

**PARODIES, MEMES, ET DÉTOURNEMENTS HUMORISTIQUES DU CONTE : UNE PRATIQUE
TRANSMÉDIA ?**

**PARODIES, MEMES, AND HUMORISTIC DIVERSIONS OF TALE: A TRANSMEDIA
EXPERIENCE?**

Yasmine SAOULI

Université Mohamed Khider de Biskra, Laboratoire SEPRADIS, Algérie

yasmine.saouli@univ-biskra.dz

Résumé

L'objectif de cet article est de mettre en évidence la culture participative des Fans des contes où nous démontrerons comment les pratiques transmédias permettraient aux internautes, par le biais de l'humour, de revisiter le conte de fées sur différentes plateformes sociales et supports numériques. Nous nous concentrerons sur les différentes productions (mèmes, parodies et détournements humoristiques) et comment elles peuvent redonner vie à ce genre traditionnel venu du fond des âges.

Mots-clés : transmédiabilité du conte, parodie, mèmes, détournement humoristique, fans

Abstract

The objective of this article is to bring out the participatory culture of Tales fans where we demonstrate how transmediatic practices allow users, through humor, revisit the fairy tale on different social platforms and digital media. We will focus on different productions (memes, parodies and humoristic diversions) and how they can revive this traditional genre from the depths of the ages.

Keywords: transmedia tale, parody, meme, humoristic diversion, fans

Aujourd'hui, de nombreuses recherches dans diverses disciplines telles que les sciences de l'information et de la communication, le domaine du marketing, ainsi que les études littéraires, artistiques et cinématographiques sont influencées par les *Cultural Studies* s'interrogeant sur les productions médiatiques multiformes (cinéma, télévision, radio, presse, jeux vidéo, réseaux sociaux...) qui ont transformé ces dernières décennies les pratiques de consommation et de loisirs à l'ère du numérique.

En effet, des phénomènes comme l'intermédialité, le crossmédia et le transmédia prennent de plus en plus d'ampleur dans nos pratiques de consommation. En diversifiant leur cadre théorique et leurs contextes d'emploi, ces pratiques de communication consistent à associer plusieurs types de médias dans le sens d'un enrichissement mutuel des supports médiatiques

numériques, où chaque média « *complémentaire* » peut créer à chaque fois, et d'une manière différente, un nouvel univers narratif.

Popularisé par Henri Jenkins (2002)¹, le *transmédia* vise à articuler différents médias sur plusieurs supports de diffusion et d'interactivité nécessitant une nouvelle création et circulation d'un contenu donné par l'audience. Cette technique de « *storytelling* » fait appel à différentes plateformes tels que les blogs, les sites Web, les réseaux sociaux, et les jeux vidéo... où chaque composante médiatique de celles-ci contribue à la création d'une partie unique de la narration de l'histoire. De ce fait, le but du *transmédia storytelling* (Jenkins, 2007) est d'augmenter l'attention du public, et même de lui permettre de s'emparer de ces « *histoires de départ* », revisitées par les médias afin de créer des détournements, des suites, des parodies et des fanfictions.

Récemment, plusieurs questionnements se posent sur la représentation de l'histoire originale (roman, conte, film...) par les médias numériques interactifs et par ces nouveaux univers narratifs favorisés par les différents supports. A ce propos, Claude Bremond souligne que l'histoire « originale » adaptée par différents médias reste en effet la même, peu importe le médium ou le procédé d'expression utilisé pour la raconter (la littérature, la danse, le théâtre ou le cinéma) (1964 : 32) :

Le sujet d'un conte peut servir d'argument pour un ballet, celui d'un roman peut être porté à la scène ou à l'écran, on peut raconter un film à ceux qui ne l'ont pas vu. Ce sont des mots qu'on lit, ce sont des images qu'on voit, ce sont des gestes qu'on déchiffre, mais à travers eux, c'est une histoire qu'on suit ; et ce peut être la même histoire.

La citation de Claude Bremond nous place face à une problématique complexe. En fait, « ce peut être la même histoire » comme ce peut être une autre détournée ou dérivée de la première. Partant de cette réflexion, nous essayerons de nous interroger dans quelle mesure les médias interactifs aujourd'hui peuvent rajeunir l'univers de l'histoire originale.

La transmédiabilité du conte et les différentes transpositions audiovisuelles et numériques des contes de fées ont le mérite aujourd'hui de garder ce genre oral vivant, permettant aux jeunes contemporains de découvrir une oralité populaire venue du fond des âges et un patrimoine fondamental de l'humanité (Clermont, Henky, 2019 : 13). De ce fait, et dans l'intention de mettre en évidence l'expérience narrative du public et de sa participation dans les pratiques transmédiatiques revisitant le conte de fées sur différentes plateformes sociales et supports numériques interactifs, le présent article s'intéresse aux diverses productions fanatiques : mêmes, parodies, et détournements humoristiques du conte (notamment les contes Disney). Nous tenterons de démontrer comment les *Fans* (le point d'entrée d'Henri Jenkins dans le *transmédia*²), qui sont des récepteurs et des concepteurs en même temps, redonnent-ils vie à ce genre qui marque leur enfance en le transposant comiquement à travers le numérique ?

¹ Le concept du « *transmédia storytelling* » a été évoqué pour la première fois en 2002 par Henri Jenkins au cours d'un atelier d'« Electronic Arts » à Los Angeles.

² Henri Jenkins, spécialiste des cultures populaires et des médias, ses ouvrages s'intéressent particulièrement à la participation des publics des médias qui est de plus en plus visible ces dernières années grâce au développement de nouvelles technologies. Il illustre ses théories à travers une partie du public d'émissions de télé-réalité (*American Idol*, *Survivor*), ou de films (*Star Wars*, *Matrix*, *Harry Potter*), dont les individus ne se contentent plus d'être simples spectateurs, <https://doi.org/10.3917/tt.015.0213>, consulté le : 02/07/2023.

1. TRANSMÉDIALITÉ DU CONTE : LE FAN COMME RÉCEPTEUR ET CONCEPTEUR

Le transmédia ou le « *transmedia storytelling* » est introduit en 2003 par l'américain Henri Jenkins, théoricien de la culture de la convergence et pionnier des études des Fans, dans son livre *Convergence Culture : Where Old and New media Collide*, où il définit l'histoire transmédiatisée comme une histoire qui :

Se développe sur plusieurs supports médias, chaque scénario apportant une contribution distincte et précieuse à l'ensemble du récit. Idéalement, chaque média fait ce qu'il fait le mieux : une histoire pourra commencer dans un film, puis s'étendre à travers la télévision, des romans, des bandes-dessinées. Chaque franchise doit cependant avoir sa cohérence propre pour qu'il ne soit pas nécessaire d'avoir vu le film pour aimer faire le jeu ou vice versa [...] (Jenkins, 2013)

Il continue par définir le transmédia comme : « un processus par lequel les éléments d'une fiction sont dispersés sur diverses plateformes médiatiques dans le but de créer une expérience de divertissement coordonnée et unifiée [...] » (Jenkins, 2013).

Divers médias et supports numériques s'emparent actuellement du conte traditionnel pour le reproduire, le rajeunir et le raconter à travers des moyens narratifs modernes comme les films, les séries télévisées, les jeux vidéo, les sites et blogs personnels, les réseaux sociaux, etc. Dès lors, cette narration première (conte traditionnel) passe d'une consommation « *passive* » vers une consommation « *collective et active* » selon Henri Jenkins (2013). Le conte est donc une mine pour les expériences transmédiatiques des Fans. Si nous prenons l'exemple de *Blanche neige*, un classique de la littérature orale mondiale, considéré comme l'un des contes les plus connus de tous les temps, raconté et recueilli par les frères Grimm, il est en réalité viral et prolifique comme projet transmédia :

Les fans peuvent suivre sur Youtube les déboires de la méchante reine qui cherche sur les réseaux sociaux qui est la plus belle tout en refusant les appels de Blanche-Neige sur Skype. [...] Les personnages secondaires peuvent être développés sur d'autres supports comme une BD ou un jeu [...] La reine est l'amie idéale à suivre sur Facebook. Le miroir a vu tellement de choses qu'il tient un blog secret à découvrir, avec conseils de beauté à la clé. (Le transmédia dans tous ses états, 2012 : 3)

Les expériences transmédiatiques expliquées ci-dessus permettent aux Fans de Blanche Neige d'être actifs et d'alimenter le conte le plus privilégié pour eux à travers leurs dérivations et leurs extensions créatives. Cette nouvelle forme de narration « coordonnée » de loisirs et de divertissement sur internet favorise la circulation rapide et active de l'audience d'un média à un autre facilitant l'interactivité entre les Fans. Elle enrichit également l'univers du conte en lui donnant un regard neuf et constamment renouvelé.

Chez Henri Jenkins et ses continuateurs, le processus d'extension narrative sur plusieurs médias numériques est le plus indispensable afin de toucher un grand nombre et un public divers. Mélanie Bourdaa, l'une des successeurs de la théorie de Jenkins, une enseignante à l'université Bordeaux Montaigne, interroge la question du transmédia et l'immersion de fans dans les productions transmédia storytelling. Elle s'intéresse particulièrement aux théories de *Fandom*³, à l'analyse des médias audiovisuels et aux pratiques culturelles des téléspectateurs.

³ Un *Fandom* : c'est un mot anglais composé de « fanatic » qui veut dire *fan*, et de suffixe « dom » qui signifie *domaine*. Il est défini comme la sous-culture propre à un ensemble de fans enthousiastes de certains domaines.

Bourdaa affirme dans son ouvrage *Les Fans : Publics actifs et engagés* que : « les médias numériques et les réseaux sociaux ne servent [...] qu'à faciliter ces actions afin d'incorporer plus facilement une plus grande population de fans » (Bourdaa, 2021 : 94).

Les Fans sont invités à découvrir l'univers de transmédiabilité des contes, non seulement à travers une réception passive, mais aussi en jouant le rôle de concepteur et de créateur d'un nouvel univers narratif en contribuant à produire des fanfictions, à proposer de nouvelles intrigues scénaristiques et à créer des parodies, des mêmes... Le Fan n'est pas en effet un « simple » consommateur, il est au cœur du processus de convergence, ce que Henri Jenkins nomme « culture de la participation » (Jenkins, 2006).

Sarah Sepulchre, en idéalisant cette figure du fan, ce consommateur actif, interactif, et toujours connecté, dévoile qu'il conditionne et influence la vision des chercheurs qui témoignent de son rôle primordial dans l'enrichissement de l'univers narratif et des processus médiatiques célébrés actuellement grâce aux évolutions technologiques, et encouragées surtout par une « *littérature numérique* », démontrant ainsi que les fans sont « des acteurs d'un monde de l'art » (2013). Henry Jenkins, se joignant à Sarah Sepulchre, le considère comme l'un des axes principaux à l'amplification de l'univers narratif transmédiatique. Or, cette figure idéale du *Fan* est critiquée par plusieurs travaux académiques, à l'exemple de Julien Falgas⁴ (Di Filippo, Landais, 2017 : 165), qui n'accordent pas vraiment d'importance au rôle du spectateur/utilisateur dans l'expansion de l'histoire. Bourdaa (2021), quant à elle, rappelle l'importance de la participation des Fans dans l'enrichissement des séries/productions télévisuelles en proposant des lectures aidant à éclairer, voire à promouvoir les contenus des séries, des films, ou d'une œuvre originale (Bonnard, 2022). En effet, la narration transmédia les séduit, les attire et les encourage à former leur propre « communauté » d'enthousiastes où ils peuvent explorer de multiples facettes de la série : partager leurs interprétations, leurs spéculations et leurs découvertes, produire des *fanmades*, des fanarts ou plusieurs autres contenus de fans.

Les détournements et les créations dérivées des Fans (parodies, fanfictions...) ne sont pas toujours appréciées par les auteurs des œuvres originales. Bien que ces derniers s'appuient souvent sur la créativité et la capacité des fans à développer l'histoire originale en prenant en considération leurs propositions (de nombreux créateurs de mangas s'influencent des suggestions de leurs fans pour développer leurs personnages, par exemple), cependant ils ne peuvent pas prévoir les réactions de ces publics qui disposent de la liberté d'expression sur diverses plateformes ouvertes et accessibles rapidement. Autrement dit, les Fans peuvent à travers les expériences transmédia entraîner les œuvres originales sur des chemins imprévus servant particulièrement leurs intérêts et défendant leurs principes (réinterpréter une œuvre selon des désirs personnels qui ne correspondent pas à la structure première de l'histoire : politiser un film, transformer un personnage d'une série en un transgenre, sexualiser les personnages d'un conte de fées pour les enfants, etc.)

Les membres d'un fandom s'associent les uns aux autres, assistent à des réunions ou conventions de fans, publient et échangent des *fanzines*, écrivent des *fanfictions*, ou s'expriment à travers le *fanart* (images).

⁴ Julien Falgas propose « une analyse des pratiques des consommateurs qui met en œuvre des méthodologies croisées faites d'analyse de contenus, d'observations, d'entretiens et de questionnaires. »

Notre objectif est de mettre en avant les détournements humoristiques fanatiques des contes prolifiquement revisités à l'ère du numérique et de voir comment ces créations peuvent entraîner ces histoires mythiques de l'enfance sur divers chemins médiatiques en les transposant et diversifiant leurs thèmes. Nous allons nous intéresser aux participations des Fans sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Youtube, TikTok), sur des plateformes accessibles en ligne (blogs, sites) et sur des applications-mobiles (Wattpad, Pinterest) afin de *comiquer* les fameuses scènes du soulier de Cendrillon ou l'empoisonnement de Blanche Neige, ou de parodier ces princesses qui semblent survivre à toutes les aventures numériques ne mourant jamais en leur proposant des contextes contemporains.

2. PARODIES, MEMES, ET DÉTOURNEMENTS DU CONTE

Le conte est un genre mouvant, controversé, et en perpétuelle mutation, il résiste de nos jours en gardant sa place parmi les récits qui ne cessent d'inspirer les créateurs de contenus et les utilisateurs de nouvelles technologies d'aujourd'hui. Destiné fondamentalement aux enfants, le conte stimule aussi l'inventivité de plusieurs adultes dans les médias numériques qui se souviennent encore avec bonheur des moments de l'enfance. « Les contes aident les enfants à s'endormir et les adultes à s'éveiller » dit une citation de Jorge Bucay. Toutefois, les espaces numériques éveillent pour leur part l'enfant caché derrière un internaute/créateur, un adulte amoureux de ces histoires ravissantes suscitant continuellement sa créativité.

Détourné, parodié, réécrit, ou adapté, il ne cesse de se métamorphoser et de se raconter différemment sur les plateformes médiatiques, où chaque *médium* lui apporte un regard neuf et propose des scénarios distincts et précieux. En effet, la narration transmédia a offert à ce genre de nouvelles possibilités de réapparition. Beaucoup d'internautes partagent des dérivations parodiques des contes surgissant dans un espace-temps sans aucun rapport avec celui dans lequel ils ont émergé traditionnellement, ou en proposant des fins défigurant l'image innocente et naïve des princesses.

Il nous semble indispensable de définir le procédé de la parodie qui peut désigner le fait de reprendre avec humour une œuvre sérieuse et très connue. Revenons d'abord à l'étymologie du mot, il est emprunté au latin *parodia* ou au grec ancien *παρῳδία* (*parôidia*) : composé de *pará* qui veut dire « à côté de » et de *ôidé* (odé) qui signifie « chant ». La notion de parodie « postule un 'contrechant', une œuvre qui se construit dans l'opposition à une autre, ou du moins au regard d'une autre, que la relation qui les unit soit de l'ordre d'une transformation comique »⁵. Daniel Sangsue dans son ouvrage *La Parodie* précise qu'elle est une « transformation ludique, comique ou satirique d'un texte singulier » (Sangsue, 1994 : 73). Elle est définie dans le dictionnaire de la langue française le « *Littré* » comme une imitation burlesque d' « un ouvrage, en prose ou en vers, où l'on tourne en raillerie d'autres ouvrages, en se servant de leurs expressions et de leurs idées dans un sens ridicule ou malin ». Donc, la parodie dans un sens plus large, est une transformation et une imitation d'un *hypotexte* où le comique et l'humoristique est le plus important.

Dans les termes de Gérard Genette, dont *Palimpsestes* (1982) est la source de la plupart des études sur la parodie, elle est un « détournement de texte à transformation minimale » où il

⁵ Disponible sur : <https://www.universalis.fr/encyclopedie/parodie-litterature/2-histoire-de-la-notion-de-parodie/>
Consulté le : 05/07/2023.

insiste sur l'aspect ludique qui doit être central et dominant. Selon lui, elle est « une sorte de pur amusement ou exercice distractif, sans intention agressive et moqueuse » (1982 : 40).

Depuis une vingtaine d'années, les contes parodiques en prose, en films, au théâtre, ou en images et récits transmédiatiques, multiplient leurs thèmes dans l'époque contemporaine caractérisée par les révolutions industrielles et technologiques : les marques et les publicités utilisent le conte d'une manière ludique dans leurs stratégies de communication (McDonald's, le géant américain de la restauration rapide, lançait sa campagne publicitaire « Venez comme vous êtes » où le carrosse magique de Cendrillon, devant un restaurant, s'est transformé en citrouille arrivé minuit). Des réécritures parodiques qui imaginent « le Petit Chaperon rouge devient bleu, vert ou de la couleur que l'on souhaite ; le loup n'est plus qu'un personnage bête et gentil, presque un chien ; l'ogre est un bon bougre, bougon certes mais presque aussi aimable qu'un prince charmant » (Gaiotti, 2010 : 14-15).

Notre étude s'intéresse aussi à d'autres formes d'humour numérique des contes qui sont les « *mêmes* » : des détournements iconotextuels créés par les utilisateurs inondant actuellement les réseaux sociaux et circulant dans toutes les plateformes sociales dont le but est de faire rire, où la critique demeure, implicitement ou explicitement, présente malgré le registre comique et les images drôles.

La notion du *mème*, rapidement propagée entre les internautes aujourd'hui, est proposée pour la première fois par Richard Dawkins en 1976, dans son livre *Le Gène égoïste*. Le biologiste s'inspire du mot grec *mímêsis* qui signifie « imitation », et l'associe au mot anglais « *gene* ». Donc, le mème est un élément culturel qui se reproduit (produire par imitation) et qui se transmet rapidement (prenant la caractéristique de la transmission des gènes). Un phénomène de Web 2.0 qui se propage vite sur Internet. C'est un genre discursif très proche de la caricature, extrêmement populaire sur les réseaux sociaux et notamment Facebook. Il fait appel, dans un langage vulgaire, absurde mais très léger et facile à saisir, à la culture populaire, à l'actualité politique, aux célébrités, aux films, etc.

D'origine anglaise, *L'Oxford English Dictionary* le définit comme « un élément d'une culture pouvant être considéré comme transmis par des moyens non génétiques, en particulier par l'imitation » (Jouxte, 2005). On peut distinguer, en fait, quatre caractéristiques essentielles d'un mème : (il traite une idée ou raconte une histoire donnée, l'humour, large diffusion sur les réseaux sociaux, et de nombreuses transformations, variations et imitations qui donnent un nouveau contexte à l'image.)⁶

Les mêmes détournent aussi le conte en adoptant des images stéréotypées des princesses, des princes, ou encore des sorcières et marâtres méchantes. Par les nombreuses itérations de la même illustration (images, scène, extrait d'une vidéo), les internautes s'expriment à partir d'un fait d'actualité. L'élément humoristique qui caractérise les mêmes leur permet d'atteindre une popularité mondiale, malgré cela, certains méméticiens dénoncent le « mème d'internet » et le décrivent comme un élément dépourvu de créativité humaine, tripatouillant des images sans aucune innovation intéressante.

⁶ Disponible sur : <https://numeriqueenquestions.uqam.ca/meme/>, consulté le : 02/07/2023.

3. L'HUMOUR A L'ÈRE DU NUMÉRIQUE : VERS UN NOUVEL UNIVERS NARRATIF DU CONTE

Nous essayerons de nous occuper des expériences transmédias des utilisateurs du Web et plus précisément des détournements humoristiques des Fans et des mêmes parodiques réactualisant l'univers du conte, circulant d'un média à un autre. Nous choisissons Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, Pinterest, et des blogs et des sites web pour déceler le nouveau regard donné par chaque composante médiatique choisie, où chaque réseau et plateforme sociale contribue à offrir au conte un unique paysage pour se raconter.

Sur Pinterest, un site web lancé en 2010, accessible en ligne ou en application mobile, mélangeant les concepts de réseautage social et de partage de photographies, les internautes partagent leurs centres d'intérêt et passions. Cette plateforme sociale (englobe plus de 250 millions d'utilisateurs) permet à ses utilisateurs de se tenir au courant des dernières tendances dans le monde du graphisme et des fanarts. Comme un lieu d'inspiration privilégié pour des projets transmédia, Pinterest diffuse plusieurs parodies iconiques des contes. L'utilisateur « *OkChicas* » partage une image parodiée de Blanche Neige qui ne va pas résister devant les *McDonald's fries* et devant la reine sorcière déguisée en mendicante (*image n° 1*). Les frites délicieuses de McDonald's, remplaçant la pomme empoisonnée, aident la sorcière à empoisonner Blanche Neige dès la première tentative car cette dernière n'attendra évidemment pas que ses frites refroidissent. Cette parodie réactualise l'univers féérique de Blanche Neige où McDonald's pourrait aider cette fois-ci la marâtre à se débarrasser définitivement de la belle enfant. Mélangeant le rire, l'humour, et le bon goût de *McDonald's fries*, l'utilisateur « *OkChicas* » redonne vie à son conte préféré par le biais d'une parodie amusante. Elle écrit dans la description (au-dessous) :

Les princesses Disney nous ont toujours appris plusieurs leçons. Bien que la plupart des scènes soient dramatiques, dans certaines créations, un personnage comique ou des moments comiques avec les protagonistes se démarquent. En y réfléchissant, il nous est venu à l'esprit de joindre quelques fragments de films de princesses pour créer des parodies amusantes.



Image n° 01

Le conte de Grimm fut viral, se propageant rapidement entre les Fans de Disney, en partageant de nombreuses parodies humoristiques dont nous choisissons de citer quelques-unes sur Pinterest toujours. Les internautes et les créateurs de contenus sur plusieurs plateformes sociales n'oublient jamais leur meilleure scène de Blanche Neige, plongée dans un sommeil mortel où elle est réveillée par le baiser du Prince. Ils ne cessent de revisiter comiquement cette scène et ils changent parfois le cours de l'histoire à des fins drôles et burlesques. Certains utilisateurs optent pour un scénario où le prince étouffe la princesse avec un oreiller, mettant fin à sa vie et à leur histoire d'amour avant même qu'elle ne commence (tel que « *Bri Swails* » : *image n° 2*). D'autres imaginent le prince éveillant Blanche Neige en versant de l'eau sur elle, éclipsant ainsi par l'humour, le romantisme et le drame de l'histoire originale (*image n° 3*), partagée par l'utilisateur « *Jan* ». L'utilisateur « *Sugar and Coffee* », quant à lui, choisit une autre manière afin de moderniser cette scène, faisant entrer dans sa parodie la pandémie qui secoue le monde entier. Cet utilisateur transforme la douloureuse expérience du Covid-19 en une histoire amusante qui redonne vie au conte mais aussi aux spectateurs/utilisateurs. Le prince porte une bavette sur sa bouche (*image n° 4*), il tente de soumettre Blanche Neige à un test PCR avant le baiser.



Image n° 02



Image n° 03



Image n° 04

Les pantoufles en verre de Cendrillon font l'objet de nombreux détournements parodiques du conte. Dans la parodie de « *Rokurokubi666* » (image n° 5), le prince, avec un large sourire, s'amuse à porter les pantoufles après avoir volé les deux paires. Il n'a pas cherché celle qui avait fait tomber ses chaussures parce qu'il convoitait en réalité ses pantoufles uniques. Quant à « *Momo* », une créatrice à l'origine de nombreuses parodies iconiques sur Pinterest, préférerait voir sa princesse favorite arborer des baskets Nike (image n° 6), très confortables pour une jeune femme d'aujourd'hui. En effet, Nike et Adidas sont des marques qui résonnent avec l'univers du sport à notre époque, attirant même les femmes consommatrices, à la différence du contexte spatio-temporel de la véritable histoire de Cendrillon où l'élégante femme porte souvent des talons et des robes d'un style victorien. « *Poca* », une autre utilisatrice de l'application opte dans sa parodie pour Adidas ou Nike (sur la photo) à vérifier en associant son image à la phrase : « *a new princess* » (image n° 7).

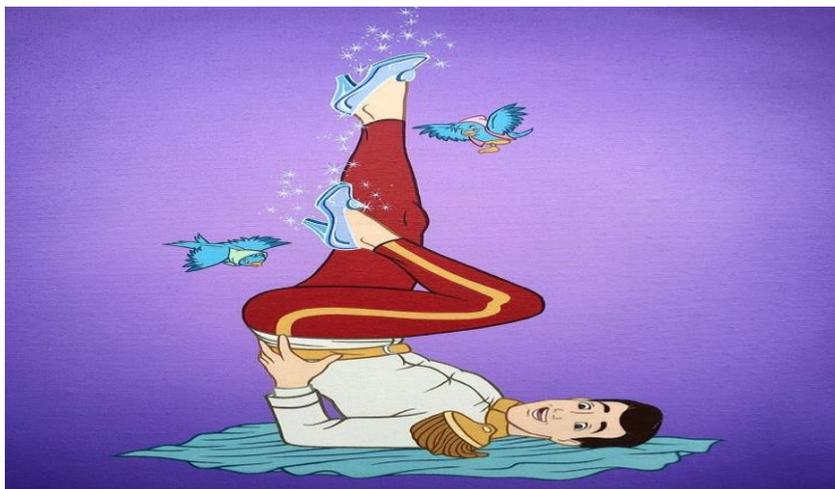


Image n° 05



Image n° 06



Image n° 07

En effet, les objectifs des parodies créées par les Fans des contes Disney varient et peuvent même prendre un aspect féministe parfois pour défendre l'opinion et les choix de la femme contemporaine. « *Les princesses ont des poils* », le Hachtag qui a pris d'assaut les réseaux sociaux en 2016, dans le but de s'opposer aux normes de l'épilation, utilise cette même image de Cendrillon (portant ses pantoufles en verre avec beaucoup de poils sur les jambes).

Instagram est un autre réseau social et un service de partage de photos et de vidéos, permettant aux instagrameurs de partager leurs parodies. Sous le titre de « *Scary tale* », l'illustrateur « *m_melgrati* » partage sa parodie à l'occasion de la prochaine élection présidentielle (*image n° 8*) où il remplace le prince et Blanche Neige par les deux présidents américains Joe Biden et Donald Trump. Entre humour et sérieux, la parodie du conte dans ce cas a une finalité politique, ridiculisant peut-être des personnalités historiques de notre temps ou se moquant de la rivalité et la concurrence sans frein entre les hommes politiques.



Image n° 08

Le tapis rouge invite aussi les princesses des contes dans de nombreuses dérivations comiques des Fans. Le très connu créateur digital de *fanmades* et fanarts, « *Andhika Muskin* », avec plus de 478k d'abonnés sur Instagram, crée plusieurs parodies, mèmes, fanarts de plusieurs films et séries... Il partage avec ses abonnés plusieurs détournements humoristiques du conte : Cendrillon entre soudainement sous les yeux de ses sœurs jalouses pour rencontrer le prince mais cette fois-ci dans le *Met-Gala*, le plus grand gala annuel au monde d'exposition de mode. Avec une courte robe chic où elle n'a pas oublié bien sûr ses chaussures en verre (*image n° 9*). L'artiste, dans un autre détournement (*image n° 10*), nous montre comment la marâtre méchante de Cendrillon et ses deux filles marchent sur le *RedCarpet* lors d'un défilé de mode exhibant leurs robes (nous prenons que deux exemples de ses nombreuses parodies du conte).



Image n° 09



Image n° 10

Les blogs personnels sont un autre type de sites web en ligne et gratuits, utilisés pour la publication périodique d'articles personnels et contenus sur le web. Les blogs des parodies et des fanfictions connaissent une forte affluence, attirant dernièrement une grande attention du public. « *Bored Panda* » est un blog des parodies et des mèmes s'intéressant à divers sujets de l'actualité ; l'art, la musique, le cinéma... actif sur Facebook, Instagram, Youtube et Twitter. Il partage régulièrement des articles, des images et des vidéos où l'humour et le comique sont toujours là. Le blogueur publie aussi des détournements des contes Disney de divers artistes. Dans un article intitulé « *Artists show Disney characters in funny wrong scenarios* », *Shusaku Takaoka*, un illustrateur et créateur de nombreux collages fabuleux sur les films de Disney, montre à cette occasion ses parodies humoristiques des princesses des contes. L'artiste réinterprète de manière vive et amusante les classiques de Grimm et de Perrault en postant une quinzaine d'images, présentées sur le blog « *Bored Panda* » le 26 mai 2022. La politique réapparaît encore dans les *fanworks* sur le Web, *Shusaku Takaoka*, dans l'une de ses parodies, fait allusion à la polémique politique qui a eu lieu aux États-Unis, changeant la protagoniste de la marâtre en président américain Donald Trump, à cause de l'opposition de ce dernier à l'application populaire chinoise Tik Tok. Le président semble très sérieux (*image n° 11*) lorsqu'il voit que Cendrillon utilise Tik Tok sur son Smartphone après avoir interdit son usage.



Image n° 11

Le même blog partage également les parodies de l'illustrateur colombien *Dave Salamanca* qui a décidé d'utiliser les personnages des princesses Disney telles qu'Aurora, Cendrillon et Blanche Neige... pour présenter les meilleurs looks de mode. L'objectif de ses parodies est explicité à travers les mots du graphiste :

Tout a commencé comme un simple passe-temps et quand j'ai appris les outils graphiques avant de commencer l'université à Buenos Aires, j'ai étudié le graphisme. J'aime dessiner et j'aime Disney, alors j'ai voulu joindre mes deux goûts d'une manière ou d'une autre et montrer un peu de ce que j'aime et de ce que je pense. Pourquoi ne pas faire rire un peu les gens simplement comme ça⁷

En raison de la variété et de la multiplicité des thèmes des parodies de l'artiste, nous ne choisissons d'exposer qu'un seul exemple. Cendrillon, entre autres, qui apparaît chez Dave Salamanca comme une femme marchant sur l'avenue des Champs-Élysées avec un « *Paris street style* » (image n° 12) comme le montre l'image. Le graphiste partage aussi ses dérivations humoristiques sur Facebook (image n° 13). Blanche Neige (qui prend le rôle de Threads) assise par terre tenant un pistolet avec lequel elle a tué Twitter. On peut considérer cette image comme un mème expliquant la vive controverse entre Threads qui a connu des débuts prometteurs cette année, et son concurrent Twitter.



Image n° 12

⁷ Disponible sur : <https://www.boredpanda.com/disney-characters-street-fashion-dave-salamanca/> (Nous Traduisons), consulté le : 02/07/2023.



Image n° 13

Les mèmes sont un outil puissant, très populaire et bien emballé d'un humour irrésistible, circulant promptement entre les internautes. Il s'agit de créations iconotextuels, associant texte et images (des images et des extraits sérieux massivement repris faisant l'objet de nombreuses créations humoristiques) pour exprimer une opinion ou créer ainsi le buzz. Facebook est devenu aujourd'hui un *hotspot* pour le partage de mèmes. Des pages, des comptes, des groupes de Facebook publient des milliers de mèmes avec les amis et les abonnés.

Certainement, les personnages des contes entrent en lice pour s'emparer aussi des publications des méméticiens sur Facebook. « *Disney Mèmes* » est un groupe Facebook qui compte 139k de membres, avec plus de 20 posts par jours, où les mèmes parodiques varient leurs thèmes et leurs contextes. « *Beth Harper* », membre de ce groupe se moque de la mode de Filtre (sur Instagram ou Snapchat) qui risque de générer des adolescentes obsédées de « *fake* » beauté. Les filtres des réseaux sociaux s'inspirent généralement des stéréotypes conventionnels de beauté qui peuvent entraîner un manque d'estime de soi chez les filles adolescentes et nuire à la confiance de la personne en soi. Cette tendance de *filtre* s'est propagée rapidement chez les internautes parce qu'elle change facilement leurs visages. Même si on ressemble à la mendicante dans le conte de Blanche Neige, on peut aujourd'hui, sans aucun effort, rassembler à une reine comme celle des films Disney. Dans l'(image n° 14), l'utilisatrice a utilisé la phrase : « *when you move too much and the Snapchat filter comes off* » associée à deux images avant et après la métamorphose de la reine.

Un autre exemple met en avant l'interactivité des Fans des contes Disney sur Facebook. Le mème d'*Azhaya Lax* (image n° 15) nous montre une image de Cendrillon avec des cernes sous les yeux après avoir regardé Netflix toute la nuit. Elle écrit: « *Me: need to fix my sleep schedule -Also me at 2 AM* ». Cet humour reflète l'enthousiasme et la passion actuelle des jeunes pour les séries Netflix, qui exercent une grande influence sur eux et peuvent même façonner leurs vies et leurs choix (s'inspirer des personnages des séries ou de leur style vestimentaire par exemple).

When you move too much & the snapchat filter comes off



Image n° 14

Me: I need to fix my sleep schedule
Also me at 2 am:



Image n° 15

Sur TikTok, les tiktokeurs changent totalement les finalités des contes Disney. « *Island Guidance* » parodie Cendrillon, Blanche Neige, La Belle et la Bête, ou encore la Petite Sirène... Il nous propose une histoire différente de Cendrillon : celle-ci est empêchée par sa marâtre de se préparer pour aller s'amuser au parc d'attractions *Walibi* à Lyon avec ses sœurs Anissa et Wejdene et fêter avec le prince qui aime surtout les filles qui savent *twerker* (danser). Quant à Blanche Neige, elle raconte sa première discussion avec le prince charmant sur l'application de rencontre *Tinder*⁸ et elle découvre plus tard qu'il n'est qu'un menteur. Sur Youtube aussi nous trouvons plusieurs vidéos de princesses parodiées, nous citons l'exemple du youtubeur *Kevsora* avec une vidéo sous-titrée : « *Raiponce : où est la sortie ?* » (publiée pendant la période de confinement où les gens sont devenus enfermés comme la princesse dans son palais), parodiant la chanson de Disney dans le film animé de Raiponce, la princesse chante : « Sept heures c'est le cauchemar, j'ai les tifs en pétard, sur mon carreau, c'est patinoire de désespoir, je sais plus quoi inventer, pour ne pas me faire chier, j'essaye de m'instruire, j'ai des torchons à lire, je peins avec du beurre, pour faire passer les heures, je me

⁸ **Tinder**® est l'application de rencontres la plus populaire au monde, lancée en mai 2012 par Sean Rad, Joe Munoz, Justin Mateen, Alexa Mateen, Dinesh Moorjani, Jonathan Badee et Whitney Wolfe Herd.

prends pour Mozart, je tricote pour mes cafards, ma mère a cru que j'étais sa grue »⁹. Dans une autre vidéo « *Ecoute La Loi Et Reste Chez Toi* »¹⁰, sa mère Gothel lui répond : « [...] Je sais que tu as des envies de sorties, mais l'épidémie n'est pas finie, écoutes petite, écoutes la loi, même si c'est inhumain, et surtout laves toi bien les mains, ce n'est pas des mots en l'air, voilà ce que je suggère, tombes pas malade et restes avec moi, écoutes la loi [...] ».

En outre, le phénomène des Fanfictions apporte plusieurs enseignements à la compréhension des enjeux de la théorie de Transmédia Storytelling. Un point très essentiel pour Henri Jenkins qui s'intéresse aux productions des Fans de Harry Potter, la Fanfiction est définie comme : « un sous-genre littéraire [...] explosé avec Internet. Ses adeptes s'emparent de personnages de fiction pour leur faire vivre d'autres aventures » (Dehesdin, 2013). Donc, les Fanfictions sont des détournements proposés par les Fans sur Internet pour amender ou même totalement transformer l'œuvre qu'ils adorent (roman, film, manga, conte...). Cette dernière décennie, plusieurs plateformes spécialisées en la matière émergent, tels que les sites anglophones de fanfiction.net, Archive Of Our Own et Wattpad, la plus populaire plateforme gratuite de narration sociale en ligne, où les auteurs et les lecteurs du monde entier peuvent publier, lire et partager des histoires fictionnelles de tout genre, leur permettant ainsi de participer aux concours des Wattys (concours de la meilleure fiction sur Wattpad).

Wattpad se distingue des autres plateformes par la facilité de communication et d'interactivité entre les Fans intéressés par un domaine particulier en partageant et commentant leurs textes dérivés. Les dérivations des contes Disney sur Wattpad varient entre récits d'amour, de science-fiction, de parodies... Les récits parodiques de « *Petite Violette* » à titre d'illustration racontent des versions comiques de Blanche Neige et de La Belle au Bois Dormant. Blanche Neige, à la peau blanche comme un cachet d'aspirine et non pas comme la neige, avait la plus belle collection de Playmobil, plus récente que celle de la reine sorcière. Cette dernière, très jalouse de Blanche Neige, interroge toujours son miroir : « Miroir, mon beau miroir, dis-moi qui a la plus belle collection de Playmobil ? », n'ayant pu obtenir la nouvelle version du jeu, elle décide donc de se débarrasser de Blanche Neige en lui volant sa boîte de Playmobil hors-série limitée de Petit Poney à l'aide de son ami, le chasseur « *bestie* ». « *Petite Violette* » publie une autre parodie de La Belle Au Bois Dormant. Aurore, une jeune fille fan de Selena Gomez tombe amoureuse d'un prince charmant qui ressemble à Justin Bieber, nommé Philippe. Mais le prince a déclaré par la suite via un *tweet* qu'il ne l'aime pas. Aurore se fâche et décide de se venger. Un autre détournement de ce conte publié par l'utilisateur « *Bubblebeautiful* », un récit intitulé « *Quand la Belle au bois dormant se réveille, elle a presque cinquante ans* » raconte avec beaucoup d'humour la vérité de la princesse qui, au bout de cent ans, se réveilla de son interminable sommeil avec l'apparence d'une femme de cinquante ans. Persuadée d'être toujours jeune, elle se regarda dans le miroir qui se trouvait juste en face, les rides avaient pris la place de sa peau lisse et rosée et ses cheveux jadis blonds or étaient à présent grisonnants par endroit.

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=-F0kxOWo2iI>. Consulté le : 03/07/2023.

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=wg2iyoanlw0>. Consulté le : 03/07/2023.

Bref, la créativité des Fans est multiforme, en renouvellement constant, prenant à chaque fois un aspect différent pour redonner vie au conte selon les exigences de l'époque. Le conte se rajeunit et se (ra)conte à travers ces médias interactifs où il n'est, en effet, pas possible de tous les présenter dans ce travail. Nous pensons, en revanche, que nos exemples choisis montrent et clarifient la participation des Fans et leurs expériences transmédias faisant errer le conte d'un média à/ vers un autre à travers l'humour.

Pour conclure, notre article s'attache à démontrer comment l'humour numérique apparaît comme une expérience transmédia revisitant le conte. En effet, grâce à la flexibilité de ce dernier, et grâce à la diversité des médias actuels, nous sommes arrivées à la conclusion que les Fans sur plusieurs supports de diffusion et d'interactivité enrichissent de plus en plus l'univers du conte. Par le biais du ludique, les internautes prouvent la puissance évocatrice de ces histoires d'un autre temps.

Les parodies, les mèmes et les dérivations humoristiques des Fans se présentent comme une nouvelle forme de narration caractérisée par l'utilisation combinée de divers médias où chaque plateforme offre au récit de départ un regard nouveau, et renouvelle la matrice du conte pour l'adapter au contexte contemporain. En réalité, ces pratiques *transmédiées* où l'humour domine, s'engagent dans un travail de modernisation reflétant une époque caractérisée par l'évolution perpétuelle des technologies médiatiques.

Les contributions et les créations des Fans, souvent réduits au rôle de consommateurs simples et passifs, méritent d'être au centre de l'attention dans le domaine des recherches médiatiques, littéraires et artistiques car elles ouvrent de nouveaux horizons et pistes notamment avec le développement actuel des médias numériques.

BIBLIOGRAPHIE

BONNARD, Martin, « Mélanie Bourdaa : Les Fans. Publics actifs et engagés », *Lectures* [En ligne], Les comptes rendus, mis en ligne le 19 mai 2022, consulté le 01 juillet 2023. DOI : <https://doi.org/10.4000/lectures.56323>

BOURDAA, Mélanie, *Les Fans. Publics actifs et engagés*, coll. « Les enfants du numérique », C&F Editions, Caen, 2021.

BREMOND, Claude, « Le message narratif », *Communications*, vol. 4, n° 4, 1964, pp. 4–32.

CLERMONT, Philippe, HENKY, Danièle (éds.), *Transmédialité du conte*, Peter Lang, Berlin, 2019.

DI FILIPPO, Laurent, LANDAIS, Émilie (dir(s).), *Dispositifs transmédias, convergences et publics : construire et penser les relations entre médias*, Néothèque Éditions, 2017, Actes du colloque international « Dispositifs transmédias, convergences et constructions des publics », Université de Lorraine Metz, 24 et 25 mai 2012.

DAWKINS, Richard, *Le Gène égoïste*, Odile Jacob, Poche, 1976.

DEHESDIN, Cécile, « La fanfiction peut-elle devenir un genre littéraire à part entière ? », Mise en ligne le : 26 Novembre 2013, Disponible sur : www.slate.fr, consulté le : 05 Juillet 2023.

GAIOTTI, Florence, « Les parodies : une expérience à faire avec les contes ? », Synergies France, n° 7, 2010, pp. 13-20.

GENETTE, Gérard, *Palimpsestes*, Seuil, Paris, 1982.

JENKINS, Henri, *Fans, bloggers, gamers: Exploring participatory culture*, NYU Press, New York, 2006.

JENKINS, Henri, *La Culture de la convergence. Des médias au transmédia*, trad. de C. Jaquet, Armand Colin/INA, Paris, 2013 (2006).

JENKINS, Henri, « La licorne origami contre-attaque : Réflexions plus poussées sur le transmédia storytelling », *Terminal*, Technologie de l'information, culture & société, 2013, pp. 11-28. DOI : <https://doi.org/10.4000/terminal.455>.

JENKINS, Henri, « Transmédia Storytelling 101 », 2007, Disponible sur : http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html. Consulté le : 01 Juillet 2023.

JOUXTEL, Pascal, *Introduction à la mémétique*, Le Pommier, Paris, 2005.

Le transmédia dans tous ses états, Les cahiers de veille de la Fondation Télécoma, Paris, Mai 2012, disponible sur : <https://www.fondation-mines-telecom.org/>

SANGSUE, Danièle, *La Parodie*, coll. « Contours littéraires », Hachette Supérieur, Paris, 1994.

SEPULCHRE, Sarah, « Les Constellations narratives, Que font les téléspectateurs des adaptations multimédiatiques des séries télévisées ? », *TV/Séries*, n° 3, 2013, Disponible sur : <https://journals.openedition.org/tvseries/729> , Consulté le : 03 Juillet 2023.

<https://www.universalis.fr/encyclopedie/parodie-litterature/2-histoire-de-la-notion-de-parodie/>
Consulté le 05 Juillet 2023.