wouldn't know it from the film", *WashingtonPost.com*, 06 novembre 2017

280 Ben Guarino, "Some fans want *Captain America* to have a boyfriend, though it won't be easy to rethink this superhero", *WashingtonPost.com*,

question (même mineure) d'une initiative populaire de déconstruction des stéréotypes hollywoodiens. En effet, aucune critique similaire n'est formulée par exemple lorsque le personnage de L'Ancien est repensé par Marvel Studios pour devenir une femme, ou que Mary Jane est jouée par une actrice métisse, mais la réticence de l'auteur est ouvertement exprimée concernant l'hypothèse de faire d'un héros un homosexuel.

Dernier élément pouvant montrer que la question de la queer-phobie est moins considérée dans les médias que le racisme et au sexisme, notamment par le Washington Post, cette citation extraite d'un de leurs articles généraux sur la représentation : "Est-ce que le but de montrer des femmes et des personnes de couleur (sans mentionner les personnes LGBT et handicapées) à des positions traditionnellement occupées par des hommes blancs est de prouver que les femmes et personnes de couleur peuvent accéder à ces positions en les mêmes termes ?"²⁸¹. Nous voyons bien ici la manière dont les problématiques LGBT+ sont reléguées à un rang secondaire, et mises à l'écart du débat, n'étant mentionnées que de manière figurative, justement pour préciser qu'elle ne seront pas traitées comme les autres. Et effectivement, l'article n'en parle pas, alors qu'il aurait été pertinent d'ajouter cet élément queer à la réflexion comparative sur la représentation des femmes et des personnes racisées. Ce phénomène en particulier semble moins présent chez le Huffington Post. Cependant, tous les éléments que nous avons vu précédemment comme applicables aux deux médias témoignent bien d'une forte tendance à hiérarchiser les sujets chez ce quotidien également, bien qu'elle soit moins marquée que chez son concurrent.

b) Des médias féministes engagés ?

Si les polémiques ayant pour thème la normalisation des genres et des orientations sexuelles sont abordées de manière partielle ou superficielle, c'est également le cas, lorsqu'on se penche plus en détail sur la question, des controverses ayant trait à la place de la femme dans les films Marvel Studios. Ainsi, un sujet est abondamment plus traité que tous les autres ; l'absence dans le Marvel Cinematic Universe d'un protagoniste féminin, jusqu'à Captain Marvel en 2019. Sur les 55 articles de nos deux médias confondus portant sur la question du sexisme, 37 portent sur ce sujet, que cela soit avant la sortie du film pour parler de sa

²⁸¹ Alyssa Rosenberg, "What would really make Black Panther and Captain Marvel revolutionary", *WashingtonPost.com*, 28 octobre 2014.

nécessité, ou après pour réfléchir sur ses impacts. Cela représente plus de 67% du corpus consacré à cette seule question, une forte majorité qui se retrouve approximativement dans les mêmes proportions chez chacun des quotidiens avec environ 64% pour le Washington Post et 68% pour le Huffington Post.

Cette prédominance se fait au mépris d'autres problématiques, qui seraient pourtant tout aussi pertinentes dans la réflexion sur la place des femmes dans l'industrie du divertissement. C'est le cas par exemple des controverses autour de l'absence de marchandises Marvel Studios représentant des femmes. Étant donné le succès de ces produits dérivés²⁸², cette absence démontre tout autant de l'invisibilisation des personnages féminins que le manque d'un film ayant une femme pour protagoniste. Pourtant, très peu d'attention est accordée à cette critique, 2 articles en tout, quand bien même elle est relayée par plusieurs acteurs principaux des Marvel Studios, Mark Ruffalo et Scarlett Johansson, et portée par une multitude de fans. De même, les médias ne questionnent que très peu l'absence de femmes aux postes importants de la création du Marvel Cinematic Universe ; aucune réalisatrice, productrice ou scénariste n'est seule à la charge d'un film dans toute la saga à l'exception de *Captain Marvel* qui n'est que scénarisé par des femmes.

Ainsi, les 23 films sont produits par Kevin Feige, assisté en tout 3 fois par des hommes et 4 fois par des femmes, la présence masculine reste donc largement dominante en ce qui concerne la production, même en ce qui concerne *Captain Marvel* qui est seulement co-produit par une femme (nous avons vu à quel point cela a été mis en avant). Nous comptons donc 4 contrats sur 26 détenus par des femmes soit 15%. En ce qui concerne la scénarisation nous dénombrons 47 noms différents, parmi lesquels seulement 4 femmes, qui représentent en tout 5 contributions aux scénarios sur 62, soit un ratio de 8% de scénaristes femmes. Pour finir, parmi les 17 réalisateurs engagés dans l'ensemble de la saga, une seule est une femme, Anna Boden, mise à contribution pour *Captain Marvel* mais en coopération avec un homme, Ryan Fleck. Si l'on prend en compte les réalisateurs qui participent plusieurs fois à la création du Marvel Cinematic Universe cela donne 1 contribution sur les 25, c'est à dire que exactement 4% des réalisateurs engagés par Marvel Studios sont des femmes.

282 Chiffres officiels non accessibles, cependant certains articles traitent de la réussite économique de l'entreprise, ici sur le seul exemple de vêtements Marvel : Mark Stubbs, « Marvel extends Team Liquid partnership though 2022, releases new clothing collection », *Forbes*, 24 octobre 2020

Cet écartement des femmes dans la direction de la saga et aux postes importants de la création filmique est encore plus visible encore que celui des personnages féminins fictifs dans long-métrages, qui elles occupent régulièrement des rôles importants, notamment l'héroïne Black Widow²⁸³. L'invisibilisation des femmes dans le milieu du cinéma hollywoodien est pourtant un sujet central dans le féminisme de quatrième vague comme nous l'avons vu puisque c'est l'affaire Harvey Weinstein qui popularise le mouvement. Pourtant, les deux quotidiens semblent mettre de côté cette problématique au profit de celle, très médiatisée, de l'absence d'héroïne principale : seul un article porte sur le manque de femmes dans les milieux hollywoodiens²⁸⁴. Cela pose amène à s'interroger sur ces médias qui se placent pourtant très fréquemment en dénonciateurs du sexisme institutionnel.

Des incohérences concernent également même cette polémique si massivement relayée : ainsi, si les critiques d'absence de personnage féminin sont omniprésentes, peu d'articles se penchent sur le traitement concret des femmes dans les films. Aucun des quotidiens que nous étudions ne pose donc la question, jusqu'à *Captain Marvel*, de savoir si le fait de mettre une super-héroïne au centre d'un long-métrage cela résoudra effectivement les problèmes de tropes sexistes dans les films Marvel Studios. Ainsi, un seul article, en 2014, évoque la question du traitement des personnages féminins, qu'est-ce qu'il faudrait éviter et quelles pistes seraient intéressantes à explorer pour déconstruire les présupposés sexistes²⁸⁵. A l'exception de 5 textes exprimant la déception de leurs auteurs après la sortie de *Captain Marvel*, aucun des 55 articles sur le sujet ne questionne ces modalités du traitement des personnages féminins dans les films²⁸⁶.

283 Le personnage est introduit depuis *Iron man 2* en 2010, soit les débuts de la saga, et est présent dans tous les films réunissant plusieurs personnages. Elle es notamment le 6ème personnage apparaissant le plus à l'écran dans ce *Iron man 2*, la troisième dans *Avengers*, la deuxième dans *Captain America 2*, la 4ème dans *Avengers 2* ainsi que dans *Captain America 3*, et la 6ème dans *Avengers : Endgame*. (source : imdb.com)

284 Plus exactement il s'agit de la transcription d'un entretien avec une actrice des films Marvel, qui n'aborde pas exclusivement le sujet de l'absence de femmes réalisatrices mais porte aussi beaucoup sur l'absence de personnages féminins centraux. Leigh Blickley, "Karen Gillan volunteers to direct an all-female Marvel movie", *HuffingtonPost.com*, 26 avril 2018.

285 Alyssa Rosenberg, *ibid*.

286 Pourtant traité par d'autres médias non-spécialisés : Rebecca Wright, "Simply putting women on screen won't be enough to sustain Marvel post-Avengers", *theconversation.com*, 23 mai 2018

Dans la même dynamique, nous ne remarquons que très peu de réflexions sur les personnages féminins existant avant Captain Marvel, seulement 3 articles se penchant sur ces héroïnes secondaires, et aucun ne parlant du traitement général de la femme dans la saga. Ainsi, certains personnages récurrents sont oubliées dans le débat comme Pepper Potts, pourtant présente depuis le premier opus en 2008 et qui connaît une évolution intéressante en tant que personnage féminin "fort" mais restant marqué par des tropes sexistes²⁸⁷. La permanence de ces stéréotypes et leur récurrence chez la plupart des personnages féminins de la saga Marvel Studios auraient été des éléments intéressants à relever pour des médias voulant s'intéresser à l'image des femmes.

La situation est similaire concernant le personnage de Black Widow, pour lequel nos deux quotidiens demandent avec beaucoup d'insistance un film qui lui soit dédié, sans se pencher pour autant sur le personnage et la manière dont il gère les situations de misogynie auxquelles il est confronté. Un unique article, publié en 2014, tente d'explorer cette piste de réflexion²⁸⁸, après ce dernier, le sujet n'est plus du tout abordé bien que la polémique d'un film autour de l'espionne soit relancée régulièrement et avec insistance jusqu'à la fin de la période étudiée. Le traitement de l'héroïne du Marvel Cinematic Universe comporte pourtant de nombreux éléments qui constitueraient un réel apport dans une perspective féministe :

Dans *Iron man 2*, malgré ses nombreuses capacités mentales et physiques, l'atout dominant de Natasha (sous le pseudonyme Natalie) semble être sa sexualité, soulignée par sa garde-robe, en dépit du fait qu'elle soit extrêmement intelligente et polyvalente. Bien qu'elle soit sans aucun doute possible une femme, elle n'a pas d'identité. Tous les hommes du film sont étonnés qu'une femme puisse être si versatile et compétente, et puisse avoir tant de facettes en une seule identité féminine. Ce phénomène est accentué par le fait que plusieurs hommes, dont Tony, lui demandent fréquemment "Qui-es tu ?". Il est clair qu'une femme avec son visage et ses capacités ne rentre dans aucune catégorie. Le répertoire impressionnant d'aptitudes du personnage l'aident à se mêler dans ce monde dominé par les hommes.²⁸⁹

287 Au départ assistante personnelle puis compagne de Tony Stark (Iron Man), elle se retrouve rapidement à la tête de son entreprise multi-milliardaire, poste qu'elle remplit très bien, et sauve et conseille de multiples fois le héros. Pourtant, le personnage s'avère émotionnellement incapable de gérer les situations complexes dans lesquelles le héros la met, et reste principalement définie par sa relation amoureuse avec ce dernier. Malgré ses nombreuses compétences et capacités (qui vont jusqu'à développer des pouvoirs surnaturels) elle est constamment rattachée à la fragilité et dépendance émotionnelle associées au genre féminin.

288 Alyssa Rosenberg, "How Gamora, Black Widow and other Marvel women handle sexism", *WashingtonPost.com*, 04 août 2014

289 Brix Cassandra & Connor Jennifer, "Iron man 2", *Journal of Feminist Family Therapy* vol.23 [en ligne] 24 février 2011

Nous pouvons également citer d'autres personnages féminins secondaires comme Jane Foster qui auraient aussi eu un certain intérêt à être étudiées ou au moins évoquées dans le débat, par exemple lorsque Kevin Feige prend la parole à son sujet en assurant avoir voulu la mettre à jour pour en faire « une femme forte ». Tout comme pour les questions portant sur la communauté LGBT+, ces potentiels sujets sont tout à fait traitables par des journaux grand public. Ainsi, nous retrouvons des articles évoquant ces questions dans d'autres quotidiens du même type, qu'ils soient issus des anciennes²⁹⁰ ou des nouvelles²⁹¹ générations de l'information. Il est à préciser ici que tous ces autres médias que nous avons beaucoup cités à titre d'exemples connaissent également leurs lacunes, faisant l'impasse sur d'autres sujets sur lesquels nos deux quotidiens étudiés se penchent. Il ne s'agit pas ici de faire un comparatif de la consistance l'engagement des médias, mais bien de montrer que beaucoup de sujets pertinents pour le débat auraient tout à fait pu, et sans doute dû, être traités dans un quotidien comme le Washington Post ou le Huffington Post voulant parler de féminisme dans l'œuvre des Marvel Studios.

c) Le traitement inégal du racisme

Afin d'achever cette partie de notre réflexion et dans la continuité de la démarche appliquée jusque-là, nous allons désormais nous pencher sur les discordances dans notre corpus dans la manière de traiter de questions de racisme au cinéma. Tout comme pour les articles parlant de féminisme, nous remarquons ici une forte disparité dans les controverses concernant la race : 61 publications sur 69 portent sur la question afro-américaine, et les 8 restantes évoquent les asio-américains. Cela représente 88% de la production d'information concentrée sur la thématique de la représentation des personnes noires dans la saga Marvel

290 Ici un article du New York Times parlant du manque de réalisatrices femmes à Hollywood en général et dans le Marvel Cinematic Universe en particulier : Michael Cieply, "Wonder Woman gets a new female director", *NYTimes.com*, 16 avril 2015

291 Sur le sujet mentionné juste précédemment, une contribution issue du blog syfy Wire créé en 2010 : Adam Troy-Castro, "Kevin Feige explains how Thor updates Marvel's 'reactionary' women", *syfy.com*, 14 décembre 2012

Studios. Comme dans le cas de l'étude de la place des femmes, cette diffusion massive sur ce sujet est en fait due à de nombreuses répétitions et insistances dans les textes, ce que nous avons vu plus en détail lors de notre premier chapitre.

Les revendications quand à l'absence de personnage d'origine asiatique dans le cinéma hollywoodien sont pourtant tout aussi légitimes et anciennes que celles sur les personnages afro-américains, comme nous le soulignons précédemment. Dans le cas du Marvel Cinematic Universe, les asio-américains sont tout autant absents des rôles principaux que les afro-américains jusqu'à la sortie de *Black Panther* début 2018. Après cette sortie les personnages asiatiques, désormais davantage invisibilisés que les afro-américains, ne deviennent toujours pas une thématique centrale du débat. Cette hiérarchisation distincte des polémiques dans nos deux médias pose donc des questions, puisque chacun d'eux s'affiche comme anti-raciste et défenseur de la diversité raciale dans la sphère culturelle.

Nous pouvons ajouter à la liste des thématiques négligées celles qui concernent des catégories de population victimes du racisme, autres que celles que nous avons vues jusque-là. C'est le cas du débat autour des personnages Pietro et Wanda Maximoff, roumains et juifs dans les comics et joués par des acteurs caucasiens dans les films, une question qui n'a bénéficié que de très peu de visibilité mais que certains médias ont tout de même relayé²⁹². De la même manière, aucun article ne parle de la condition des latino-américains, alors qu'un débat sur le sujet est lancé par le biais de Twitter par l'actrice Gina Rodriguez en 2018, mais dont tout ce qui est retenu est ses propos racistes. Un article "Perspective" du Washington Post sous-tend cette question, mais sans jamais l'exprimer clairement et en restant sur le plan de l'opinion personnel sans essayer de l'élargir, l'auteur racontant son histoire d'afro-latino et pourquoi il a apprécié *Black Panther*²⁹³. Si il est davantage question de son ressenti en tant que membre de la communauté afro-américaine, les liens d'identification entre d'autres communautés racisées et le héros Black Panther semblaient également une piste intéressante à traiter, mais elle n'est explorée que par le biais d'un autre article du Huffington Post²⁹⁴.

292 Chelsea Jackson, "Why the MCU needs to deal with its whitewashing problem", *themarysue.com*, 25 septembre 2018

293 David Betancourt, "I'm a 37-years-old afro-latino comic nerd. I've waited a lifetime for Black Panther", *WashingtonPost.com*, 13 février 2018.

294 Colin Lieu, " Why I connect to Black Panther as an asian man", *HuffingtonPost.com*, 26 février 2018. Comme dans le cas précédent cet article se cantonne au récit personnel et n'essaie pas de traiter de problématiques plus larges.

En ce qui concerne ce sujet précis de la représentation des afro-américains, nous remarquons également de fortes irrégularités au niveau de la répartition des articles ; sur les 61 articles sus-mentionnés seuls 7, soit 11%, portent sur d'autres sujets ou personnages que ceux introduits par le film *Black Panther*. Comme pour la question des personnages féminins, ce manque d'intérêt pour les personnes produisant les films ainsi que les personnages secondaires est particulièrement intéressant, puisqu'ils représenteraient des éléments pertinents dans une lecture voulant critiquer le racisme des Marvel Studios. Ainsi, nous n'avons dans notre corpus aucun article sur le héros afro-américain Falcon, qui pourtant, comme nous l'avons vu, avait fait grand débat lors de sa sortie en bande-dessinée, étant l'acolyte de l'emblématique Captain America. A la fin de la saga le personnage reprend même le flambeau du super-patriote en héritant de son célèbre bouclier aux couleurs du drapeau états-unien, un geste symbolique qui n'est mentionné dans aucun de nos médias.

Le personnage de War Machine également ne paraît pas intéresser, si il est effectivement assez secondaire dans l'intrigue et ne connaît pas une grande évolution (fait qu'il aurait précisément été intéressant à relever), il existe une controverse majeure concernant son casting. Initialement joué par l'acteur Terence Howard dans *Iron man*, le héros et meilleur ami du protagoniste Iron man est incarné par Don Cheadle dès le second opus en 2012, et ce jusqu'à la fin de la saga. Les raisons de ce changement soudain de casting sont économiques, Terence Howard étant un acteur renommé et donc coûteux en 2008, un prix que les studios n'ont pas souhaité mettre à nouveau lors de la seconde production. Cependant, l'un des actionnaires principaux de l'entreprise, Ike Perlmutter, aurait procédé à cette rupture de contrat en l'accompagnant de commentaires racistes, explicitant qu'il ne voyait pas pourquoi payer si cher un acteur noir, puisqu'ils se ressemblent tous²⁹⁵.

Ike Perlmutter est l'une des grandes figures des Marvel Studios dans leurs débuts, ayant participé au lancement de l'entreprise (en lui évitant la faillite) il bénéficie une grande influence sur sa production. Or, il est également une personnalité néo-conservatrice, ayant par exemple contribué financièrement à hauteur d'un million de dollars à la campagne présidentielle de Donald Trump²⁹⁶. C'est à lui qu'est attribuée l'absence de produits dérivés autour des personnages féminins, de manière générale il lui est reproché de rendre la saga

²⁹⁵ Nikki Finke, "Disney and Marvel do damage control after media scrutiny of big boss Ike Perlmutter", *deadline.com*, 17 août 2012

moins "progressiste", du moins ce sont là les raisons données au public pour son éviction de l'entreprise en 2015²⁹⁷. Une encore, toutes ces affaires ne sont pas traitées du tout par la presse numérique que nous étudions, en dépit de l'intérêt qu'elles pourraient présenter dans une dénonciation du racisme et du sexisme des Marvel Studios.

Pour finir, nous pouvons nous pencher sur la question la plus largement traitée par l'ensemble de notre corpus ; l'importance du film *Black Panther*. Il concentre énormément d'attentes avant sa sortie, et comme nous l'avons vu l'écrasante majorité des articles publiés après sa sortie concerne son succès et ses impacts. Une question pourtant très peu abordée, comme pour *Captain Marvel*, est celle des limites de ses conséquences positives : le film ayant été conçu pour représenter une minorité, l'intègre-t-il réellement dans la saga ou fait-il simplement figure de "caution" ? Le héros et son traitement peuvent en effet évoquer la notion de *tokenism*, ou de politique superficielle de discrimination positive. Il s'agit d'un concept théorisé par le professeur Derrick Bell, premier afro-américain à obtenir un poste à Harvard en 1971, ce qu'il perçoit comme une preuve du racisme institutionnel qu'il dénonce au sein de l'université.

D'après lui, il ne s'agit que de donner un rôle figuratif, symbolique, à une personne noire pour pouvoir afficher publiquement le fait de mettre des personnes racisées à des positions de pouvoir et donc réfuter toute accusation de racisme avant qu'elle ne soit formulée. En ce qui concerne le réel avancement que cela apporte à la lutte antiraciste états-unienne, il est catégorique ; "les intérêts des noirs à obtenir une égalité raciale seront rencontrés seulement lorsqu'ils convergeront avec ceux des blancs"²⁹⁸. Ce concept semble tout à fait applicable à la question de Black Panther et à la place de personnages racisés dans la saga Marvel, mais semble également pertinent sur la question des personnages féminins (syndrome de la Schtroumpfette²⁹⁹) ou queer (*pink-washing*). Cependant, malgré l'intérêt de

296 Victoria McNally, "Marvel CEO gave money to Donald Trump because of course he did", *denofgeek.com*, 30 janvier 2016

297 Kim Masters & Matthew Belloni, "Marvel shake-up : film chief Kevin Feige breaks free of CEO Ike Perlmutter", *hollywoodreporter.com*, 31 août 2015

298 Bell Derrick, *Faces at the bottom of the well : the permanence of racism*, New York, Basic Books, 1992, p. 130

299 Le "*Smurfette principle*", théorisé par Katha Pollitt en 1991 désigne l'ajout d'un personnage féminin unique dans un groupe et un univers masculin, où elle n'existe qu'en tant qu'exception et est définie seulement en tant que référence aux hommes : "ils" sont la norme et "elle" la variation, qui n'a lieu d'être que par ses relations avec eux. Un trope applicable à de nombreux personnages féminins des Marvel Studios.

cette théorie pour qui voudrait étudier le progressisme ou non des Marvel Studios, elle n'est évoquée que deux fois, implicitement, dans le *Washington Post*³⁰⁰.

Justement, le fait que quelques articles existent sur ces sujets prouve qu'il est tout à fait possible d'en parler tout en restant accessible au grand public et sans tomber dans la réflexion universitaire. Mais le fait que ces sujets, pourtant pertinents pour la réflexion sur le racisme, le sexisme ou la queer-phobie soient si peu nombreux dans notre corpus montre bien que le choix a été fait de ne pas approfondir ou élargir les réflexions autour des oppressions systémiques. Cela suggère qu'un autre phénomène soit en jeu, pour ces médias, que la défense des causes susmentionnées. Les hiérarchisations et incohérences dans les choix de polémiques relayées, ainsi que les discours adoptés à leur sujet appellent en effet à s'interroger sur les véritables intentions des médias, et sur la fiabilité de l'image qu'ils nous renvoient du débat.

300 Alyssa Rosenberg, "What would really make Black Panther and Captain Marvel revolutionary", *WashingtonPost.com*, 28 octobre 2014. Un article que nous avons plusieurs fois cité comme exprimant une forme rarement présente dans le débat de critique des impacts d'un seul long-métrage sur les imaginaires collectifs. Cependant, il est important de noter ici qu'il est antérieur aux films dont il dénonce les manquements, et que le discours critique qu'il porte est extrêmement rare après la sortie des dits films, alors même que c'est le moment où il gagnerait le plus à être entendu.

Steven Zeitchik, "Black Panther just broke box-office records. But some worry it'll be the exception, not the rule", *WashingtonPost.com*, 18 février 2018

II. Discours et actions, un écart grandissant

a) *La hausse du ton du conflit ?*

La discussion publique portée par les médias, nous l'avons étudié, est marquée par des logiques sensationnalistes et caractérisée par une relativement faible quantité d'informations. Ces éléments pourraient être à l'origine de la théorie, actuellement très répandue car très relayée par les politiques, que la division entre orthodoxes et progressistes aux États-Unis se soit considérablement intensifiée dans les années 2010. Afin de la vérifier ou de l'écarter, plus que de seulement définir les caractéristiques générales de ces médias qui constituent le débat, il nous faut nous pencher sur tous les éléments qui pourraient affirmer ou infirmer cette hypothèse. C'est à dire étudier toutes les spécificités de ce que seraient ces supposées "guerres culturelles" des années 2010.

Le premier élément allant dans le sens de cette interprétation est l'apparition de nombreuses controverses d'un type nouveau. Bien que nous ayons vu que les polémiques qui émergent autour du Marvel Cinematic Universe soient directement issues des réflexions et des combats des décennies antérieures, elles présentent tout de même des particularités notables. Ainsi, il n'aurait pas été envisageable dans le contexte d'une saga cinématographique des années 1960 de voir autant médiatisées des reproches d'absence de représentation de personnages racisés, queer ou féminins. Les différentes causes semblent avoir gagné en crédibilité dans les médias, ce qui ouvre la voie à de nouvelles interrogations et permet l'expression de nouveaux acteurs, là ou auparavant : "l'auto-censure était le maître-mot dans les années 1960, les thèmes de sexe et de race étaient tabous"³⁰¹.

Ainsi, concernant les revendications prenant la défense des LGBT+ nous avons vu que dans les années 1960 à 1990 la plupart sont centrées autour de l'homosexualité à laquelle la réflexion sur le sujet semble se limiter. La communauté queer représente alors encore dans

301 Ricard Serge, *The mass media in America since 1945*, Armand Colin, Paris, 1998, p. 58

l'imaginaire collectif un ensemble de personnes en marge, *underground* (ce que le film *The Crusing* montre bien). Les différentes orientations sexuelles et identités de genres ne sont pas différenciées entre elles et sont souvent amalgamées sous le sigle "LGBT", déjà excluant en lui-même. Dans les années 2010 les questionnements s'élargissent et se précisent, des problématiques de transidentités étant abordées explicitement dans le débat par les médias étudiés³⁰². Si les problématiques concernant les personnes transgenres et non-binaires existent depuis bien plus longtemps que les controverses des années 2010, le fait qu'elles bénéficient d'une aussi grande visibilité dans le discours public constitue bien une nouveauté.

Ce cas de l'identité de genre est identique à celui d'autres minorités très peu visibles, comme les femmes racisées, qui se situent à l'intersection du racisme et du sexisme et subissent chacune de ces oppressions de manière spécifique. Elles ont très rarement obtenu une place dans le débat, malgré les mouvements antiracistes et féministes des années 1960, bien qu'elles soient tout aussi légitimes (si ce n'est plus) à se faire entendre, et que leur point de vue constitue un réel apport à ces réflexions. Des discours intersectionnels se penchant sur leur situation font pourtant leur apparition, bien que timidement, dans la presse numérique généraliste comme autour des débats sur les Marvel Studios³⁰³. Cette prise d'importance de nouvelles voix dans le débat est interprétée par plusieurs observateurs et acteurs, mais également par les médias (progressistes et orthodoxes), comme le signe d'une intensification du conflit idéologique qui diviserait les États-Unis³⁰⁴.

302 Bill Bradley, "Spider-man star advocates for a trans superhero in the Marvel Universe", *HuffingtonPost.com*, 15 novembre 2017

Curtis M. Wong, "Marvel's first openly transgender actor wants to see more of his experience onscreen", *HuffingtonPost.com*, 05 juillet 2019

303 Michael Cavna, "Marvel's last four films have featured female leads of color. Here's how the shift occurred", *WashingtonPost.com*, 14 février 2018

Elyse Wanshel, "Captain Marvel may have introduced an important black female superhero", *HuffingtonPost.com*, 11 mars 2019

304 En ce qui concerne les progressistes quelques exemples d'universitaires puisque nous avons déjà vu ces questions portées par les médias et les personnes concernées : Hooks Bell, *Ain't I a woman : black women and feminism*, Routledge, Londres, 27 octobre 2014

Conaghan Joanne, "Sex, gender and the trans debate", *legalresearch.blog.bris.ac.uk*, University of Bristol Law School Blog [en ligne], 18 décembre 2018

Certains opposants à ces nouvelles voix s'affirment féministes tout en excluant de leurs luttes les personnes trans ou racisées, ils sont nommés "Trans Exclusionary Radical Feminists" ou "White Feminists", et se placent du côté orthodoxe. Ils ne sont cependant pas les seuls détracteurs de l'intersectionnalité à l'interpréter comme une accélération des débats, c'est également le cas de beaucoup de grands médias : Emily Shire, "Does feminism have room for zionists", *NYTimes.com*, 7 mars 2017

Ces nouvelles problématiques se superposent à celles directement héritées des guerres culturelles des années 1960 comme le *whitewashing*, les stéréotypes sur les LGBT+ et le manque de personnages féminins forts. Cela crée une multiplication des polémiques, qui se spécifient et s'étendent sur des domaines de plus en plus larges comme nous l'avons vu dans notre premier chapitre. Toutes les instances culturelles paraissent ainsi concernées par de plus en plus de problématiques politiques, beaucoup d'institutions auparavant "neutres" doivent dans les années 2010 se placer par rapport au débat et se retrouvent ainsi au cœur de controverses multiples. Cette massification et diversification est perçue positivement par les partisans féministes, antiracistes et pro-LGBT+ mais de manière très négative par l'opinion néo-conservateur qui qualifie péjorativement de *cancel culture* ce phénomène jugé inquiétant de « sur-politisation de la société ».

Dans notre corpus, cette théorie de l'intensification des débats pourrait être visible par la forte augmentation graduelle des polémiques au cours de la période étudiée. Ainsi, bien que la saga commence en 2008, elle n'est sujette à aucune controverse, du moins aucune qui soit relayée par nos médias, avant 2011. La fréquence des articles va ensuite croissant, très faible au début avec seulement un article en 2011, 2012 et 2013, puis 5 en 2014. Elle va en s'accroissant à partir de 2015 où l'on dénombre donc 11 articles, puis 14 l'année suivante, et 16 en 2017. La production atteint son pic en 2018 (que nous avons effectivement défini comme un moment important de politisation de la société précédemment) avec 57 textes durant cette seule année, qui est celle de la sortie du très médiatisé *Black Panther* qui, nous l'avons vu, a eu un impact critique et public particulièrement fort aux États-Unis. Enfin, 34 articles des deux quotidiens confondus sont publiés jusqu'à Octobre 2019, fin de notre période d'étude, la plupart liés à la sortie de *Captain Marvel*.

Cette accélération et multiplication des débats sont autant d'éléments qui pourraient montrer un accroissement de l'implication de la société dans des questions d'actualité comme les droits LGBT+, le féminisme ou l'antiracisme. Cependant une autre interprétation à ces

Craig Rimmer, "The conservative case for trans rights", *Tory Reform Group*, 21 septembre 2020

phénomènes est possible si l'on prend en compte une autre particularité du conflit idéologique des années 2010 que nous avons abordé plus tôt : la démocratisation des moyens d'accès au débat. La majorité des spectateurs possède en effet une voix dans le débat au moyen des réseaux sociaux numériques, et donc la liberté d'exprimer son point de vue sans passer par le biais des institutions qui centralisaient les guerres culturelles depuis les années 1960. Ces organisations, au départ religieuses puis politiques, disparaissent presque totalement de la scène une fois leur mainmise médiatique passée, au moment de l'arrivée d'internet 2.0.

En prenant en compte cette dernière caractéristique des débats qui étudions, nous pouvons émettre une autre hypothèse que celle de la réaffirmation des guerres culturelles dans les années 2010. Cette impression de polarisation pourrait en effet être une construction des médias, issue d'une volonté de vendre de l'information. Cela, Hunter le remarque déjà en 1991 : "Un facteur est le besoin humain d'être excité, le débat public sensationnel, et sensationnalisé, a plus de chances de capter l'attention du public que les arguments méthodiques et réfléchis"³⁰⁵. Mais c'est Fiorina Morris qui le confirme et en fait une thèse voulant mettre fin au mythe des « guerres culturelles » qu'elle présente comme une invention commerciale ; "Le conflit, bien sûr, a une valeur d'information élevée. Le désaccord, la division, la polarisation, les batailles et la guerre font vendre"³⁰⁶. La démocratisation de l'information et de l'accès aux nouvelles générations à des problématiques politiques auraient conduit les médias à s'exprimer de plus en plus fréquemment sur ces sujets afin de conquérir une nouvelle audience. Afin d'affirmer cette seconde théorie, il faudrait prouver que cette "guerre culturelle" des années 2010 ne soit qu'une construction médiatique, en démontrant qu'elle n'a que peu de répercussions concrètes visibles en dehors des cadres médiatiques.

305 Hunter James Davison, *Culture wars : the struggle to define America*, Basic Books, New York, 1991, p. 160

306 Morris Fiorina, *Culture War ? The myth of a polarized America*, Longman, Londres, 2004, p. 2-3

b) Un débat déconnecté des réalités sociales ?

Il est un point de notre objet d'étude que nous n'avons pas réellement questionné jusque-là ; sa virtualité, son appartenance quasi-exclusive à la sphère médiatique. Qu'en est-il des actions sociétales prenant part dans les débats si clivants et proliférants (comme nous venons de le voir) autour du Marvel Cinematic Universe ? En effet, nous avons défini que beaucoup des polémiques étudiées, non seulement se construisent par les réseaux sociaux numériques, mais en traitent très largement. Si cet espace de communication très fréquenté par les jeunes est indiscutablement un terrain d'expression privilégié des tensions politiques et idéologiques des années 2010, il n'est pas la seule manière dont une polarisation massive de l'ensemble de la société devrait se manifester. Pourtant, littéralement tous les articles de notre corpus ont pour sujet une controverse ou réflexion liée à internet 2.0 et tenant du discursif, ne s'intéressant que très peu aux actions prenant place dans la société matérielle.

Les événements médiatisés par nos quotidiens sont des publications de réseaux sociaux qui font débat, des vidéos, des mobilisations en ligne, des propos rapportés de personnalités ou des opinions de contributeurs sur des long-métrages. Cependant il existe bien quelques manifestations « réelles » (par opposition aux virtuelles) se déroulant en réaction à la saga des Marvel Studios et qui traitent directement de problématiques concernées par les débats. C'est le cas par exemple du mouvement " #WeWantWidow" : bien qu'apparu sur Twitter pour demander un film centré sur l'héroïne par le biais d'une pétition, la campagne s'est transformée en une brève mobilisation internationale. Les fans et tout particulièrement les femmes parmi eux se sont rassemblés pour se prendre en photo le 5 septembre 2017 déguisés en l'héroïne ; perruque rouge, combinaison de cuir noir et faux pistolets³⁰⁷.

Cette manifestation spontanée pourrait rappeler les multiples mouvements des années 1960 que nous avons évoqués, des marches féministes aux protestations antiracistes en passant par les premières marches des fiertés. Cependant, le mouvement #WeWantWidow n'est mentionné par aucun des médias que nous étudions, qui se limitent aux événements traitant de presse en ligne ou des réseaux sociaux numériques. Ce silence est surtout explicable par

³⁰⁷ Andrew Steinbeiser, "#WeWantWidow flash mob rallies back widows fans", *comicbook.com*, 06 septembre 2017

l'ampleur du mouvement en question : si ce dernier a fait parler de lui sur les plateformes numériques et quelques médias³⁰⁸, il est sans commune mesure avec les manifestations susmentionnées des années 1960. Il ne réunit que très peu de personnes, tout au plus des centaines dispersées dans diverses villes, principalement aux États-Unis, et dont l'objectif est principalement d'être médiatisé, non pas de renverser une institution ou de défiler en masse pour exiger une loi ou une abrogation.

Notre objectif ici n'est pas de comparer les formes de mobilisations et encore moins leurs revendications, mais bien de constater dans l'espace public concret, le débat des années 2010 est bien moins présent que celui des guerres culturelles des décennies précédentes. La singularité du phénomène que nous étudions réside dans sa virtualité et son inhérence, pour ne pas dire limitation, aux sphères médiatiques numériques, un champ d'action très spécifique duquel il ne sort pas. Les différentes actions se structurent par ces biais, à cette seule « exception », qui n'en est pas vraiment une, du mouvement que nous venons de voir. Ainsi, nous remarquons l'inexistence de rassemblements massifs ou de boycotts, remplacés par des campagnes de mauvaises notations sur les sites d'évaluation cinématographiques, des critiques dans les médias numériques et des séries de tweets et de hashtags.

L'affaire avec le plus de répercussions politiques de l'ensemble de notre corpus est sans conteste celle survenant en mars 2016, concernant la proposition de loi de l'état de Géorgie qui aurait notamment permis aux officiants religieux de refuser le mariage aux couples homosexuels. Cependant, l'abandon de ce projet n'est pas dû à la mobilisation de personnes dans les rues mais à celle de grandes entreprises, dont notamment Marvel Studios, qui ont agi avec pour seul prétexte leur volonté de défendre les droits LGBT+. Ce sont donc des acteurs privés seuls qui sont ici à l'origine d'une sommation de boycott, et des acteurs suffisamment puissants pour que cette seule menace de sanction économique participe grandement (bien qu'il soit impossible de savoir précisément dans quelle mesure) à dissuader le gouvernement de poursuivre ce projet.

308 Principalement de "nouvelle génération" étant donné que cette polémique survient dans les débuts des controverses autour du MCU, sujet dont les nouveaux médias s'emparent en premier :

Andrew Steinbeiser, "#WeWantWidow flash mob rallies Black Widow fans", *comicbook.com*, 06 septembre 2017

Connor Hudson, "What's the deal with #WeWantWidow ?", *culturedvulture.com*, 19 juin 2015

Ainsi, malgré la multiplicité et l'intensité des discours dans le débat autour des films Marvel Studios, nous n'observons que très peu de répercussions concrètes dans la société états-unienne des années 2010. Cela met en doute la théorie précédemment évoquée d'une politisation massive et irrémédiable de la société que seraient le renouvellement des guerres culturelles. Ainsi, nous ne relevons pas non plus d'exemples de réactions fortes du public face à la sortie ou la production d'un film comme nous en observions dans les années 1980 autour de *The Cruising* avec des foules venant perturber le tournage (au point que l'intégralité des scènes a dû être re-doublée par les acteurs tant les manifestants empêchaient les prises de son dans les rues). Rien de comparable non plus aux hommes en colère criant "kill that bitch" ("tue cette garce") que l'essayiste féministe Susan Faludi entend dans les salles de cinéma lors de la diffusion de *Fatal Attraction*³⁰⁹. Malgré les débats dans les médias sur *Black Panther*, sujet le plus traité du corpus, nous sommes loin de toute comparaison avec *Doing the right thing*, dont les critiques incendiaires exprimaient une peur de révolte raciale, et qui ont connu des réponses tout aussi virulentes du réalisateur.

James Davison Hunter utilise le concept de "réalité sui generis", que nous lui avons emprunté pour nommer ce sous-chapitre, afin de désigner les guerres culturelles, dont il dit que les divergences sont exagérées par les médias par lesquels passent l'essentiel du débat : "Les désaccords fondamentaux qui caractérisent la guerre culturelle, sont aggravés par la qualité des technologies du discours public, les moyens par lesquels les litiges ont une voix publique. Cependant, au final, les visions morales opposées sont devenues, comme on le dirait dans le jargon des sciences sociales, une réalité *sui generis* : une réalité plus large que (et donc autonome de) la somme totale des individus et organisations qui expriment le conflit".³¹⁰

L'acception que nous adoptons ici de ce terme de "réalité sui generis" diffère un peu de celle de Hunter : dans les années 2010 il ne s'agit pas (ou plus) d'une réalité rendue sensationnelle et amplifiée par les médias, mais bien d'une réalité totalement virtuelle à laquelle les médias se renvoient constamment, et qui constitue l'essence du débat, qui n'a que très peu de prise sur la conduite concrète de la société. Plus qu'autonome ou supérieur à la

309 Faludi Susan, *Backlash : the undeclared war against american women*, Crown Publishing Book, New York, 1991, p. 112

310 Hunter James Davison, *Culture Wars : the struggle to define America*, Basic Books, New York, 1991, p. 291

somme des acteurs engagés, dans les années 2010 le conflit semble désormais être totalement indépendant et déconnecté des préoccupations quotidiennes des états-uniens. Nous le voyions déjà dans les incohérences dans les causes défendues par des médias se définissant comme antiracistes, féministes et pro-LGBT+, qui ne sont plus en phase avec les discours politiques des personnes militantes pour ces causes.

Ce phénomène est indubitablement lié à la dés-institutionnalisation du conflit idéologique, nous l'avons vu, les modalités du débat n'appartiennent plus aux associations politiques et religieuses qui jouaient un rôle si majeur dans l'étude de Hunter. Toutefois, nous le constatons sans équivoque désormais, la démocratisation des moyens d'accès au débat ne s'est pas assortie d'une récupération du public de ses enjeux. Cette prétendue "division idéologique" se manifeste rarement de manière active, malgré l'accroissement de la participation des jeunes notamment par le biais des réseaux sociaux numériques. La question centrale qu'il nous donc reste à traiter est de savoir quel acteur possède les clefs du discours public, ce que nous pouvons reformuler ainsi ; qui tire réellement le plus parti de cette idée, construite car ne renvoyant à aucune réalité, de « guerre culturelle » ?

B°) Entre risques et profits ?

I. Le renouvellement des institutions médiatiques

a) Le devoir du positionnement du divertissement

D'après les auteurs de l'essai *New Media : a critical introduction*³¹¹, ainsi que dans la définition communément acceptée du terme³¹², un média moderne est un moyen de distribution, de diffusion ou de communication de documents ou messages écrits, visuels, sonores ou audiovisuels. Cela englobe donc le cinéma au même titre que les articles de presse numérique, faisant de Marvel Studios, étant donné la taille de son public, un média de premier plan aux États-Unis et dans le monde. Ainsi, l'étude de son comportement face aux polémiques soulevées s'inscrit pleinement dans notre objet d'étude, et s'avère même particulièrement intéressant pour mieux saisir ensuite le positionnement des médias que nous étudions de près comme le Huffington Post et le Washington Post.

Dans les années 2010, l'entreprise Marvel Studios est confrontée à un défi d'un nouveau genre (bien qu'issu de problématiques historiques) : la multiplication et l'intensification de controverses autour de sa production cinématographique. Si les accusations sont multiples, notamment séparables en trois grands sujets traitant d'oppressions systémiques, celle qui ressort le plus fréquemment est la question de la représentation, à savoir les manquements du studio hollywoodien à mettre en scène des personnages racisés, féminins ou queers. Ces polémiques sont très relayées par la jeune génération au moyen de réseaux sociaux et de médias, or, cette catégorie de population constitue précisément le public cible de la franchise, d'où la nécessité pour Marvel Studios de se placer par rapport à certaines controverses très populaires.

311 Lister Martin, Dovey John, Giddings Seth, Graint Ian, Kelly Kieran, *New media : a critical introduction*, Routledge, Londres, décembre 2008

312 Éditions Larousse, "Définition : média, médias", *larousse.fr*, consulté le 21 mars 2021

La critique la plus fréquemment faite concerne l'absence de protagoniste féminin dans la saga, une question qui revient tout au long de la période étudiée et qui est notamment posée au directeur des studios, Kevin Feige. L'étude détaillée de ce cas emblématique que constitue l'historique des réponses de Feige aux critiques féministes, avant sa réappropriation par les médias numériques, peut nous permettre définir comment l'entreprise cherche à se positionner idéologiquement face à aux injonctions d'une partie du public à prendre ses responsabilités dans des questions de société. En 2009, soit un an après la sortie du premier long-métrage des studios et en réponse aux rumeurs de l'apparition de l'héroïne Black Widow dans le second opus, la question d'un film centré sur elle est posée, et répondue ainsi : "L'actrice serait volontaire ... si nous sommes assez chanceux pour avoir une audience qui voudrait le voir."³¹³ Une réponse incertaine donc, ce qui est compréhensible pour la communauté étant donné que le studio n'a alors qu'un film à son actif, qui bien qu'il soit un succès, n'engage en rien la réussite de toute la saga.

En 2010 le président de l'entreprise participe à une conversation directe, par le biais des réseaux sociaux une fois encore, avec des fans de la franchise dans le but de préparer le lancement du film *Thor*. Au cours de cet événement promotionnel la question est de nouveau posée à Feige, il y répond : "Nous avons déjà initié les discussions avec Scarlett Johansson à propos de l'idée d'un film solo et avons commencé à assembler des concepts, mais *The Avengers* vient d'abord"³¹⁴. L'idée d'autres super-héroïnes Marvel à apparaître dans la saga est également proposée par le public, et accueillie avec un certain enthousiasme de Feige mais toujours sans réponse concrète, ni date précise, ni nom, ni actrice : "J'aime les super-héroïnes aussi et j'adorerais en amener plus sur le grand écran dans les années futures"³¹⁵.

L'année suivante, alors que la saga commence à prendre forme avec 5 long-métrages bien accueillis et la préparation de son premier grand crossover avec *Avengers*, les critiques se font plus pressantes, et la stratégie de réponse change. Bien qu'on observe toujours de vagues annonces sans réels fondements comme celle-ci : "Il n'y a pas de plan définitif, mais nous avons commencé à parler et à parler avec Scarlett à propos de ce à quoi pourrait ressembler un

313 Jami Philbrick, "Kevin Feige on Marvel Studio Slate", *cbr.com*, 21 août 2009

314 Mark Seifert, "Marvel Studios president Kevin Feige on Thor, Cap, Ant Man, Iron Fist, and Stan Lee's dialog", *bleedingcool.com*, 11 décembre 2010

315 Mark Seifert, *ibid.*

film sur Widow"³¹⁶. Il s'agit désormais également de montrer que les femmes déjà présentes dans la saga sont traitées de manière féministe (ce qui, comme nous l'avons vu précédemment, est à mettre en question) :

Jane Foster dans les *comics* était une infirmière et avait certainement de bonnes intrigues en elle-même, mais elle n'était jamais moteur de l'histoire en aucune façon. Elle était très réactionnaire. Cela dit, nous avons voulu la mettre à jour. Nous en avons fait une scientifique.³¹⁷

En 2012, après le grand succès de *Avengers*, le débat autour de la question est d'autant plus présent que la direction du film a été confiée à Joss Whedon, réalisateur bénéficiant d'une réputation de féministe³¹⁸. Les réponses de Feige aux demandes devenues courantes sont d'annoncer toute son affection au personnage de Black Widow, d'affirmer sa confiance en le personnage et de rappeler son envie de faire un projet lui rendant justice, mais toujours sans date précise. Il annonce également, face à la popularisation de films ayant pour protagoniste une femme (comme *Hunger Games* la même année), qu'ils sont la preuve qu'il est possible de mettre en valeur une femme dans un long-métrage avec succès, contrairement à ce que l'échec de *Elektra* en 2005 semblait annoncer à propos des films de super-héroïnes.³¹⁹

L'année suivante, Marvel Studios est confronté à l'hypothèse, problématique, que son principal concurrent dans le genre super-héroïque, DC Comics, produise en premier un long-métrage centré sur une femme, alors que leur univers cinématographique ne débute que cette année. Feige se défend des reproches en détournant encore une fois le sujet sur les personnages féminins secondaires "forts" de l'univers Marvel, affirmant déjà avoir des héroïnes comme Jane Foster, Pepper Potts ou Black Widow et annonçant encore plus de prise d'importance de ces dernières dans les films suivants³²⁰. Par ailleurs, ce retard sur DC Comics

316 Noah Berlatsky, "Don't worry, not all comics are this sexist", *theatlantic.com*, 28 septembre 2011

317 Adam Troy-Castro, "Kevin Feige explains how *Thor* updates Marvel's reactionary women", *syfy.com*, 14 novembre 2011

318 Notamment depuis sa série *Buffy contre les vampires* : Candace Havens, *Joss Whedon : the genius behind Buffy*, BenBella Books, Dallas, 2003

319 Jen Yamato, "Kevin Feige on *Avengers*, Marvel-Universe building and the legacy of *Elektra*", *movieline.com*, 30 avril 2012

320 Scott Beggs, "A brief yet too long history of Kevin Feige being asked about a female superhero movie", *filmschoolrejects.com*, 5 août 2014

se confirme en 2017 lors de la sortie *Wonder Woman*, réalisé par Patty Jenkins (première réalisatrice seule à charge d'un projet dans le genre super-héroïque), ce à quoi Feige répond par un apparent enthousiasme. De manière similaire que face au film *Hunger Games*, il prétend être heureux de ces héroïnes "fortes" et que leur succès prouve que c'est possible et l'encourage d'autant plus à en faire³²¹. Cette manière de répondre lui permet de se placer dans une perspective de quelqu'un de « progressiste », ayant à cœur la représentation des femmes, tout en lui évitant d'avoir à le faire lui-même.

A partir de 2014, la stratégie de défense des studios ne change plus, nous l'avons vu dans notre corpus qui commence à traiter abondamment la question de la représentation de la femme dès cette année. La réponse ultime qui est donnée aux critiques et attentes est le film *Captain Marvel* en 2019, dont les messages à vocation féministes n'échappent à personne, nous avons traité lors du premier chapitre les liens de causalité qui existent entre les polémiques et la production de long-métrages. Des constats que l'on retrouve dans les écrits des experts s'étant penchés sur le cas précis des Marvel Studios comme Alex Brundige :

Les effets concrets de ces mouvements de fans se sont vus par la suite des films proposés par Marvel Studios. En 2015, alors que la compagnie aligne les héros mâles, blancs et hétéros, une convention semble refléter les inquiétudes des fans à propos de l'inclusivité. Dans les films prévus pour la suite on observe un effort conscient et évident d'inclure des long-métrages centrés sur des personnages sous-représentés de Marvel, ainsi les studios annoncent *Black Panther*. Il est visible que Marvel Studios réagissent à la réception négative des fans et essaient d'adhérer aux attentes de leur communauté de fans. Bien que ce soit fait avec en tête les chiffres du box-office, cela reste un changement tangible de leurs pratiques en réponse à ce que les fans, et l'audience en général, demande de leurs productions.³²²

A ce stade de notre réflexion, nous admettons que, plus que de réels engagements féministes, antiracistes ou LGBT+, il s'agit avant tout d'une stratégie commerciale de la part des studios que d'inclure davantage de diversité dans leurs productions, en témoigne le fait que les personnages en question intègrent de nombreux stéréotypes. La défense la plus efficace face aux polémiques est d'aller dans leur sens, de se prétendre ouvert sur des questions de représentations et de tout faire pour ne pas s'aliéner une partie du public, voire la séduire. C'est ce que fait Marvel Studios, dans le cas du sexisme, mais également des autres

321 Angie Han, "Marvel's Kevin Feige says 'thank god' for Wonder Woman", *mashable.com*, 28 juin 2017

322 Brundige Alex, "The rise of Marvel and DC's transmedia superheroes: comic book adaptations, fanboy auteurs, and guiding fan reception", *Electronic thesis dissertation repertory of University of Western Ontario*, n°3104, 2015

problématiques soulevées ; il s'agit de se créer une image d'entreprise sensible à ces enjeux, mais pour des raisons commerciales, quand bien même un changement profond n'est jamais opéré (pas de personnage queer, *black tokenism*, syndrome de la Schtroumpfette ...). Le média se réapproprie des thématiques et des discours militants pour assurer sa pérennité économique, sans réelle adhésion aux idées qu'il prétend défendre et promeut (de fait, maladroitement) dans le débat public.

b) Se créer une image publique

Le positionnement politique de Marvel Studios est motivé par des raisons économiques plus que par une réelle volonté de changer les imaginaires, ce qui est visible par les nombreuses incohérences dans ses postures à propos du sexisme, du racisme ou de la queer-phobie, sur lesquels les engagements du studio sont critiquables. A la lumière de ces observations, nous pouvons nous demander si une stratégie similaire n'a pas été adoptée par les quotidiens numériques que nous étudions. Cela fournirait en effet une explication aux à l'inconsistance de leurs discours féministes, anti-racistes et pro-LGBT+, et à la hiérarchisation de ces thématiques par popularité que nous avons relevée plus tôt au cours de ce chapitre.

Il est difficilement contestable que les années 2010 amènent des nouveautés dans le terrain médiatique : avec l'avènement d'internet 2.0, de nombreux organismes de presse numérique se créent, adoptant un système né de la fusion entre les quotidiens et les blogs et se basant sur les très populaires réseaux sociaux numériques. Pour ces nouveaux médias, après avoir trouvé un public cible (le "qui") et des moyens de diffusion (le "comment"), il ne reste qu'à se créer une ligne éditoriale, un type de contenu (le "quoi") qui puisse permettre la popularité et le succès économique de l'entreprise, un objectif qui, nous l'avons vu, est atteint. En effet, comme dans tout contexte de forte concurrence médiatique, il s'agit pour un nouveau média de se faire rapidement une place, et pour cela, les arrivants sur le marché ont recours à des procédés sensationnalistes, réactualisant d'anciennes pratiques médiatiques.

Cependant, le fonctionnement même des réseaux sociaux numériques permet l'application d'autres stratégies, complémentaires à celles susmentionnées, afin d'augmenter

considérablement sa visibilité sans faire trop de frais. Nous l'avons mentionné plus tôt, les publicités sur les réseaux sociaux ont un coût considérable, hors de portée d'entreprises nouvellement créées. Cependant, il est également possible de diffuser son contenu par le biais des utilisateurs eux-mêmes, pourvu que ceux-ci interagissent avec ; par des partages mais également des *likes*, *retweet*, ou simples commentaires, peu importe qu'il soient en accord ou en opposition avec la publication³²³. Ainsi, plus un article va créer de débat et de réactions, et donc d'interactions, plus il va être relayé et visible, et ainsi participer à accroître le lectorat d'un média, qui va à son tour le diffuser massivement (consciemment ou non) à un public plus grand et ainsi de suite. Cette manière de promouvoir son contenu est à l'origine de la popularité et du succès économique impressionnants des médias comme le Huffington Post.

Il s'agit donc pour ces entreprises de traiter de sujets qui centralisent beaucoup de tensions chez son public cible, ce qui dans les années 2010 est le cas des questions d'oppressions, basées sur le genre, la race ou les orientations sexuelles. Et puisqu'il est question de toucher un public large et jeune, s'intéresser à des objets de culture populaire comme les films Marvel Studios semble également un choix logique. La technique marketing de la curation³²⁴ sert précisément de savoir en temps réel quels sont les sujets d'actualité les plus porteurs pour être visible, au moyen d'un algorithme recensant et classant les thématiques de discussion les plus populaires sur les réseaux sociaux. Le but est d'attiser le débat, mais également de montrer qu'il est omniprésent et inévitable, de le créer, et pour cela peu importe d'y apporter une contribution constructive ou non. C'est ce qui explique la très faible teneur en informations de nos articles que nous avons remarquée plus tôt ; paradoxalement, ils n'ont pas vocation à informer, à enrichir le débat ou à communiquer sur une question de société, mais bien à accroître le lectorat d'un média pour inciter les publicitaires à investir.

L'idée d'un conflit permanent et d'une société irrémédiablement divisée est donc très lucrative, même si elle ne correspond pas à la réalité des problématiques sociales, ce que Fiorina Morris observe déjà en 2012 : " Dans les années qui ont suivi la déclaration de Patrick Buchanan, la guerre culturelle est devenue un thème courant dans les discussions politiques

323 Sophie Eustache et Jessica Trochet, "De l'information au piège à clics", *monde-diplomatique.fr*, août 2017

324 Pierre Julien, "Le curateur, cet animal social dans la jungle informationnelle", *I2D Informations Données & Documents* [en ligne], vol. 49, 2012

américaines. [...] Sans surprise, personne n'a embrassé ce concept avec plus d'enthousiasme que la communauté journalistique, toujours à la recherche de sujets ayant une valeur d'information"³²⁵. Ce phénomène n'est donc pas inhérent aux années 2010, néanmoins il y atteint une intensité et une systématité nouvelles, permises par l'utilisation des nouveaux espaces publics numériques et d'outils informatiques comme les algorithmes.

Autre élément au centre de ces nouvelles stratégies commerciales de l'information, que nous observons déjà chez Marvel Studios : donner l'illusion d'un engagement politique pour s'attirer les faveurs d'une communauté. Nous avons vu à quel point les sujets du féminisme, de la critique du racisme ou des droits LGBT+ prennent une importance grandissante dans le discours public (depuis les années 1970 déjà, mais tout particulièrement) dans les années 2010. Les jeunes y sont particulièrement sensibles, et puisqu'ils constituent le public-cible des nouveaux médias qui cherchent à s'imposer face à la concurrence, il est très intéressant pour ces entreprises de capitaliser dessus en se réappropriant les discours touchant à ces sujets. Cette pratique commerciale consistant à construire une image publique progressiste forte, presque militante, afin de séduire le public qui y serait sensible est parfois surnommée *pink-washing* concernant la récupération des enjeux LGBT+ ou *feminism-washing* pour ceux du féminisme.

Ce constat fournit une explication aux incohérences que nous avons notées plutôt dans les postures idéologiques des nouveaux médias ; ils ne seraient pas féministes, antiracistes ou pro-LGBT+ mais s'en donneraient l'image à des fins commerciales, il est donc logique que leurs discours soient incomplets et superficiels. Qu'en est-il alors des "anciens médias" ? Quid de ces institutions souvent dépeintes comme les derniers bastions de la presse grand public qualitative et indépendante comme le Washington Post ? En dépit de leur réputation, il apparaît que, face au succès grandissant des nouvelles générations, ils se soient très rapidement adaptés en reprenant leurs codes et stratégies. Nous l'avons vu, les différences de fond entre les deux quotidiens s'avèrent très minimes ; les procédés observés chez le Huffington Post se retrouvent en grande partie chez le Washington Post, du moins dans sa version numérique, et notre constat est donc largement applicable à ces deux types de médias. La dernière question qui nous reste à éluder pour confirmer ce postulat de la stratégie commerciale est de savoir qui précisément possède les clés du débat, et si les motivations de ces acteurs semblent en effet en adéquation avec des intérêts plus économiques que politiques.

325 Morris Fiorina, *Culture War ? The myth of a polarized America*, Longman, Londres, 2004, p. 2-3

II. Nouveaux acteurs, nouvelles logiques

a) Une génération pensée pour le rendement

Si jusque-là notre comparaison entre les années 1960-1990 et 2008-2019 nous a principalement servi à mettre en exergue des points communs entre les deux périodes, il est une différence majeure que nous nous sommes contentés d'évoquer, mais qui à la lumière des nouveaux éléments nécessite d'être approfondie : la question des protagonistes de notre débat. Nous avons situé le public, les tendances idéologiques dans lesquelles il s'inscrit, et sommes revenus plusieurs fois sur la position et les discours de Marvel Studios. Cependant, nous comprenons désormais que le débat n'est le fait ni de l'un ni de l'autre, puisque ces "guerres culturelles" sont davantage un phénomène médiatique que concrètement observable dans la société. Ainsi, la question de savoir qui sont les personnes qui contrôlent ces médias, et donc sont à l'origine des débats, s'impose désormais afin de saisir quelles pourraient être leurs motivations et quels seraient les enjeux pour elles.

En ce qui concerne le Huffington Post, de sa création en 2005 à 2016 c'est Arianna Huffington (née en 1950) qui occupe le poste de rédactrice en chef du quotidien. Née en Grèce, fille d'un père journaliste et consultant en management, elle suit des études d'économie à Londres. Sa première publication est *The Female Woman* paru en 1973, une attaque explicite envers les mouvements féministes en général et notamment l'œuvre de Germain Greer parue trois ans plus tôt, *The Female Eunuch*³²⁶. Elle supporte ensuite la carrière politique de son mari Michael Huffington au parti républicain et soutient régulièrement des causes conservatrices comme la Révolution Républicaine de Newt Gingrich ou la candidature présidentielle de Bob Dole en 1996. Elle se définit cependant comme

326 Considéré à l'international comme un texte majeur pour le féminisme : "le livre est presque devenu un texte sacré pour le mouvement international de libération des femmes des années 1970" (Wilde, W H; Hooton, Joy; Andrews, Barry, *The Oxford companion to Australian Literature*, Oxford University Press, Melbourne, 1985, p. 271). Il émet la thèse que la famille nucléaire "traditionnelle" et consumériste oppresse la femme notamment sexuellement et la dévitalise, en faisant une "eunuque".

Huffington y répond que "le mouvement de libération des femmes affirme que la libération totale des femmes transformerait la vie de toutes les femmes pour le mieux, la vérité est que cela ne changerait que les vies des femmes avec de fortes tendances lesbiennes". Elle démontre donc une certaine forme de lesbophobie en plus de son antiféminisme, preuve supplémentaire que ces deux idéologies sont liées, le titre même du plaidoyer démontre également de la transphobie en assumant qu'une femme ne peut-être que femelle et féminine. Huffington Arianna, *The Female Woman*, New York, Random House, 1973, p. 67

"centriste" et voulant dépasser le traditionnel clivage entre droite et gauche, et lorsqu'elle se présente à l'élection du gouverneur de Californie en 2003 c'est en tant que candidate indépendante. Elle prend également la parole dans des événements démocrates comme la convention nationale du parti démocrate en 2004 ou celle de l'état californien de 2005.

La ligne politique qui se dégage du parcours de Huffington est pourtant davantage rattachable à du néo-conservatisme qu'à du libéralisme, notamment à cause de ses écrits et de sa forte proximité avec le parti républicain (davantage que avec le démocrate)³²⁷, mais également par sa volonté de se placer dans une posture "d'apolitisme"³²⁸. En tout les cas, il ne s'agit pas d'une personnalité politique fermement engagée dans la défense d'une idéologie ou une autre comme l'on pouvait en trouver à la tête des associations qui régulaient la vie politique des années 1960 à 1990. Lors de la création du Huffington Post elle souhaite également l'inscrire dans une ligne politique de "neutralité", une image qui semble difficilement conciliable avec les positionnements féministes, antiracistes et pro-LGBT+ que nous observons dans toutes les productions concernant les Marvel Studios.

Comme le définit le directeur du CNRS, "l'apolitisme est une posture volontaire parfois stratégique [...] un bon commerçant sait qu'il ne doit pas prendre parti publiquement en politique".³²⁹ Effectivement, il s'avère que la fondatrice du quotidien est avant tout une entrepreneuse, pas une femme politique et encore moins une militante progressiste, puisqu'elle a tout intérêt à la conservation des systèmes déjà en place qui lui permettent de prospérer. Cela fournit une explication cohérente avec l'inconsistance des discours s'affichant comme progressistes déployés dans son média, et l'ambiguïté de son placement politique : à l'inverse des personnalités comme Betty Friedan ou Donald Wilmon (fondateur de la *American Family Association*), elle ne se sert pas d'un média pour diffuser une idéologie politique, mais de positionnements politiques pour développer son média.

327 Le Huffington Post est d'ailleurs co-fondé par Andrew Breitbart (1969-2012), militant conservateur.

328 Un positionnement politique libéral très ambigu souvent qualifié de « conservatisme qui ne dit pas son nom », puisque prétendre être au-dessus du clivage sert en réalité principalement à attirer des partisans ne se reconnaissant plus dans les partis traditionnels sans pour autant promouvoir de réel changement sociétal. Il s'agit en fait d'une autre manière d'assurer la pérennité du statut quo ou de poursuivre les dynamiques déjà en place plus que d'une réelle volonté de changer les choses en s'émancipant de la politique traditionnelle. Ricard François, "Une leçon d'apolitisme", *Liberté Art & Politique* [en ligne], n°25 (2), 1983

329 Schweisguth Étienne, "Apolitisme", *Encyclopedia Universalis* [en ligne], 2003

Dès 2016 c'est Lydia Polgreen (née en 1975) qui reprend en main le journal numérique, une journaliste ayant fait ses débuts au *New York Times* et se plaçant explicitement dans une ligne progressiste ; jeune, métisse issue d'une immigrée, femme et queer, elle a travaillé de manière active sur toutes les thématiques de l'oppression présentes dans notre corpus. Si elle n'est pas non plus une militante ou une politicienne, nous voyons bien une forme claire d'engagement progressiste dans sa carrière. Dans le quotidien, nous remarquons effectivement à partir de sa prise de fonction en mars 2016 une augmentation du nombre d'articles traitant de ces sujets en ce qui concerne Marvel Studios. Cependant, nous l'avons vu, cela peut également être imputé à la sortie de films majeurs faisant beaucoup parler d'eux dans tous les médias, *Black Panther* et *Captain Marvel*. De plus, nous avons vu que le contenu des articles en question ne devient pas pour autant plus complet ou cohérent sous sa direction que sous celle de Huffington, ce qui interroge.

Une explication à ce phénomène réside en le fait que lors sa prise de fonction, Lydia Polgreen n'hérite que du poste d'éditrice en chef du quotidien, et pas de sa propriété. Son contrôle sur le journal n'est donc pas total, elle le partage avec Verizon Communications, qui a racheté l'entreprise en 2015, année qui elle marque bien une rupture puisqu'elle signe l'implication concrète du média dans les débats autour de Marvel. Verizon est une grande compagnie, au capital de 244,175 milliards de dollars lors de l'année du rachat³³⁰, dirigée par des entrepreneurs et actionnaires ne s'étant jamais positionnés politiquement publiquement comme Hans Vertberg (né en 1965). La question de la propriété du journal se pose en réalité dès ses débuts, puisque depuis 2011 Huffington le partageait déjà avec AOL qui le rachète pour 315 millions de dollars. A la tête de la compagnie ne se trouvent, comme pour Verizon, que de grands investisseurs respectant à la lettre la règle évoquée plus tôt d'apolitisme des commerçants, comme c'est le cas de Tim Armstrong (né en 1970) par exemple.

Ces précisions sur qui possède le média expliquent la continuité qui nous interpellait dans la ligne politique du journal ; il semble que concernant les médias numériques des années 2010, les propriétaires ont un pouvoir important sur les productions, au point que même un changement drastique d'éditeur en chef n'impacte que très peu le contenu. Or, il apparaît que la préoccupation principale de ces propriétaires des clés du débat soit la rentabilité, et non pas la défense d'une idéologie (encore moins d'ordre progressiste) puisqu'ils ne prennent jamais de positionnements politiques publics.

330 "Verizon / 2020 Fortune 500", *Fortune*, 2 février 2021

Leur objectif est dans le statut quo puisqu'ils en tirent un considérable gain économique, et pas dans le bouleversement des codes et des logiques oppressives dans la sphère culturelle. Ainsi ils n'ont pas d'intérêt à développer des réflexions féministes, antiracistes ou pro-LGBT+ approfondies dans leurs médias, qui aspirent par essence à remettre en question l'ordre établi, mais ils en ont un, conséquent, à produire massivement sur ces thématiques. Aussi, bien qu'il ne s'agisse pas directement de notre sujet, le choix par ces entrepreneurs de Lydia Polgreen comme éditrice en chef du Huffington Post en 2016 peut également des questions sur la notion de *tokenism*, dans la même acception que théorisée par Bell, ici pour une entreprise plutôt qu'une université.

b) Conquérir un nouveau marché

Afin d'achever notre réflexion, il nous faut élargir notre postulat afin de déterminer si les débats autour des Marvel Studios des années 2010 témoignent d'un resurgissement des guerres culturelles ou ne sont qu'une construction médiatique à des fins économiques. Si la seconde option s'avère applicable pour le Huffington Post, et est donc extensible à toute la nouvelle génération de quotidiens numériques, il nous reste à savoir si elle peut aussi s'appliquer aux médias institutionnels, comme le Washington Post, qui représentent l'autre grande partie du marché de l'information généraliste. Nous l'avons précisé plus tôt, ce concept de "valeur de l'information"³³¹ que nous observons dans le traitement des polémiques autour des Marvel Studios n'est pas un phénomène nouveau, les médias ont toujours été des entreprises destinées à générer de l'argent. Seulement, avec l'accélération de la communication et l'essor du capitalisme dans les années 2010 il apparaît que le maintien de l'idée d'un perpétuel débat et la récupération de thématiques militantes constituent des moyens très efficaces de parvenir à ces fins. On retrouverait ainsi des discours politiques superficiels par des acteurs ayant avant tout tout à cœur le succès de leur entreprise plus que la

331 Le concept de *newsworthiness*, défini en 1997 par des experts comme John Dean, qui observe certains critères spécifiques de l'information que les médias choisissent de traiter en fonction de leur public cible pour générer plus de profits. Des facteurs comme la proximité temporelle et géographique entrent ainsi en compte d'après lui mais également l'idée de conflit, le nombre de personnes impliquées, les conséquences du débat, ainsi qu'une valeur de choc, un jeu sur le pathos, destiné à attirer l'œil du lecteur. (Source : Dean John, *Les médias et l'information aux États-Unis depuis 1945*, Messene, Paris, 1997, p. 28)

défense d'une idéologie, contrairement à ce que Hunter théorisait. Trouve-t-on des acteurs similaires dans la direction du Washington Post ?

Le quotidien a une histoire bien plus longue et complexe que son concurrent, nous l'avons déjà évoquée précédemment, et il ne s'agit pas ici de retracer l'ensemble de ce parcours depuis sa création mais bien d'étudier les divers changements aux postes de pouvoir du quotidien durant la période étudiée. De 2008 à 2012 l'éditeur en chef du Washington Post est Marcus Brauchli (né en 1961), un journaliste et conseiller en média mais aussi un investisseur et le fondateur de North Base Media, une firme spécialisée dans les médias et la technologie dans les marchés boursiers. Sous sa direction, la ligne politique du journal ne change que très peu de celle adoptée auparavant, il est parfois même accusé de mollesse volontaire pour pacifier ses relations avec les éditeurs³³². A ce moment là on ne remarque aucun article du journal portant sur les problématiques autour du Marvel Cinematic Universe.

Le 31 décembre 2012 lui succède Martin Baron (né en 1954), un journaliste célèbre pour enquêtes d'investigation et notamment celle dénonçant les affaires de harcèlement sexuel de l'église catholique de Boston, ce qui lui a valu la remise d'un prix Pulitzer en 2003. Il s'agit d'une personnalité engagée, avec lui le Post dénonce le gouvernement à plusieurs reprises et en est récompensé par plusieurs Pulitzer : une première fois en 2013 avec des révélations sur la surveillance secrète de la NSA, une seconde pour la couverture des "écarts de conduite" des services secrets en 2014, puis en 2016 pour une chronique recensant tous les meurtres effectués par les officiers de police en 2015, et enfin deux en 2018, l'un pour la dénonciation des abus sexuels de Roy Moore (politicien républicain) et l'autre pour un reportage sur l'implication de hackers russes dans le trucage de l'élection présidentielle de 2016 qui a mené à la victoire de Donald Trump. Bien qu'aucun de ces sujets ne soit en lien direct avec la représentation des femmes, des minorités ethniques ou de la communauté LGBT+ au cinéma, ils démontrent bien d'un certain engagement politique de l'éditeur en chef. Il semble donc à première vue que Baron n'hésite pas à critiquer les institutions traditionnelles et à dénoncer des figures très conservatrices, l'on pourrait donc lui prêter une ligne politique relativement "progressiste".

Cependant, comme pour le Huffington Post, il n'est pas le seul à décider de la ligne du journal, puisqu'en même temps qu'il récupère le Washington Post celui-ci cesse d'être

332 Jack Shafer, "Advice for Marcus Brauchli", *slate.com*, 07 juillet 2018

indépendant, et est racheté par le multi-millionnaire Jeff Bezos (né en 1964). Fondateur d'Amazon et considéré comme l'homme le plus riche au monde depuis 2017, il s'agit d'un investisseur et d'un entrepreneur avant tout, possédant de nombreuses actions et entreprises diverses. Dans la même logique que les entrepreneurs évoqués plus tôt, il n'a aucun intérêt à un changement profond des imaginaires collectifs ou à la déconstruction du racisme institutionnel, du patriarcat, ou de l'hétéronormativité. Au contraire, la conservation de la situation telle qu'elle lui convienne, puisqu'elle lui profite fortement et qu'il y prospère.

Ce changement de propriétaire n'est pas sans conséquences sur le média, Bezos tient même à le marquer en vendant le siège de l'entreprise à un groupe immobilier (l'empêchant ainsi d'être reconnu comme lieu historique) pour la somme de 159 millions de dollars seulement 3 mois après son arrivée, en novembre 2013. C'est également lui qui, la même année, réforme le modèle économique du quotidien numérique en adoptant la formule que nous avons étudiée d'abonnement payant couplée à de la collecte de données personnelles. Nous constatons que c'est également à partir de ce moment-là que le journal commence à traiter des questions de société dans le Marvel Cinematic Universe. Le multi-millionnaire désigne aussi Fred Ryan (né en 1955), connu pour avoir été le directeur général de Albritton Communication, comme éditeur et chef exécutif du Washington Post, marquant ainsi son intention de se concentrer sur le digital et de cibler une audience large. Ryan a également occupé la fonction de chef de cabinet de Ronald Reagan de 1989 à 1995 et est alors président du conseil d'administration de la Ronald Reagan Presidential Foundation, il s'agit donc d'un acteur aisément identifiable comme conservateur, placé à un poste-clé du média.

Toutes ces nouvelles directives transcrivent bien d'une évolution dans la forme comme du fond du journal, au moment où celui-ci pâtit de la forte concurrence de la nouvelle génération de médias numériques. L'objectif pour Jeff Bezos est de pallier à ce déclin économique et de rentabiliser son investissement de 250 millions de dollars dans le journal. Si la ligne générale du journal se définit comme "centriste" plus que progressiste, c'est aussi pour conserver la popularité acquise à l'échelle nationale durant les affaires des Pentagon Papers et du Watergate. Le Washington Post ne peut se permettre de se placer ouvertement comme progressiste comme le fait le Huffington Post sous peine de perdre son lectorat conservateur. Cependant, force est de constater que concernant les articles destinés à une certaine cible (jeune, active sur les réseaux sociaux numériques et sensible aux idées féministes, antiracistes et pro-LGBT+) le quotidien fait montre d'un engagement progressiste

équivalent à celui du Huffington Post. Nous voyons bien ici l'ambiguïté dans les choix du journal et la manière dont il tente de se positionner pour rattraper son retard économique, entre conservation de son lectorat historique et attraction d'une nouvelle clientèle.

CONCLUSION

"Ce livre donne une histoire aux guerres culturelles, car elles sont de l'histoire. La logique des guerres culturelles a été épuisée. La métaphore est arrivée en fin de course. [...] Le capitalisme a absorbé la libération des années 1960, et dans le processus a participé à creuser la tombe de l'Amérique normative. Le prochain mouvement américain pour la libération, et ceux qui la résistent, auront à tenir compte de cette ironie historique."³³³

Cet extrait de la conclusion des travaux de Andrew Hartman rappelle le constat final auquel nous parvenons à la fin de notre réflexion sur les débats autour des films Marvel Studios dans les années 2010. Plus que d'un resurgissement du phénomène des "guerres culturelles", les nombreuses polémiques autour de la populaire saga internationale démontrent davantage d'une réappropriation par les médias numériques de thématiques sociétales comme l'anti-racisme, le féminisme ou les droits LGBT+. De 2008 à 2019 les long-métrages hollywoodiens du genre super-héroïque semblent en effet cristalliser de nombreuses tensions sur ces sujets, notamment concernant des questions de représentation. Cela s'inscrit dans un contexte de prise de conscience des oppressions systémiques notamment chez les jeunes générations, qui représentent le public principal de ces films.

Les réflexions et débats portés par cette communauté passent également par de nouveaux canaux ; les médias numériques. Non seulement Internet constitue un espace de débat par le biais des réseaux sociaux, mais cet espace de communication est également un lieu d'information privilégié sur ces controverses par le biais d'une nouvelle forme de médias, dont le Huffington Post est un exemple type. Cette nouvelle génération de l'information est basée sur les plateformes numériques comme Twitter et capitalise sur les polémiques qui y émergent. Son succès rapide incite les anciennes institutions médiatiques à imiter ce nouveau modèle économique, c'est le cas par exemple du célèbre Washington Post qui, en dépit de sa notoriété, doit s'adapter pour concurrencer ces nouveaux acteurs.

³³³ Hartman Andrew, *A war for the soul of America ; a history of the culture wars*, University of Chicago Press, Chicago, 2015, p. 288-289

Les modalités de ces débats autour du Marvel Cinematic Universe évoquent par bien des aspects la théorie des guerres culturelles émise par James Davison Hunter, nous avons donc, dans un premier temps, émis l'hypothèse que ces polémiques puissent traduire un resurgissement de cette division idéologique entre progressistes et orthodoxes. En effet, les thématiques abordées sont sensiblement identiques : racisme, le sexisme et queer-phobie, et l'enjeu est le même : définir ce qui est légitime dans la culture publique et ce qui ne l'est pas. La différence principale entre les controverses des années 1960-1990 et celles des années 2010 réside en fait dans l'évolution des moyens de communication, et notamment des médias par lesquels s'expriment les débats. Si certaines caractéristiques sont communes entre les deux contextes médiatiques, comme la superficialité de l'information et l'utilisation de codes sensationnalistes, ces deux caractéristiques importantes atteignent un nouveau stade dans les années 2010. C'est là une conséquence directe des nouveaux modèles économiques, qui a un impact non négligeable sur le débat, notamment en exagérant les faits, en invisibilisant une partie des acteurs et en évacuant du débat toute réflexion politique élargie ou approfondie.

Ainsi, des incohérences se manifestent dans l'engagement affiché des médias pour ces causes, notamment par la hiérarchisation des sujets traités, l'omission de polémiques pertinentes au profit d'une surmédiation des plus populaires, ou encore l'absence de tout apport au débat, seulement relayé et amplifié. De fait, les controverses qui semblent si intenses dans la sphère médiatique numérique ne provoquent aucune manifestation concrète dans la société : contrairement aux années 1960-1990, la "guerre culturelle" des années 2010 semble donc exclusivement virtuelle.

C'est ce qui nous a amené à questionner cette idée d'une division idéologique franche de la société américaine, afin de vérifier si il ne s'agit pas plus d'une construction médiatique que d'un conflit national. Finalement, il s'avère que les médias étudiés, Marvel y compris, procèdent davantage à une récupération des thématiques progressistes qu'à un réel engagement politique comme on pouvait l'observer dans les associations qui régulaient le débat des décennies précédentes. Cette stratégie commerciale visant à créer une image d'entreprise engagée est en effet lucrative, et c'est là tout l'objectif des personnalités qui possèdent ces médias, qui sont des entrepreneurs avant tout et n'ont que peu d'intérêt à la déconstruction des oppressions dans les imaginaires collectifs.

Il est probable que ce mouvement de consolidation [des supers-autoroutes de l'information et des systèmes de communication] continue à une cadence encore plus élevée dans un futur proche, avec une réduction des effectifs toujours plus poussée. Certains optimistes voient en Internet le nouveau média démocratique de l'humanité. Des pensées pleines d'espoir, c'est peu dire. [...] Mais si Internet s'avérait être un média commercial viable, les corporations géantes, avec leurs sites, leurs atouts et leurs capitaux, deviendraient rapidement les protagonistes dominants, si ce n'est les conquérants, du cyberspace. Quelque soit le futur d'Internet et de la logique du marché, les points de convergence sont nombreux vers une évolution graduelle de l'oligopole mondiale des médias dans une oligopole mondiale plus large encore de la communication comptant les médias internationaux, la télécommunication, et les entreprises d'ordinateurs se saisissant d'accords pour contrôler le marché mondial du 21^{ème} siècle.³³⁴

Les mots du professeur en civilisation américaine Serge Ricard en 1998 semblent tout à fait à propos dans les années 2010. En effet, il s'avère que les grandes multinationales comme AOL, Verizon Communication ou Nash Holdings (filiale appartenant à Jeff Bezos et possédant le Washington Post) se sont saisies de l'espace de communication que représente internet. Se faisant, elles se sont également réapproprié les thématiques les plus populaires du débat en cours sur ces espaces, au rang desquelles des questionnements sociétaux sur la place dans les imaginaires collectifs des femmes, des personnes racisées et queer. Ces entreprises ont rapidement utilisé cette source d'informations privilégiée sur ces préoccupations contemporaines, et capitalisé sur une communication autour de ces thématiques. Ainsi, bien que de nombreuses réflexions autour de ces sujets soient légitimes et pertinentes dans le discours public, au cours du processus de médiatisation elles sont sélectionnées, déformées et dépolitisées afin de rapporter le plus possible, le plus rapidement possible.

Si c'est l'avènement du capitalisme dans les années 2010 qui a permis la construction d'une idée de "guerre culturelle", il faut garder à l'esprit que ce système économique n'est pas exclusif à cette période, certains experts en faisant remonter la naissance au XVI^{ème} (comme Braudel) ou au XVIII^{ème} (comme Weber). Ainsi, la récupération de thématiques militantes à des fins économiques n'est pas un phénomène récent, et, même si le pouvoir des médias ne doit pas être négligé, nous l'avons assez rappelé, cela n'a pas empêché le développement et la diffusion de nombreuses réflexions sur les oppressions systémiques. Il ne faut donc pas céder au pessimisme face aux constats que nous venons de faire, puisque de nombreux questionnements sur les communautés marginalisées se développent et se répandent par le

334 Ricard Serge, *The mass media in America since 1945*, Armand Colin, Paris, 1998, p. 124

biais de ces nouveaux médias, malgré cette "oligopole commerciale mondiale" qui les possède, pour reprendre les mots de Ricard.

Ainsi, nous avons vu que la diffusion, même partielle et orientée, d'idées féministes par le biais des médias numériques à tout de même permis la sensibilisation massive d'une partie de la nouvelle génération à cette problématique, par exemple avec le mouvement #metoo. De même, les communautés LGBTQ+, longtemps restées sans espace pour se rassembler, ont trouvé en Internet des moyens pour se retrouver, communiquer, partager leurs expériences, et réfléchir à leur émancipation. Il s'agit donc de ne pas dramatiser l'accaparement des problématiques de déconstruction par des multinationales en faveur du statut quo. Malgré elles, elles deviennent des relais et permettent une certaine forme de politisation massive en propageant des pistes de réflexion qui, même dépolitisées, touchent une partie non négligeable des consommateurs de ces médias. En effet, le public n'est pas aussi passif qu'il peut nous le sembler, nous avons peut-être ici eu trop tendance à réduire son rôle à celui de simple récepteur de l'information. En réalité, il est un acteur à part entière et réfléchit et assimile avec recul toute information, et nombreux sont ceux qui sont déjà, grâce à leur expérience de ces médias numériques avec lesquels ils se sont construits, conscients des biais que nous avons ici explicités. Ceux-là qui conscientisent bien que la déconstruction des systèmes d'oppressions peuvent dépasser le cadre virtuel des débats orchestrés par, avec et entre les grandes entreprises, et agir concrètement en faveur de leur vision de la société.

SOURCES

Comme nous l'avons précisé en introduction, la singularité de notre objet d'étude réside dans ses sources, qui sont exclusivement du ressort des médias numériques. Ainsi, nous n'avons eu recours à aucune archive, entretien, document audiovisuel ou publication issue de réseaux sociaux numériques qui ne sorte de ce cadre. Dans un souci de visibilité et de clarté nous avons ici opté pour un classement thématique et par média, en signalant au moyen de notes de bas de page les quelques documents classables dans plusieurs rubriques.

Huffington Post

Concernant les problématiques autour du sexisme

Jordan Zakarin, "Scarlett Johansson getting her own superhero film ?", 03 mai 2011

Cristopher Rosen, "Marvel Boss says female superhero film won't happen before 2016", 21 octobre 2013

Cristopher Rosen, "Scarlett Johansson will 'put the request in to Marvel' for Black Widow movie", 21 mars 2014

Lauren Duca, "It's about time someone other than straight white males get to be superheroes", 30 octobre 2014³³⁵

Cristopher Rosen, "'Quiet misogyny' within industry prevents growth of female superheroes", 29 janvier 2015

335 Cet article est également classable dans les productions concernant les personnes racisées, cependant, contrairement à ce que son titre semble indiquer, il ne traite pas de questions queer.

Jessica Goodman, "Chris Evans & Jeremy Renner face backlash after calling Black Widow a 'slut' in interview", 23 avril 2015

Nick Visser, "Mark Ruffalo wants to know where all the Black Widow merch is", 29 avril 2015

Lauren Zupkus, "'SNL' mocks superhero sexism with 'Black Widow' rom-com trailer", 03 mai 2015

Sara Bolbotz, "Where's Black Widow? Twitter calls Marvel out for excluding her on merch", 03 août 2015

Bill Bradley, "Elizabeth Olsen would do a Scarlett Witch movie on one condition", 06 juin 2016

Cole Delbyck, "This deleted 'Civil War' scene is why Black Widow needs her own movie", 31 août 2016

Doha Madani, "Marvel Studios president 'thanks God' for 'Wonder Woman'", 28 juin 2017

Marina Fang, "Female superheroes can help girls see themselves as leaders, study suggests", 08 janvier 2018

Leigh Blickley, "Karen Gillan volunteers to direct an all-female Marvel movie", 26 avril 2018

Jenna Amatulli, "Evangeline Lilly slams Marvel's male characters for suit complaints", 25 juin 2018

Alanna Vagianos, "Brie Larson is using her 'privileges and powers' as 'Captain Marvel' to center women", 12 février 2019

Bill Bradley, "'Captain Marvel' movie rating suffers after trolls post disturbing reviews", 22 février 2019

Alanna Vagianos, "Brie Larson shared the sweetest moment with girl at 'Captain Marvel' premiere", 28 février 2019

Bill Bradley, "Rotten Tomatoes claims 'bug' responsible for 'Captain Marvel' trolling", 08 mars 2019

Marina Fang, "'Captain Marvel' soars to biggest global opening week-end for a female-fronted movie", 11 mars 2019

Elyse Wanshel, "'Captain Marvel' may have sneakily introduced an important black female superhero", 11 mars 2019³³⁶

336 Cet article, concernant le sujet spécifique des femmes de couleur, peut également être classé comme traitant des problématiques de race dans les films Marvel Studios

Alanna Vagianos, "'Captain Marvel' is the first female superhero movie to pass the \$1 billion mark", 04 avril 2019

Concernant les problématiques autour de la race

Lauren Duca, "It's about time someone other than straight white males got to be superheroes", 30 octobre 2014

Brennan Williams, "Anthony Mackie says Marvel's 'Black Panther' doesn't need a black director", 23 octobre 2015

Cole Delbyck, "Tilda Swinton relases email exchange with Margaret Cho about whitewashing in 'Doctor Strange'", 17 décembre 2016

Brennan Williams, "Sterling K. Brown : 'Black Panther' is 'politically astute' and 'socially relevant'", 13 janvier 2017

Jessica Prois, "Tilda Swinton's email to Margaret Cho is textbook white feminism", 17 mars 2017

Mary Papenfuss, "Asian actress wears whitewashing t-shirt to clapback at Scarlett and Emma and Tilda and Matt", 04 avril 2017

Carla Herriera Russo, "Scarlett Johansson and Tilda Swinton spark 'whitewashing' fury. Again.", 27 avril 2017

Taryn Finley, "'Black Panther' costume designer says black history, current movements inspired her work", 13 juin 2017

Bill Bradley, "'Spider-man' producer uses perfect word to describe diverse cast", 25 juin 2017

Lilly Workneh, "'Black Panther' cast, comic-con fans can't contain their joy after seeing film's footage", 25 juillet 2017

Taryn Finley, "British Airways magazine really thinks Lupita Nyong'o is from fictionnal Wakanda", 05 septembre 2017

Hilary Hanson, "Trolls are posting fake stories about being attacked at 'Black Panther' showings", 17 février 2018

Andy McDonald, "'Black Panther' opens with huge box-office numbers", 18 février 2018

Jenna Amatulli, "'Black Panther' director Ryan Coogler pens letter of gratitude to fans", 21 février 2018

Elyse Wanshel, "'Black Panther' is breaking an insane number of box-office records", 21 février 2018

Chris McGonigal, "These photos of black kids watching 'Black Panther' highlight why this film was needed", 23 février 2018

Lee Moran, "Trevor Noah has a message for people upset by the blackness of 'Black Panther'", 23 février 2018

Carol Kuruvilla, "Teachers inspired by 'Black Panther' are bringing its magic to classrooms", 24 février 2018

Colin Lieu, "Why I connect to 'Black Panther' as an asian man", 26 février 2018

Elyse Wanshel, "Amanda Stelberg passed on 'Black Panther' to make way for more darker-skinned actors", 02 mars 2018

David Moye, "Movie theater's 'Black Panther' marquee vandalized with racist slur", 08 mars 2018

Andy McDonald, "Black filmmakers make history at the box-office this weekend", 11 mars 2018

Jenna Amatulli, "'Black Panther' sinks 'Titanic' at box-office; Twitter goes full steam ahead", 09 avril 2018

Bill Bradley, "A Marvel exec wanted to stop the most jarring 'Infinity War' death", 21 mai 2018

Cole Delbyck, "'Black Panther' is first superhero movie to score Golden Globes best picture drama nod", 06 décembre 2018

Carly Ledbetter, "Forever 21 put a white model in a Wakanda sweater and people are pissed", 19 décembre 2018

Shanita Hubbard, "'Black Panther' started the most vital (and uncomfortable) conversations of 2018", 21 décembre 2018

Lee Moran, "'Black Panther' returns to movie theaters for free for black history month", 01 février 2019

Kimberley Richards, "'Black Panther' scores 14 nominations at NAACP images awards across film and music", 13 février 2019

Elyse Wanshel, "'Captain Marvel may have sneakily introduced an important black female superhero", 11 mars 2019

Marina Fang, "Marvel's first movie with an asian lead is moving forward", 13 mars 2019

Kimberly Yam, "How Simu Liu's role of 'Shang-Chi' could change how we see saviors", 31 juillet 2019

Marina Fang, "'Black Panther' and 'Crazy Rich Asians' won't solve Hollywood's diversity problem", 04 septembre 2019

Janel Martinez, "Gina Rodriguez's thoughtless use of a racial slur put her blatant anti-blackness on display", 17 octobre 2019

Concernant les problématiques autour de la communauté LGBT+

Curtis M. Wong, "Disney threatens bad news for Georgia if state adopts anti-LGBT bill", 23 mars 2016

Erin Whitney, "The case for queer superheroes in Hollywood", 05 mai 2016

Cavan Sieczkowski, "The Internet wants Captain America to get a boyfriend", 24 mai 2016

Curtis M. Wong, "We're still holding out hope for an LGBT superhero on the big screen", 30 mai 2016

Bill Bradley, "'Spider-man' star advocates for a trans superhero in the Marvel Universe", 15 novembre 2017

Bill Bradley, "It's 2018 and we're still wondering whether Marvel is done erasing queer characters", 05 juin 2018

Cole Delbyck, "Marvel is finally including LGBTQ characters in cinematic universe", 26 juin 2018

Cole Delbyck, "Kit Harrington calls out Marvel for not casting gay actors as superheroes", 11 septembre 2018

Cole Delbyck, "Marvel might be casting an openly gay superhero : 'The World is ready'", 07 mars 2019

Curtis M. Wong, "Tom Holland would 'of course' be OK with Spider-Man coming out as gay", 03 juillet 2019

Curtis M. Wong, "Marvel's first openly transgender actor wants to see more of his experience onscreen", 05 juillet 2019

Bill Bradley, "Tessa Thompson's Valkyrie confirmed as first LGBTQ hero for Marvel Cinematic Universe", 21 juillet 2019

Concernant les problématiques autour du sexisme

Alyssa Rosenberg, "How Gamora, Black Widow and other women handle sexism", 04 août 2014

Alyssa Rosenberg, "What would really make 'Black Panther' and 'Captain Marvel' revolutionary", 28 octobre 2014³³⁷

Matthew J. Smith, "A brief history of racial and gender diversity in comic book movies", 31 octobre 2014³³⁸

Caitilin Moore, "Why it matters that 'Avengers' stars Chris Evans and Jeremy Renner insulted Black Widow", 23 avril 2015

Soraya McDonald, "'SNL' imagines what a Black Widow movie would look like, and comes up with a terrible romcom", 03 mai 2015

Michael Cavna, "SEE : Video of the day : Scarlett Johansson's Black Widow in 'SNL's' rom-com trailer", 04 mai 2015

Alyssa Rosenberg, "The strong feminism behind Black Widow and why the critiques don't stand up", 05 mai 2015

Alyssa Rosenberg, "In 'Captain America : Civil War' the men are the eye-candy but still the heroes", 10 mars 2016

Alyssa Rosenberg, "Action movies get better when they let women throw punches", 30 mai 2016

David Betancourt, "The Black Widow movie you've always wanted is happening right now in her comic book", 11 janvier 2017

Michael Cavna, "Scarlett Johansson returns to SNL two years after spoofing superhero sexism. Has anything changed ?", 10 mars 2017

337 Cet article traite aussi de questions relatives à la race, et est donc intégrable à notre sous-section suivante sur le racisme

338 Cette source aborde également le sujet de la diversité raciale et queer, et en conséquence elle peut également rentrer dans les rubriques dédiées à ces thématiques

Michael Cavna, "How 'Thor : Ragnarok' brought two new female characters to male-dominated Marvel Universe", 03 novembre 2017

Michael Cavna, "Marvel's last four films have featured female leads of color. Here's how the shift occurred", 14 février 2018³³⁹

Robin Givhan, "The vision behind 'Black Panther's' stunning look : 'Feminine, masculine, beautiful and strong'", 22 février 2018

Karen Attiah, "Forget Killmonger, Wakanda's women are true revolutionaries", 01 mars 2018³⁴⁰

Sonia Rao, "This 'Avengers : Infinity War' fight scene is a step forward for Marvel's female characters", 01 mai 2018

Michael Cavna, "Solo 'Black Widow' project catches up to wave of female-led superhero films", 13 juillet 2018

Michael Cavna, "For James Gunn, there's no return to being a major mainstream filmmaker", 21 juillet 2018

Emily Yahr, "Chris Pratt, 'Guardians of the Galaxy' cast sign letter urging Disney to rehire James Gunn", 30 juillet 2018

Kayla Epstein, "Trolls target female-led blockbusters. Ahead of 'Captain Marvel', Rotten Tomatoes shut them down", 28 février 2019

David Betancourt, "Captain Marvel is just higher, further and faster enough in her Marvel Studios debut", 05 mars 2019

Ann Hornaday, "'Captain Marvel', Marvel's first movie built around a woman, is not the empowering thrill it wants to be", 05 mars 2019

Michael Cavna, "Marvel was slow to let a woman be the star. Can 'Captain Marvel' make up for the lost time", 06 mars 2019

Monica Castillo, "Hesitating to go see 'Captain Marvel' ? Then you must be a bad feminist", 07 mars 2019

Alyssa Rosenberg, "'Captain Marvel' is the 'Lean In' of superhero movies", 07 mars 2019

Steven Zeitchik, "Captain Marvel : How the trolls always win, until they don't", 07 mars 2019

Kristen Page-Kirby, "Aliens ? Pffff. The real enemies in 'Captain Marvel' are much more common", 08 mars 2019

339 Traitant du sujet spécifique des femmes racisées, cet article a également sa place dans la sous-section des sources du Washington Post parlant de questions de race.

340 Ce document parle du rôle des femmes noires, ainsi, il concerne autant le racisme que le sexisme.

Michael Cavna, "'Captain Marvel's' huge opening weekend defies the trolls, and sets the stage for more female-led superhero films", 11 mars 2019

Sonny Bunch, "From 'Ghostbusters' to 'Captain Marvel', culture warriors get box-office results all wrong", 12 mars 2019

Michael Cavna, "James Gunn is rehired to direct Disney/Marvel's 'Guardians of the Galaxy : vol. 3", 15 mars 2019

Bethany Lacina, "The smash success of 'Captain Marvel' shows us that conservatives are ignoring the alt-right", 15 mars 2019

Monica Hesse, "I watched 21 Marvel movies this month, and witnessed a decade of progress for women", 24 avril 2019

Sonia Rao, "This 'Avengers : Endgame' battle scene captures Marvel's tricky relationship with female heroes", 30 avril 2019

Concernant les problématiques autour de la race

Paul Francis, "'The Avengers' : is Nick Fury the new face of Black Power ?", 04 mai 2012

Alyssa Rosenberg, "What could really make 'Black Panther' and 'Captain Marvel' revolutionary", 28 octobre 2014

Matthew J. Smith, "A brief history of racial and gender diversity in comic book movies", 31 octobre 2014

Michael E. Miller, "Peter Parker, a.k.a Spider-Man, should be straight and white, says co-creator Stan Lee", 25 juin 2015

Alyssa Rosenberg, "'Doctor Strange' shows why diversity advocates should take chinese censorship seriously", 28 avril 2016

David Betancourt, "Why the Black Panther's cinematic life matters in 'Captain America : Civil War', 05 mai 2016

Gene Park, "'Doctor Strange' is a really fun, whitewashed ride !", 04 novembre 2016

David Betancourt, "First 'Black Panther' trailer unveils the proud glory of Wakanda", 10 juin 2016

Alyssa Rosenberg, "Excited for 'Black Panther' ? We've got four months to brush up on Afrofuturism", 17 octobre 2017

Michael Cavanaugh, "An alt-right group threatened to attack 'Black Panther' on Rotten Tomatoes, but the site is fighting back", 02 février 2018

Michael Cavanaugh, "'Black Panther' reviews says it's a 'landmark', 'classic' and basically every other superlative", 06 février 2018

David Betancourt, "'A different kind of superhero' : Why 'Black Panther' will mean so much to so many", 09 février 2018

David Betancourt, "'Black Panther' fully embraces its blackness, and that's what makes it unforgettable", 12 février 2018

Zack Linly, "'Black Panther' is a chance for black moviegoers to finally just enjoy the show", 12 février 2018

David Betancourt, " I'm a 37-year-old Afro-latino comic nerd. I've waited a lifetime for 'Black Panther', 13 février 2018

David Betancourt, "'Black Panther's' Ryan Coogler has always been searching for superheroes who look like him", 14 février 2018

Michael Cavanaugh, "Marvel's last four films have featured female leads of color. Here's how the shift occurred", 14 février 2018

Kristen Page-Kirby, "For Ryan Coogler, 'Black Panther' is about the big picture", 15 février 2018

Cindy Boren, "'I feel like I've waited my whole life for this : Serena Williams as excited as you about 'Black Panther'", 16 février 2018

Michael Cavanaugh, "How celebrities are helping thousands of children see 'Black Panther' for free" 16 février 2018

Ann Hornaday, "'Black Panther' is a revelation but also a reminder of what we've been missing", 16 février 2018

Kristen Page-Kirby, "Black Panther is more than a name. It's an identity.", 16 février 2018

Christine Emba, "'Black Panther' is a black triumph. America is afraid of those", 17 février 2018

Larry Madowo & Karen Attiah, "'Black Panther' : Why the relationship between Africans and black Americans is so messed up", 17 février 2018

Steven Zeitchik, "'Black Panther just broke box-office records. But some worry it'll be the exception, not the rule", 18 février 2018

Ishaan Tharor, "Why Wakanda matters", 20 février 2018

Michael Cavanaugh, "Civil rights hero John Lewis is particularly moved by this line from 'Black Panther'", 22 février 2018

Alyssa Rosenberg, "'Black Panther' feels radical, but also mute when it comes to portraying America", 22 février 2018

Izadi Elahe, "'Black Panther' keeps smashing records, exceeding box-office expectations and making history", 25 février 2018

Karen Attiah, "Forget Killmonger, Wakanda's women are the real 'Black Panther's' revolutionaries", 01 mars 2018

Jonathan Capehart, "Before 'Black Panther', there was John Lewis", 06 mars 2018

Craig Timberg & Drew Harwell & Steven Zeitchik, "How white nationalists are trying to co-opt 'Black Panther'", 14 mars 2018

David Betancourt, "The 7 blackest moments of 'Black Panther'", 16 mai 2018

Allyson Chiu, "Why 'Black Panther' actor Michael B. Jordan is intent on landing 'white' roles", 06 juin 2018

Michael Cavna, "'Black Panther Challenge' creator gets comic-con humanitarian award", 06 juillet 2018

Michael Cavna & David Betancourt, "Yes, any kid can wear a Black Panther costume, say creators who helped shape the character", 30 octobre 2018

Concernant les problématiques autour de la communauté LGBT+

Niraj Chokshi, "Disney and Marvel fire warning shot as Georgia's culture war spreads to Hollywood", 24 mars 2016

Ben Guarino, "Some fans want Captain America to have a boyfriend, though it won't be easy to rethink this superhero", 25 mai 2016

Zachary Zane, "'Thor's' Valkyrie is Marvel's first LGBT character. But you wouldn't know it from the film", 06 novembre 2017

BIBLIOGRAPHIE

Concernant les guerres culturelles

Fiorina, Morris P., *Culture War ? The Myth of a Polarized America*, Londres, Longman, 2004

Betz, Hans-Georg, *États-Unis : une nation divisée, guerre culturelle et idéologique*, Paris, Autrement, 2008

Hartman, Andrew, *A War for The Soul of America : A History of the Culture Wars*, University of Chicago Press, Chicago, 2015

Hunter, James Davison, *Culture Wars : the Struggle to Define America*, New York, Basic Books, 1991

Stern, Mark L., "A new "culture war ?"", *Cultural trends*, n°104, 15 novembre 2017

Taviss Thomson, Irene, *Culture Wars and Enduring American Dilemmas*, Detroit, University of Michigan Press, 2010

Van Damme, Stéphane, « Comprendre les Cultural Studies : une approche d'histoire des savoirs », [en ligne] *Revue d'histoire moderne & contemporaine*, 2004/5

Concernant l'entreprise Marvel et les figures super-héroïques

Baurin, Camille, « Le super-héros contemporain. Uchronie et réinterprétation fictionnelle de l'Histoire », [en ligne] *Mots. Les langages du politique*, 2012

Bryon-Portet, Céline, "Les super-héros, nouvelles figures mythiques des temps modernes ?", *Quaderni*, vol.93, n°2, 2017

Gabilliet Jean-Paul, *Of Comics and Men : A Cultural History of American Comic Books*, Oxford, University Press of Mississippi, 2010

Jennequin Jean-Paul, *Histoire du comic book des origines à 1954 vol.1*, Paris, Vertige Graphic, 2002

Johnson Jeffrey K., *Super History : Comic book superheroes and american society*, McFarland & Compagny, 2012

Lustyik Katalin & Holtmeier Matthew, "The Marvel Studios Phenomenon : Inside a Transmedia Universe" [en ligne] *Historical Journal of Film, Radio and Television*, vol. 37, 2017

M.Keith Booker, *Comics through Time : A History of Icons, Idols, and Ideas*, vol. 4, Santa Barbara, ABC Clío, 2014

Tomasovic, Dick, "We are Groot ! Marvel Studios, productions Disney et nouvelles identités du super-héros", [en ligne] *Les super-héros à l'écran. Mutations, transformations, évolutions*, 2017

Concernant les médias numériques

Brachotte, Gilles & Frame, Alex (dir.), "Espace public numérique et participation politique", [en ligne], *Les cahiers du numérique*, vol. 11, 2015

Clavert, Frédéric, Grandjean, Martin & Méadel, Cécile (dir.), "Le temps long des réseaux sociaux numériques", [en ligne] *Le temps des médias*, n°31, 2018

Dean, John, *Les médias et l'information aux États-Unis depuis 1945*, Paris, Messene, 1997

Liénard Fabien (dir.), "RSN et espace public" [en ligne], *Les cahiers du numérique*, vol. 14, 2018

Ricard, Serge, *The mass media in America since 1945*, Paris, Armand Colin, 1998

Soulages, Jean-Claude (dir.), "Repères critiques pour une compréhension renouvelée des médias et de leurs publics", [en ligne], *Politiques de communication*, n°8, 2017

Stenger, Thomas & Coutant, Alexandre, "Ces réseaux numériques dits sociaux" [en ligne], *Hermès, la revue*, n°59, 2011

Concernant le féminisme

Brix, Cassandra & Connor Jennifer, "Iron man 2", [en ligne] *Journal of Feminist Family Therapy*, 24 février 2011

Coca, Carolyn, *Superwomen : Gender, Power, and Representation*, Londres, Bloomsbury Collection, 2016

Coyne M., Sarah, "It's a bird ! It's a plane ! It's a gender stereotype ! : Longitudinal Associations between superhero viewing and gender stereotyped play" *Sex Roles*, 8 mai 2014

Kociemba, David, "Athena's Daughter : Black Widow's Impact Aesthetic in The Marvel Cinematic Universe" [en ligne] *Academia*, 2017

Rogerson, Alisha, "Female representation & stereotypes – Sci-fi/Fantasy films – *Age of Ultron* (2015) and *The Hunger Games : Catching Fire* (2013)" [en ligne] *Academia*, 2015

Shendruk, Alyssa, "Analyzing the gender representation of 34,476 comic book characters", *ThePudding*, 2017³⁴¹

Walderzak, Joseph, "Damsels in Transgress : The Empowerment of the Damsel in the Marvel Cinematic Universe" [en ligne] *Academia*, 2016

341 Étude quantitative et comparative réalisée sous la forme de cartographie

Concernant l'antiracisme

Hanchey, Jenna N., " Decolonizing aid in Black Panther : Black Panther in widescreen : cross-disciplinary perspectives on a pioneering, paradoxical movie", [en ligne], *Review of Communication*, vol.20 (1), 2020

Johnson, Jordan L. & Hoerl, Kristen, "Suppressing Black Power through Black Panther's neocolonial allegory", [en ligne], *Review of Communication*, vol.20 (3), 2020

Peppard, Anna F., "'A cross burning darkly, blackening the night' : Reading racialized spectacles of conflict in Marvel's early Black Panther comics" [en ligne], *Studies in comics*, vol.9, n°1, juin 2018

Omi, Michael, "In Living Color: race an American Culture". *Celluloid Dreams: How Film Shapes America* [en ligne], 2010.

Saucier, Jeremy K., "America on film : representing race, class, gender and sexuality at the movies", [en ligne], *Historical journal of Film, Radio and Television*, vol.30, mars 2010

Saunders, Robert A., "(Profitable) imaginaries of Black Power : the popular and political geographies of Black Panther", [en ligne] *Elsevier Political Geography*, n°139-149, décembre 2018

Tallapessy, Albert, Wahyuningsih, Indah, Anjasari Ayu, Riska, "Postcolonial discourse in Coogler's Black Panther : a multimodal critical discours analysis", [en ligne], *Humaniora*, vol.32, n°1, janvier 2020

Concernant les droits LGBT+

Cornolly, Matt, "Liberating the screen : gay and lesbian protests of LGBT cinematic representations, 1969-1974" [en ligne], *Journal of cinema and media studies*, vol.57, 2018

Meyer, Michaela D., "Black Panther, queer erasure, and intersectional representation in popular culture" [en ligne], *The review of Communication*, vol.20, juillet 2020

Razlem, Diana Christina, "Rainbow flag : examining queer representations in film and television", [en ligne] thèse à l'université de Malmö, 2020

Salem, Merryana, "Queerbaiting & erasure : a brief history of institutional homophobia in Marvel films" [en ligne], *akajustmerry.com*, juillet 2018

Schoonover, Karl & Rosalind, Galt, *Queer cinema in the world*, Duke University Press, Durham, 2016

Towler Emily, "LGBT+ representation on screen", [en ligne] thèse à l'université de Leeds, avril 2020