



LES FÉMININS DANS LES CLIPS
MUSICAUX CONTEMPORAINS :
FORMES VISUELLES DU POP
FÉMINISME



**NO MEN WERE HARMED
IN THE MAKING OF THIS VIDEO**



MASTER : Etudes culturelles : image, espace, médias

Mémoire sous la direction Mme Aline Caillet

Présenté et soutenu par Jessica Dufaud

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	P.02
INTRODUCTION.....	P.04
I. Le clip musical : espace de représentation et problématisation.....	P.15
I.1 Le clip musical : évolution et reconnaissance.....	P.15
A) Histoire.....	P.15
B) Plateformes numérique.....	P.19
I.2 Le clip musical à l'ère globale : circulations des images, fabrication des stars.....	P.26
A) Circulation mondiale des clips.....	P.26
B) La construction de la star dans le clip musical contemporain : entre image médiatique et société du spectacle	P.32
I.3 Le clip comme objet d'étude dans la recherche.....	P.38
A) Le clip comme espace de représentation.....	P.38
B) le lien avec le féminisme pop.....	P.43
II. Analyse des représentations des féminités dans le clip pop.....	P.49
II.1 Femmes centrales et maîtrise du regard.....	P.49
A) <i>Woman</i> de Doja Cat : Figures féminines centrales, contrôle du regard et puissance collective.....	P.49
B) <i>Look What You Made Me Do</i> de Taylor Swift : Réappropriation de l'image, autodérision.....	P.58
II.2 Le corps comme outil de l' <i>empowerment</i>	P.67
A) <i>God Is A Woman</i> de Ariana Grande : Corps performatif : Sororité, gestualité et sexualité.....	P.68
B) <i>Espresso</i> de Sabrina Carpenter : L'hyperféminité et le glamour comme stratégie et pouvoir visuel.....	P.76
II.3 Entre autonomie, politisation et normes : les paradoxes de l' <i>empowerment</i> pop.....	P.86
A) <i>Body</i> de Megan Thee Stallion : affirmation corporelle, sexualisation stratégique et contradictions du pouvoir dans la pop.....	P.86
B) <i>Brown Skins Girl</i> de Beyonce : Représentations des corps noirs, résistance visuelle et limites du féminisme pop.....	P.93
III. Pop féminisme, industries culturelles et politiques de l'image.....	P.101
III.1. Logiques industrielles et production des féminités.....	P.101
A) Contraintes économiques et stratégies marketing.....	P.101
B) Négociation entre artistes et industrie.....	P.105
III.2. Réception, publics et lectures féministes.....	P.111
A) Appropriations par les publics.....	P.111
B) Lectures critiques et controverses.....	P.116
III.3. Pop féminisme : <i>Empowerment</i> et autonomie.....	P.121
A) Empowerment et sexualisation.....	P.121
B) Autonomie et contrôle de l'image.....	P.126
CONCLUSION.....	P.132
CORPUS.....	P.142
BIBLIOGRAPHIE.....	P.143
SITOGRAPHIE.....	P.149
ANNEXE.....	P.155

Remerciements

Je tiens tout d'abord à exprimer ma sincère reconnaissance à Aline Caillet, pour son accompagnement tout au long de mon Master *Études culturelles : image, espace, médias*. Merci pour sa patience, ses conseils et son écoute, qui m'ont permis d'avancer et de croire en mes capacités, même dans les moments de doute.

Un grand merci à l'ensemble des enseignant·es du Master *Études culturelles : image, espace, médias* pour la qualité de leur enseignement, leur disponibilité et leur accompagnement tout au long de cette année universitaire. Leurs connaissances, leurs conseils et leurs réflexions ont contribué de manière essentielle à l'enrichissement de mon parcours académique et de mes recherches.

Je souhaite adresser mes remerciements les plus profonds à mon père, ma mère et ma sœur. Leur soutien indéfectible, leur présence et leurs encouragements ont été essentiels tout au long de ce parcours. Ils ont toujours été là pour moi, dans les moments difficiles comme dans les réussites, et sans eux je n'aurais pas pu aller jusqu'au bout.

Ce mémoire représente pour moi bien plus qu'un travail universitaire. Mon parcours a été marqué par des difficultés liées à mon syndrome de Turner, ainsi que par la dyslexie et la dysorthographe. Ces obstacles ont parfois rendu les études plus complexes et exigeantes, mais ils m'ont aussi appris à persévérer, à ne pas abandonner et à avancer malgré tout.

Je suis particulièrement reconnaissante envers mes proches pour leur confiance, leur patience et leur force, qui m'ont permis de dépasser mes limites et de mener ce travail à son terme. Leur soutien a été une véritable source de courage.

Enfin, je remercie toutes les personnes qui m'ont accompagnée, aidée ou encouragée, de près ou de loin, au cours de ces années. Chacune, à sa manière, a contribué à rendre ce parcours possible

Résumé : Ce mémoire analyse les manifestations du pop féminisme dans les clips de la pop américaine contemporaine à travers des artistes comme Ariana Grande, Beyoncé, Doja Cat, Megan Thee Stallion, Sabrina Carpenter et Taylor Swift.

Il interroge la manière dont ces productions audiovisuelles, devenues des objets centraux de la culture visuelle numérique, participent à la redéfinition ou à la reproduction des normes de genre. L'étude montre que les clips constituent des espaces d'*empowerment* féminin où s'articulent autonomie artistique et logiques commerciales.

Ils proposent des représentations variées de la féminité, associées à la puissance, à la sexualité et à l'indépendance, tout en maintenant certaines normes esthétiques dominantes. Le pop féminisme s'y exprime principalement par des dispositifs visuels tels que le cadrage, la chorégraphie et la mise en scène du corps, faisant du clip un espace ambivalent entre critique sociale et culture de masse.

Abstract : This dissertation examines the manifestations of pop feminism in contemporary American pop music videos through artists such as Ariana Grande, Beyoncé, Doja Cat, Megan Thee Stallion, Sabrina Carpenter, and Taylor Swift.

It explores how these audiovisual productions, which have become central objects of contemporary digital visual culture, contribute to either redefining or reproducing gender norms. The study shows that music videos function as spaces of female empowerment where artistic autonomy intersects with commercial imperatives.

They offer diverse representations of femininity associated with power, sexuality, and independence, while simultaneously maintaining certain dominant aesthetic standards. Pop feminism is primarily expressed through visual devices such as framing, choreography, and the staging of the body, making the music video an ambivalent space situated between social critique and mass culture.

mots-clés : pop féminisme, clips, empowerment, postféminisme, culture populaire, représentations

Keywords: pop feminism, music videos, empowerment, postfeminism, popular culture, representations

Introduction

Depuis plusieurs décennies, le clip musical occupe une place centrale dans la culture visuelle contemporaine. Diffusé massivement sur les plateformes numériques et les réseaux sociaux, il constitue aujourd'hui l'un des principaux moyens de diffusion et de circulation des images au sein de la culture populaire. À la fois objet audiovisuel, support promotionnel et forme artistique, le clip participe à la construction d'univers symboliques, à la mise en scène des identités et à la production de représentations sociales largement diffusées à l'échelle globale.

Il se distingue par sa capacité à condenser, en quelques minutes, une forte charge esthétique, narrative et symbolique, immédiatement accessible et partageable par les publics. Cette diffusion à grande échelle contribue à faire du clip un espace privilégié d'expression des imaginaires contemporains, notamment en ce qui concerne les questions de genre.

Le choix de s'intéresser aux clips musicaux s'explique par la place centrale qu'ils occupent aujourd'hui dans la production et la diffusion des représentations visuelles au sein de la culture populaire. Comme le montrent Diane Raiton et Paul Watson, universitaires britanniques spécialisés dans les études culturelles, les médias et la musique populaire, dans leur ouvrage *Music Video and the Politics of Representation* « Les clips musicaux ne sont pas de simples publicités ; ils sont, comme le suggère Thomas Doherty, à la fois “promotion et produit” et, à ce titre, ont modifié la nature de la musique contemporaine. »¹ les clips sont progressivement devenus de véritables objets audiovisuels autonomes participant à l'assemblage culturels et politiques.

Bien qu'ils partagent avec la publicité certaines logiques promotionnelles et une forte dimension esthétique, les clips musicaux ne peuvent être réduits à de simples outils commerciaux. Contrairement à la publicité, dont l'objectif principal est la promotion directe d'un produit ou d'un service à travers un message persuasif et concis, le clip musical combine stratégie promotionnelle, création artistique et narration visuelle. Il participe à la construction

¹ RAILTON Diane, WATSON Paul, *Music Video and the Politics of Representation*, Édimbourg, Edinburgh University Press, trad. Jessica Dufaud, 2011, p.02. Citation originale : « Music videos are not simply advertisements; they are, rather, as Thomas Doherty suggests, both “promo and product” and, as such, have “revised the nature of contemporary music”. »

d'univers symboliques, à la fabrication de l'identité médiatique des artistes et à la production de discours sociaux et culturels.

Le choix de se concentrer sur la pop américaine contemporaine répond à des enjeux scientifiques et culturels. L'industrie musicale américaine occupe en effet une position dominante dans la production culturelle mondiale et participe largement à la diffusion internationale de modèles esthétiques, sociaux et médiatiques.

Dans ce contexte, l'analyse des clips ne peut être dissociée de la figure de la pop star. Une pop star, ou icône pop, désigne une artiste issue de la musique pop ou, plus largement, de la culture populaire contemporaine, dont la notoriété dépasse le cadre strict de la production musicale. Elle constitue une figure médiatique construite, dont l'image se déploie à travers différents supports : clips, performances, médias et réseaux sociaux participant à la diffusion de représentations sociales à grande échelle. Le clip apparaît ainsi comme un dispositif central dans la construction de cette identité médiatique.

Par ailleurs, la pop américaine constitue un espace central dans le développement du pop féminisme. Dans *Le féminisme pop : La défaillance de nos étoiles*, Sandrine Galand, chercheuse québécoise spécialiste des études féministes et de la culture populaire, montre que la culture populaire contemporaine joue un rôle majeur dans la diffusion médiatique des discours féministes, notamment à travers des figures artistiques qui revendiquent publiquement des formes d'*empowerment* féminin. Si la pop américaine occupe une position dominante dans la circulation globale des biens culturels les figures du féminisme pop étudiées par Galand s'inscrivent dans des industries culturelles dominantes et hégémoniques :

« Le féminisme pop m'apparaît d'abord simplement pop au sens où le comprennent les chercheur·e·s en études culturelles, nonobstant leurs allégeances conceptuelles, théoriques ou idéologiques. Par-là, j'entends qu'il participe de la culture populaire et qu'il est issu des industries culturelles. »²

Si la pop américaine occupe une position dominante dans la circulation globale des biens culturels, les figures du féminisme pop étudiées par Sandrine Galand s'inscrivent dans des industries culturelles elles-mêmes dominantes et hégémoniques. Le féminisme pop ne se

² GALAND, Sandrine, *Le féminisme Pop: La défaillance de nos étoiles*, les éditions du remue-ménage, Montréal, 2022, p.68.

constitue donc pas en dehors des structures de production médiatique, mais émerge au sein même d'un système industriel caractérisé par une forte concentration économique, une capacité de diffusion internationale et un pouvoir considérable dans la production des imaginaires contemporains. En ce sens, les discours féministes portés par les artistes pop participent d'un ensemble de représentations façonnées par des logiques industrielles qui déterminent les conditions de leur visibilité, de leur circulation et de leur réception. Cette inscription dans des industries culturelles hégémoniques confère au féminisme pop une portée particulièrement étendue. Grâce à la puissance des médias états-unis et à leur rôle central dans la mondialisation culturelle, les figures féminines de la pop américaine bénéficient d'une visibilité exceptionnelle

Des artistes comme Taylor Swift ou Ariana Grande illustrent la capacité des clips à articuler narration, mise en scène et stratégies de visibilité, et ils permettent d'observer comment des discours d'autonomie et d'*empowerment* se diffusent à grande échelle.

Le corpus étudié rassemble un ensemble de vidéoclips produits entre 2017 et 2024 offrant une vision contemporaine des tendances visuelles et narratives de la pop américain, à une époque où la circulation des contenus sur les plateformes numériques comme TikTok, ou Instagram.

Il se compose d'un ensemble de clips musicaux parmi lesquels *God Is a Woman* d'Ariana Grande (2018), *Brown Skin Girl* de Beyoncé (2020), *Woman* de Doja Cat (2021), *Body* de Megan Thee Stallion (2020), *Espresso* de Sabrina Carpenter (2024) ainsi que *Look What You Made Me Do* de Taylor Swift (2017).

Réalisées par des metteurs en scène reconnus tels que Dave Meyers, Joseph Kahn, Colin Tilley ou Lauren Dunn, ces productions offrent un panorama représentatif des esthétiques visuelles et des dispositifs narratifs à l'œuvre dans la pop contemporaine. Elles permettent d'interroger la manière dont les clips participent à la mise en scène de l'identité médiatique des artistes, tout en mobilisant des stratégies visuelles variées pour construire et diffuser des représentations du féminin.

Ce corpus montre que les clips étudiés participent à la diffusion mondiale de plusieurs représentations du féminin, reflétant une diversité d'identités, de corps, d'origines et de formes

d'*empowerment*. La variété des esthétiques et des styles musicaux permet d'analyser comment narration, visuel et mise en scène créent des espaces distincts de féminité, allant de l'affirmation corporelle et sexuelle à la célébration de la force, de l'autonomie et de la diversité culturelle.

Ces vidéos sont particulièrement pertinentes pour l'étude du pop féminisme, car elles illustrent comment des formes multiples de féminité s'expriment à travers des discours artistiques, tout en s'inscrivant dans des industries culturelles dominantes. Elles montrent comment la pop américaine contemporaine produit et diffuse des féminités variées, visibles à grande échelle et capables d'influencer les imaginaires culturels mondiaux.

C'est dans le sillage du renouvellement du mouvement #MeToo en 2017, et de l'exigence mondiale visant à mettre fin aux violences sexistes et sexuelles, que le féminisme pop s'impose encore plus dans le paysage culturel *mainstream*, notamment dans les clips musicaux, où l'*empowerment*, la sororité et l'autonomie des femmes sont mis en scène de manière visible et revendiquée ³

Les recherches consacrées au clip musical convergent aujourd'hui vers l'idée que ce format occupe une place stratégique dans la culture visuelle contemporaine. D'abord conçu comme un outil promotionnel destiné à accompagner la diffusion d'une chanson, il est désormais reconnu comme une forme esthétique autonome, dotée de ses propres codes narratifs et d'un rôle central dans la construction des identités médiatiques. Les travaux fondateurs sur l'histoire du clip, notamment ceux de Laurent Jullier et Julien Péquignot, deux chercheurs français ayant contribué à légitimer le clip musical comme objet d'étude universitaire, ont montré qu'il ne s'agit pas simplement d'un produit de l'industrie musicale moderne, mais d'un dispositif inscrit dans un continuum de pratiques associant musique et image depuis la fin du XIX^e siècle.

L'avènement de MTV au début des années 1980 marque une étape décisive en institutionnalisant le clip comme média dominant, capable d'imposer des standards esthétiques et de structurer la visibilité des artistes à l'échelle mondiale. Toutefois, la recherche souligne que la transformation la plus significative intervient avec la transition numérique. Les plateformes telles que YouTube, puis les réseaux sociaux visuels comme Instagram et TikTok, ont profondément reconfiguré l'économie de la diffusion musicale. Le clip est désormais conçu

³ Réal. BAUDOUIN Élise, WIZMAN Ariel, *Pop féminisme – Des militantes aux icônes pop*, ARTE France, 2020, 0:28 - 0:53.

comme une unité circulante, susceptible d'être fragmentée, détournée, mise en boucle et appropriée par les publics. Cette logique de viralité et ces nouveaux usages influencent non seulement les modes de réception, mais également les formes de production des images, qui sont désormais pensées pour leur circulation globale.

Dans le champ des études culturelles, le clip est largement analysé comme un espace de production de représentations. Diane Railton et Paul Watson montrent que les conventions visuelles du vidéoclip participent à la construction des normes sociales, en définissant des modèles de féminité, de masculinité, de réussite ou encore de désir au sein de la culture populaire. Le clip ne constitue donc pas un simple reflet de la réalité sociale, mais un dispositif actif dans la fabrication des imaginaires contemporains.

Les analyses féministes ont particulièrement interrogé ces mécanismes de représentation. La théorie du *male gaze*, développée par Laura Mulvey, a mis en évidence la structuration des images audiovisuelles autour d'un regard masculin dominant, contribuant à l'objectification du corps féminin. Cependant, les recherches issues des *gender studies*, notamment celles de Judith Butler et Teresa de Lauretis, ont permis de dépasser cette approche en concevant le genre comme une construction performative. Dans cette perspective, le clip apparaît non seulement comme un espace de reproduction des normes, mais également comme un lieu de réappropriation, de négociation et de transformation des identités.

Par ailleurs, l'analyse du clip musical est indissociable de celle de la figure de la star. Les travaux de Richard Dyer ont établi que la star constitue une construction médiatique, produite à travers un ensemble d'images et de discours circulant dans les médias. L'identité de la pop star ne relève donc pas d'une essence individuelle, mais d'une *persona* élaborée par les industries culturelles. Le clip s'impose ainsi comme un dispositif central dans cette construction, en articulant esthétique, narration et performance afin de stabiliser une image artistique cohérente et reconnaissable.

Enfin, le développement du pop féminisme constitue un axe majeur des recherches contemporaines sur la culture populaire. Comme l'analyse Sandrine Galand, les discours féministes se sont progressivement intégrés aux industries culturelles, devenant plus visibles et accessibles à un large public, notamment à la suite du mouvement #MeToo. Le clip musical apparaît alors comme un vecteur privilégié d'un féminisme médiatisé, circulant à grande

échelle. Toutefois, ces travaux soulignent également l'ambivalence de ce phénomène : si le clip permet une diffusion accrue des revendications féministes, il s'inscrit simultanément dans des logiques commerciales susceptibles de simplifier ou de neutraliser leur portée critique.

Ainsi, les recherches existantes mettent en évidence le rôle central du clip dans la production des représentations genrées, dans la construction des identités médiatiques et dans la diffusion du féminisme dans la culture populaire. Toutefois, elles s'intéressent encore relativement peu aux modalités concrètes par lesquelles le pop féminisme se manifeste visuellement dans les clips contemporains. En particulier, les dispositifs visuels tels que le cadrage, la chorégraphie, la mise en scène du corps ou l'esthétique restent encore insuffisamment analysés en tant que lieux spécifiques d'expression du discours féministe.

C'est dans cette perspective que s'inscrit le présent mémoire, qui se propose d'analyser la manière dont le pop féminisme se manifeste à travers les formes visuelles des clips pop contemporains. Dans ce cadre, une problématique centrale se dégage.

Comment le pop féminisme se manifeste-t-il dans les clips pop contemporains, et dans quelle mesure ces représentations visuelles participent-elles à la fois à la redéfinition et à la reproduction des normes de genre ?

Afin d'apporter des éléments de réponse à cette problématique, plusieurs hypothèses ont été formulées et serviront de cadre à l'analyse développée dans ce mémoire.

Hypothèse 1 : les clips pop contemporains constituent des espaces de mise en scène de l'*empowerment* féminin, dans lesquels les artistes apparaissent comme des figures centrales, capables d'affirmer leur autonomie et de maîtriser leur image.

En effet, le clip musical, en tant que format audiovisuel court et fortement visuel, repose sur une logique de centralité de l'interprète, qui devient le point focal de la narration et de la représentation. Cette centralité permet aux artistes de construire une image publique cohérente, reposant sur des formes de contrôle du regard, du corps et de la performance.

Dans ce cadre, l'*empowerment* ne se réduit pas à un discours explicite, mais s'inscrit dans une mise en scène globale qui articule esthétique, posture et gestuelle. Le clip apparaît ainsi

comme un espace dans lequel se donnent à voir des figures féminines capables d'occuper l'écran, de diriger l'attention et de produire leur propre représentation. Cette hypothèse conduit à envisager les clips comme des lieux de construction de formes contemporaines d'affirmation de soi, dans lesquelles la féminité est associée à la maîtrise, à la visibilité et à la capacité d'agir dans l'espace médiatique.

Hypothèse 2 : ces représentations sont traversées par une tension entre discours d'émancipation et logiques industrielles, dans la mesure où elles s'inscrivent dans des dispositifs médiatiques soumis à des impératifs de visibilité, de rentabilité et de circulation.

Toutefois, cette mise en scène de l'*empowerment* ne peut être dissociée des contraintes propres aux industries culturelles. Les clips musicaux s'inscrivent en effet dans des dispositifs médiatiques qui répondent à des impératifs de visibilité, de rentabilité et de circulation, déterminant en partie leurs formes et leurs contenus. En tant que productions issues d'un système industriel, ils ne peuvent être envisagés indépendamment des logiques économiques et médiatiques qui conditionnent leur diffusion à grande échelle.

Dans cette perspective, il est possible de supposer que les représentations d'émancipation féminine coexistent avec des mécanismes de normalisation. Les formes d'*empowerment* mises en scène peuvent ainsi répondre à des attentes préexistantes en matière d'esthétique, de visibilité ou de désirabilité, ce qui introduit une tension entre affirmation du pouvoir féminin et adaptation aux normes de l'industrie culturelle. Le pop féminisme se présente dès lors comme un espace ambivalent, dans lequel les discours d'émancipation se développent non pas en dehors, mais au sein même des structures médiatiques dominantes, ce qui en transforme les modalités d'expression.

Hypothèse 3 : les clips participent à une reconfiguration des représentations du féminin, en proposant une pluralité de modèles identitaires puissance, sexualité, sororité tout en maintenant certaines normes esthétiques dominantes.

Les clips pop contemporains participeraient également à une reconfiguration des représentations du féminin au sein de la culture populaire. En proposant des figures variées — associées à la puissance, à l'indépendance, à la maîtrise de soi ou encore à la valorisation du

corps. Ils contribueraient à élargir les modèles de féminité visibles dans l'espace médiatique. Cette multiplicité des représentations permet d'envisager une diversification des formes d'identification, en rupture relative avec des modèles plus homogènes du féminin.

Cependant, cette transformation ne s'effectue pas nécessairement sur le mode de la rupture. Elle semble plutôt s'inscrire dans une dynamique de recomposition, dans laquelle des éléments nouveaux coexistent avec des normes préexistantes. Certaines formes esthétiques dominantes notamment en lien avec le corps, la mise en scène du désir ou la performance tendent à se maintenir, malgré l'émergence de nouvelles figures. Cette hypothèse conduit ainsi à penser la reconfiguration du féminin comme un processus ambivalent, dans lequel innovation et continuité se déploient conjointement.

Hypothèse 4 : le pop féminisme se manifeste principalement à travers des dispositifs visuels spécifiques cadrage, chorégraphie, mise en scène du corps ou esthétique qui permettent de rendre ces discours immédiatement perceptibles dans la culture contemporaine.

Enfin, le pop féminisme se manifesterait principalement à travers des dispositifs visuels spécifiques. À la différence de formes plus discursives du féminisme, le clip musical repose sur une articulation entre image, mouvement et performance, qui confère une place centrale au visuel dans la production de sens. Les choix de cadrage, les chorégraphies, la stylisation du corps ou encore les compositions esthétiques participent directement à la construction des représentations.

Ces dispositifs visuels ne se contentent pas d'accompagner un discours : ils en constituent un mode d'expression à part entière. Ils permettent de rendre les formes d'*empowerment* immédiatement perceptibles et de favoriser leur diffusion dans un contexte médiatique caractérisé par la rapidité de circulation des images. Le pop féminisme apparaît ainsi comme un phénomène profondément visuel, dans lequel l'image joue un rôle essentiel dans la mise en scène, la transmission et l'appropriation des discours féministes dans la culture contemporaine.

Afin de répondre à la problématique posée et de vérifier les hypothèses formulées, ce mémoire s'organise en trois parties complémentaires, articulées selon une progression logique

allant de la définition et de la contextualisation de l'objet étudié à son analyse, puis à l'interprétation de ses enjeux dans le cadre plus large des industries culturelles et de la culture médiatique contemporaine. Cette organisation permet de croiser une approche théorique et une analyse empirique, afin de saisir la complexité des phénomènes à l'œuvre dans les clips pop contemporains.

Dans un premier temps, la première partie est consacrée à l'étude du clip musical en tant qu'objet de recherche. Il s'agira d'en interroger les spécificités en revenant sur son évolution historique, depuis ses premières formes audiovisuelles jusqu'à son institutionnalisation comme format central de l'industrie musicale. Une attention particulière sera portée aux transformations liées à l'ère numérique, qui ont profondément modifié les conditions de production, de diffusion et de réception des clips. Cette partie permettra également de situer le clip dans le champ des études culturelles en mobilisant des cadres théoriques issus notamment des *cultural studies* et des *gender studies*. Ces approches théoriques offriront des outils d'analyse essentiels pour comprendre le rôle du clip dans la construction des représentations sociales, et plus particulièrement dans la mise en scène des identités genrées et des rapports de pouvoir à travers l'image.

Dans un second temps, la deuxième partie propose une analyse du corpus, à partir de l'étude des clips sélectionnés. Elle vise à interroger les différentes formes de mise en scène des féminités dans la pop contemporaine, en s'intéressant aux modalités visuelles, narratives et performatives qui structurent ces représentations. Sans se limiter à une lecture descriptive, cette partie cherchera à mettre en évidence les logiques à l'œuvre dans la construction des figures féminines, en analysant les dispositifs esthétiques mobilisés par les artistes. L'objectif sera notamment de comprendre comment les corps, les regards, les postures et les univers visuels participent à produire du sens et à construire des modèles de féminité. Cette analyse permettra également de mettre en lumière les tensions qui traversent ces représentations, notamment entre affirmation de l'*empowerment*, visibilité du corps et persistance de certaines normes esthétiques dominantes.

Enfin, la troisième partie s'intéresse aux logiques de production et de réception du pop féminisme, afin d'élargir l'analyse à son inscription dans les dynamiques contemporaines des industries culturelles. Il s'agira d'interroger les contraintes économiques, médiatiques et symboliques qui influencent la création et la diffusion des clips, en mettant en évidence les

stratégies de mise en visibilité des artistes et les conditions de construction de leur image publique. Cette partie accordera également une attention particulière à la réception par les publics, en analysant les processus d'appropriation, de négociation et de lecture critique des images. L'objectif sera ainsi de comprendre comment les représentations produites par les clips circulants sont interprétées et participent à la formation des imaginaires sociaux, dans un contexte marqué par la centralité des médias numériques et la diffusion massive des contenus visuels.

Dans cette perspective, il apparaît nécessaire d'envisager le clip musical comme un objet de recherche à part entière. L'analyse des représentations du féminin et du pop féminisme ne peut en effet se limiter à l'observation des images produites, mais suppose une prise en compte des conditions d'émergence et d'évolution de ce format ainsi que des logiques médiatiques qui en structurent la production et la diffusion.

Le clip musical constitue aujourd'hui un espace central de la culture visuelle contemporaine, dans lequel se construisent des formes de représentation, des identités médiatiques et des modèles culturels largement diffusés. Comprendre les enjeux qui s'y déploient implique dès lors d'en interroger les spécificités, les transformations et les cadres théoriques qui permettent d'en analyser les usages et les significations.

I. Le clip musical : espace de représentation et problématisation

I.1 Le clip musical : évolution et reconnaissance

A) Histoire

Avant de retracer son évolution ou d'analyser ses formes, il est d'abord nécessaire de définir ce qu'est un clip musical. Apparu dans le paysage audiovisuel comme un format associant musique et images, le clip s'inscrit à la croisée de plusieurs pratiques, notamment le cinéma, la télévision et l'industrie musicale. Sa définition n'est pas toujours évidente, car elle a évolué au fil du temps et selon les contextes de diffusion. Dans l'ouvrage *Le clip : Histoire et esthétique* de Laurent Jullier et Julien Péquignot se posent la question :

« Qu'est-ce qu'un clip ? [...] Le clip fait désormais partie de l'espace public [...] il est devenu un objet audiovisuel familier que l'on croise à la télévision, dans les bars ou en ligne. Tout le monde sait reconnaître un clip, mais ce savoir relève surtout d'une définition d'usage plutôt que d'une définition précise [...] On parle souvent de "vidéoclip", "clip vidéo" ou "clip musical", car d'autres productions audiovisuelles peuvent aussi être appelées clips [...] La plupart des langues associent ainsi trois éléments pour définir le clip : le musical, la vidéo et la promotion. »⁴

Le clip vidéo est devenu omniprésent, facilement reconnaissable malgré la difficulté à définir précisément car c'est un format, un produit à la fois artistique (musique et image) et commercial, caractéristique des industries culturelles contemporaines.

Il s'agit ainsi d'un objet hybride : artistique par la mise en scène et la créativité visuelle, sonore par l'accompagnement musical, et commercial par sa fonction de diffusion et de promotion de l'artiste ou de l'œuvre. Cette articulation contribue à faire du clip un dispositif central de la culture médiatique contemporaine, caractérisé par sa large diffusion, sa reconnaissance immédiate et sa capacité à porter des enjeux à la fois artistiques et promotionnels. Le clip se situe donc à l'intersection de l'art, de la communication, du

⁴ JULLIER Laurent, PÉQUIGNOT Julien, *Le clip : Histoire et esthétique*, Armand Colin, Paris, 2013.p.09

divertissement et des logiques commerciales incarnant une forme audiovisuelle familière dans notre société.

Aux tout débuts du cinéma, des inventeurs cherchent à faire correspondre le son et l'image à l'écran. Dans l'histoire du clip musical, certaines innovations techniques et culturelles ont joué un rôle important dans le développement des relations entre musique et image. En 1902, les Phonoscènes marquent une étape majeure, constituant l'un des premiers exemples de ce qui deviendra plus tard le clip musical. Comme le soulignent Laurent Jullier et Julien Péquignot

« Il est tout à fait défendable de faire commencer l'histoire du clip bien avant ce qui est aujourd'hui appelé clip. Des objets comme les Illustrated songs, les phonoscènes, les soundies et autres Telescriptions présentent en effet nombre de similarités avec notre clip, et ce dès la fin du xixe siècle et le début du xxe. Mises en scène et en images de chansons populaires, caractère industriel de la production, intention marchande (partitions, concerts, enregistrements, etc.) »⁵

Puis dans les années 1960, le scopitone apparaît qui est un jukebox audiovisuel associant le son et l'image et permet de diffuser des chansons accompagnées d'images filmées (voir annexe 1, fig.1). À propos de cette période, Laurent Jullier et Julien Péquignot soulignent le cas particulier de la France dans l'évolution du clip.

« La France mérite que l'on s'arrête sur son cas car elle réunit à elle seule deux particularités : elle passa à travers l'explosion de la musique sur les écrans dans les années 1960 et 1970, tout en produisant un objet singulier, le scopitone, qui se révéla populaire jusqu'aux États-Unis. »⁶



Annexe 1, fig.1 : Scopitone de marque Tel-A-Sign (Chicago), modèle n° 450

⁵ Ibid., p. 11.

⁶ Ibid., p. 13.

En soulignant le rôle du scopitone, cela montre que le développement du clip ne suit pas une trajectoire unique ou linéaire. Le scopitone représente ainsi une forme intermédiaire dans l'histoire du clip : il anticipe certains éléments du clip moderne, comme la mise en images d'une chanson et sa diffusion auprès du public dans un but de promotion musicale. Le fait qu'il ait rencontré du succès jusqu'aux États-Unis montre également que ces premières formes audiovisuelles participent à la circulation internationale des modèles liés à la musique filmée.

Le 1er août 1981 marque un tournant dans l'histoire de la télévision et de la musique : Music Television, plus connue sous le nom de MTV, commence à émettre 24h/24 grâce au câble et aux réseaux satellites. Cette nouvelle chaîne révolutionne la manière dont le public découvre la musique, en donnant une place centrale aux clips vidéo, jusque-là secondaires dans les médias traditionnels.

Le tout premier clip diffusé fut *Video Killed the Radio Star* du groupe britannique The Buggles, composé de Geoff Downes et Trevor Horn. Les paroles reflétaient parfaitement cette révolution : « ils se sont attribué le mérite de ta deuxième symphonie. Réécrite par une machine grâce à une nouvelle technologie. Et maintenant je comprends les problèmes que tu pouvais percevoir »⁷. Ce choix symbolisait le passage de la musique radiophonique à l'ère visuelle, et annonçait l'influence majeure que MTV allait avoir sur la culture pop⁸.

Dans l'héritage commun d'une certaine génération les clips sont indissociables de la chaîne américaine MTV. Détendue par Paramount Global, un géant américain du divertissement. Elle s'inscrit dans le portefeuille de chaînes de Paramount Media Networks. Véritable vitrine du groupe, la chaîne demeure un acteur majeur de la musique, de la télévision. Cette position centrale est d'ailleurs soulignée dans l'ouvrage *Le clip : Histoire et esthétique* :

« Dans la mémoire collective, le clip demeure profondément attaché à MTV et aux années 1980. Dès son apparition, la chaîne cristallisa toutes les méfiances, toutes les attaques, tous les discours apocalyptiques, y compris dans le champ savant. Son empire (en fait celui de Viacom), qui n'a pas cessé de s'étendre dans le monde entier, l'a conduite à être rangée à côté des Coca-Cola, Microsoft et autres conglomérats tentaculaires.

⁷ trad. Jessica Dufaud, Parole originale : « They took the credit for your second symphony Rewritten by machine on new technology and now I understand the problems you could see »

⁸ Ibid., p. 25.

Age d'or ou, au contraire, tombeau mercantile d'un art du clip pas encore « sauvé » par l'Internet, l'ère MTV a donné lieu à de multiples lectures économiques, esthétiques et culturelles. »⁹

Cette citation montre que MTV occupe une position paradoxale : à la fois moteur de démocratisation et de visibilité du clip musical, mais aussi symbole des dérives commerciales et industrielles. MTV essuie de nombreuses critiques, ne se limitant pas au grand public, mais aussi des milieux intellectuels et universitaires. Ils considèrent MTV comme un produit purement commercial, privilégiant l'esthétique visuelle au détriment de la création artistique ou de la qualité musicale.

Cependant, cette dimension commerciale n'empêche pas le clip de devenir simultanément un véritable terrain d'innovation artistique. Il devient ainsi un espace d'expérimentation formelle où s'articulent musique, image et construction d'un univers visuel. Cette liberté créative attire des réalisateurs de tous horizons, qu'ils viennent du cinéma ou se consacrent principalement aux clips, chacun apportant sa signature esthétique propre. Progressivement, le clip s'impose non seulement comme un outil stratégique central pour l'industrie musicale, mais aussi comme un levier essentiel du succès commercial et un instrument majeur dans la fabrication de l'image publique des artistes.

Certains réalisateurs, comme John Landis réalisateur du film *The Blues Brothers* 1980 mais aussi du clip *Thriller* de Michael Jackson en 1983. Ou encore Michel Gondry qui a dirigé le film *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* en 2004, tout en réalisant le clip *Army of Me* pour la chanteuse Björk. D'autres figures du cinéma s'aventurent occasionnellement dans le clip : Sofia Coppola, connue pour *Lost in Translation* en 2003, a réalisé le clip *Chloroform* pour le groupe Phoenix en 2023, tandis que Xavier Dolan, réalisateur de *Mommy* en 2014, a dirigé le célèbre clip *Hello* d'Adele, sorti en octobre 2015. D'autres réalisateurs sont quant à eux surtout connus pour leurs clips. Dave Meyer, encouragé par Gus Van Sant, a ainsi réalisé plus d'une centaine de clips devenus iconiques, parmi lesquels *Espresso* de Sabrina Carpenter, *No Tears Left to Cry* et *God Is a Woman* d'Ariana Grande.

Cette diversité de réalisateur apporte au-delà de la fonction promotionnelle du clip leur univers visuel et esthétique. À titre d'exemple, Tim Burton impose un style sombre et morbide, tandis que Wes Anderson développe un univers pastel, symétrique et influencé par l'Europe.

⁹ Ibid., p.25.

De la même manière, Petra Collins, réalisatrice des clips de Selena Gomez *Fetish ft. Gucci Mane* et Olivia Rodrigo *good 4 U*, mêle esthétique vintage, horrifique et fantastique en jouant sur une lumière douce, au point que l'article du média web Highsnobiety note : « Le style pour lequel elle est devenue célèbre est celui de portraits intimes de jeunes visages doux sous un écran scintillant d'éclairage pastel. »¹⁰ (voir annexe 1, fig.2 .)



Annexe 1, fig.2 : Esthétique de Petra Collins : Selena Gomez *Fetish ft. Gucci Mane* (26/07/2017) / Olivia Rodrigo *good 4 U* (14/05/2021)

Ainsi, le clip combine les visions personnelles des réalisateurs et les exigences commerciales de l'industrie musicale, façonnant l'image publique des artistes tout en offrant des univers visuels uniques et immédiatement reconnaissables. Cela contribue à hisser le clip au rang de forme artistique reconnue, au croisement de la culture populaire, du cinéma et de l'industrie musicale. Des distinctions spécifiques sont mises en place pour valoriser ce format, à l'image des MTV Video Music Awards.

B) Plateformes numériques

Au début des années 2000, l'arrivée d'Internet commence à changer les habitudes de consommation de la musique et des clips vidéo. Jusqu'à cette période, la télévision jouait encore un rôle très important dans la diffusion des clips musicaux. Les spectateurs devaient attendre

¹⁰ FRANK, Alex, *Petra Collins' Aesthetic Has Taken Over the World; Now She Must Destroy It*, Highsnobiety, 16 décembre 2020, en ligne : <https://www.highsnobiety.com/p/petra-collins-interview/> (consulté le 28 février 2026). trad. Jessica Dufaud, Citation originale : « The style she has become famous for intimate portraits of sweet young faces under a scrim of soft pastel lighting »

qu'un clip soit programmé sur une chaîne musicale pour pouvoir le regarder. Avec Internet, cette logique commence progressivement à disparaître. Peu à peu, de nouvelles plateformes spécialisées apparaissent et facilitent l'accès aux clips. L'une des plus importantes est YouTube, créée en 2005, qui va rapidement transformer la diffusion des vidéos sur Internet en permettant au spectateur de devenir le programmeur de ce qu'il veut voir.

L'importance du clip dans l'essor des plateformes vidéo en ligne est d'ailleurs soulignée par Julien Péquignot et Laurent Jullier dans *Le clip : Histoire et esthétique* :

« Les clips constituent le fond historique et quantitatif des principaux sites de partage nés autour de 2005 et après. YouTube, disponible en France à partir de 2007, reste de loin le plus gros. Avec 4 milliards de vidéos consultées par jour, [...] il occupe à lui seul plus de 10 % de la bande passante américaine près de 500 millions de visites par mois et 60 heures de vidéos ajoutées chaque minute [...]. Après quelques années seulement d'activité, le site continue d'être l'aune de la démesure du gigantisme des phénomènes qui se déploient sur Internet. [...] des problèmes d'encombrement surgissent [...] en matière de navigation et d'espace de stockage. En vertu de ces limites, la résolution des clips y permet pour l'instant leur consultation [...] d'autant que les plus anciens [...] proviennent déjà d'enregistrements VHS de faible qualité. »¹¹

Julien Péquignot et Laurent Jullier mettent en évidence la manière dont le clip musical accompagne et structure l'évolution des usages numériques. D'objet télévisuel associé à MTV, le clip devient un contenu central de l'écosystème Internet, participant à la démocratisation massive de la vidéo en ligne tout en révélant les enjeux techniques, culturels et économiques du numérique.

Les plateformes numériques permettent aujourd'hui de visionner des clips gratuitement, de les partager rapidement et de les retrouver facilement grâce à la recherche en ligne. Cette innovation modifie profondément les habitudes du public. À la différence de la télévision, où le programme était imposé, les internautes peuvent regarder un clip à la demande, le revoir autant de fois qu'ils le souhaitent et découvrir de nouveaux artistes en explorant la plateforme. Cette liberté attire un public toujours plus large, en particulier les jeunes générations, qui utilisent Internet comme principal moyen d'écouter de la musique et de regarder des vidéos.

Dans ce contexte, les grandes maisons de disques cherchent à reprendre une partie du contrôle sur la distribution de leurs contenus audiovisuels. C'est dans cette logique que Vevo

¹¹ JULLIER Laurent, PÉQUIGNOT Julien, op. cit., p. 42.

(pour « Video Evolution ») a été lancé en 2009, sous la forme d'un partenariat entre Universal Music Group, l'une des plus grandes maisons de disques au monde regroupant de nombreux artistes et labels, et YouTube, déjà propriété de Google. L'annonce officielle précisait que Google fournirait « l'infrastructure technologique qui alimentera VEVO »¹², soulignant ainsi le rôle central de la technologie de YouTube dans le fonctionnement de la plateforme.

L'objectif de Vevo est de proposer une plateforme dédiée aux clips officiels, afin de mieux structurer la diffusion et la monétisation des vidéos musicales en ligne. Selon les analyses de la presse au moment du lancement, cette initiative s'inscrit dans la volonté des grandes maisons de disques de créer un environnement numérique comparable aux chaînes musicales traditionnelles. Le journal *Le Monde* évoque la création d'un « MTV du Web »¹³, soulignant que la plateforme cherche à organiser la diffusion des clips de manière plus contrôlée et professionnelle.

Le projet se renforce rapidement grâce à l'arrivée d'investisseurs internationaux. D'après un communiqué de presse de Sony Music, la société Abu Dhabi Media Company¹⁴, l'un des groupes médiatiques multi-plateformes à la croissance la plus rapide du Moyen-Orient, rejoint l'initiative en tant qu'actionnaire fondateur aux côtés d'Universal Music Group et de Sony Music Entertainment ; ce groupe, créé en 2007, possède et exploite de nombreuses chaînes de télévision, stations de radio, journaux, magazines et activités de production de contenus à Abu Dhabi et à l'international, mettant en évidence l'ambiance mondiale de la plateforme et son importance économique pour l'industrie musicale.

En mai 2018, Vevo annonce la fermeture progressive de son site de visionnage et de ses applications afin de se concentrer sur la diffusion de clips via YouTube. Dans un article de *Variety*, Vevo déclare : « Nous allons progressivement abandonner certains éléments de nos plateformes [...] À l'avenir, Vevo restera concentré sur l'engagement des audiences les plus

¹² MAXCY, Chris, *Announcing VEVO, a Partnership with Universal Music Group*, YouTube Blog, 09 avril 2009, en ligne : <https://blog.youtube/news-and-events/announcing-vevo-partnership-with/> (consulté le 28 février 2026). trad. Jessica Dufaud, Citation originale : « the technology infrastructure that will power VEVO »

¹³ DUCURTIEUX, Cécile, *Les majors du disque lancent Vevo, le "MTV du Web"*, *Le Monde*, 9 décembre 2009, en ligne : https://www.lemonde.fr/technologies/article/2009/12/09/les-majors-du-disque-lancent-vevo-le-mtv-du-web_1278115_651865.html (consulté le 28 février 2026).

¹⁴ Sony Music, *VEVO partners with Abu Dhabi Media Company* [communiqué de presse], 18 octobre 2009, en ligne : <https://www.sonymusic.com/sonymusic/vevo-partners-with-abu-dhabi-media-company/> (consulté le 28 février 2026).

larges et sur la poursuite d'opportunités de croissance »¹⁵. Cela permet donc à YouTube de renforcer sa position de *leader*.

Créée en 2005 en France, Dailymotion se développe dans un contexte d'essor rapide des plateformes de partage vidéo sur Internet. Contrairement à Vevo, qui est directement liée à l'industrie musicale, Dailymotion est à l'origine une plateforme généraliste permettant aux internautes de publier et de partager différents types de contenus vidéo. L'historique institutionnel de la plateforme rappelle que son objectif initial est de faciliter la diffusion de vidéos sur Internet et d'élargir l'accès aux contenus audiovisuels.

Au fil des années, la plateforme s'inscrit dans des stratégies industrielles plus larges. Un tournant majeur survient en 2015, lorsque le groupe Vivendi, acteur français incontournable dans les secteurs des contenus, des médias et de la communication, acquiert la majorité du capital de l'entreprise. Le communiqué officiel précise que Vivendi a « finalisé l'acquisition de 80 % de Dailymotion », une opération réalisée avec l'opérateur Orange, qui conserve le reste du capital. Cette transaction, valorisant Dailymotion à environ 217 millions d'euros¹⁶, s'inscrit dans la stratégie de Vivendi visant à renforcer sa présence dans le numérique et la distribution de contenus en ligne, en intégrant une plateforme européenne capable de compléter son écosystème médiatique et de contenus face aux grandes plateformes internationales.

Cette acquisition illustre l'importance croissante des plateformes vidéo dans les stratégies des groupes médiatiques. Dailymotion devient alors un outil potentiel de diffusion de contenus audiovisuels, dont les clips musicaux. Un exemple significatif est l'accord conclu avec Vevo en 2013 : la plateforme a ainsi intégré 75 000 clips vidéo, concerts et autres programmes originaux auparavant réservés aux utilisateurs américains. Comme le souligne l'article *Dailymotion reçoit 75 000 nouveaux clips suite à un accord avec VEVO* de Julien Lausson :

¹⁵ ROETTIGERS, Janko, *Vevo Is Killing Off Its Mobile Apps, Website to Refocus on YouTube*, Variety, 24 mai 2018, en ligne : <https://variety.com/2018/digital/news/vevo-shutting-down-apps-1202820772/> (consulté le 2 mars 2026). trad. Jessica Dufaud, Citation originale : « We will phase out elements of our owned and operated platforms [...] Going forward, Vevo will remain focused on engaging the biggest audiences and pursuing growth opportunities. »

¹⁶ Vivendi, *Vivendi finalizes the acquisition of Dailymotion* [Communiqué de presse], 30 juin 2015, <https://www.vivendi.com/en/press-release/vivendi-finalizes-the-acquisition-of-dailymotion-en/> (consulté le 2 mars 2026).

« Indéniablement, les clips musicaux sont les contenus les plus visionnés sur YouTube. [...] Aujourd'hui, le succès de YouTube se trouve en partie du côté de la présence des contenus officiels diffusés sur la plateforme de vidéos en ligne. Réussite qui fait envier Dailymotion, bien que le service français soit la seconde destination privilégiée par les internautes dans le secteur de la vidéo. Et justement, l'entreprise va pouvoir se relancer dans la compétition. Dailymotion a en effet signé un accord avec VEVO [...] L'accord concerne cinq pays européens (Espagne, France, Italie, Irlande, Royaume-Uni) et un catalogue de 75 000 clips, concerts et "autres programmes originaux" qui n'étaient visibles qu'à la condition d'avoir une adresse IP localisée aux États-Unis. »¹⁷

Les clips musicaux restent un contenu très attractif sur les plateformes vidéo et expliquent en partie le succès de YouTube. Dailymotion cherche à élargir son audience au-delà de la France en signant un accord avec VEVO, rendant accessibles des contenus auparavant réservés aux États-Unis à plusieurs pays européens. La plateforme vise ainsi à se positionner sur le marché européen et à devenir un acteur crédible à l'échelle internationale. Pour rivaliser avec des géants comme YouTube, il ne suffit pas d'avoir du contenu : il faut aussi savoir le diffuser sur plusieurs marchés et séduire un public mondial.

Cependant, malgré ses ambitions, la plateforme doit faire face à la domination de YouTube sur le marché mondial de la vidéo en ligne. Plusieurs analyses de presse soulignent les difficultés rencontrées par Dailymotion pour rivaliser avec l'audience et les ressources publicitaires des grandes plateformes internationales. L'accord avec Vevo représente certes un pas stratégique pour renforcer son catalogue et attirer davantage d'utilisateurs européens, mais il reste insuffisant face à la puissance de YouTube, qui bénéficie d'une audience massive et de contenus officiels déjà fortement implantés à l'échelle mondiale. Dans ce contexte de concurrence accrue et de stratégies de diffusion toujours plus segmentées, certains récents choix de mise en ligne illustrent clairement l'évolution des pratiques dans l'industrie musicale.

Récemment une nouvelle stratégie de diffusion se met en place, comme pour le clip *Opalite* de Taylor Swift chanson extrait de son album *The Life of a Showgirl*. Le clip a été diffusé selon une stratégie de sortie échelonnée, illustrant un nouveau format de diffusion dans l'industrie musicale. La vidéo est d'abord sortie en exclusivité sur Apple Music et Spotify Premium (voir annexe 1, fig.3). le 6 février 2026, avant d'être mise en ligne sur YouTube le 8 février 2026.

¹⁷ LAUSSON, Julien, *Dailymotion reçoit 75 000 nouveaux clips suite à un accord avec VEVO*, Numerama, 1er août 2013, en ligne : <https://www.numerama.com/tech/29091-dailymotion-recoit-75-000-nouveaux-clips-suite-a-un-accord-avec-vevo.html> (consulté le 2 mars 2026).

Plusieurs hypothèses peuvent expliquer le choix stratégique de ce type de diffusion, qui privilégie d'abord les plateformes payantes.



Annexe 1, fig.3 : post Instagram annonce exclusivité sur Apple Music et Spotify

Cette démarche s'inscrit dans le cadre des récentes réformes des règles de classement de *Billboard*. Depuis janvier 2026¹⁸, *Billboard* a modifié sa méthode de pondération des streams, accordant davantage de poids aux flux *on-demand* payants par rapport aux streams financés par la publicité. Parallèlement, YouTube ne fournit plus ses données à *Billboard* depuis le 16 janvier 2026, ce qui réduit l'influence des vues gratuites sur le Hot 100 américain. Dans ce contexte, publier d'abord le clip sur Apple Music et Spotify Premium permet de maximiser les streams pris en compte pour le classement, renforçant ainsi l'impact du lancement sur les charts.

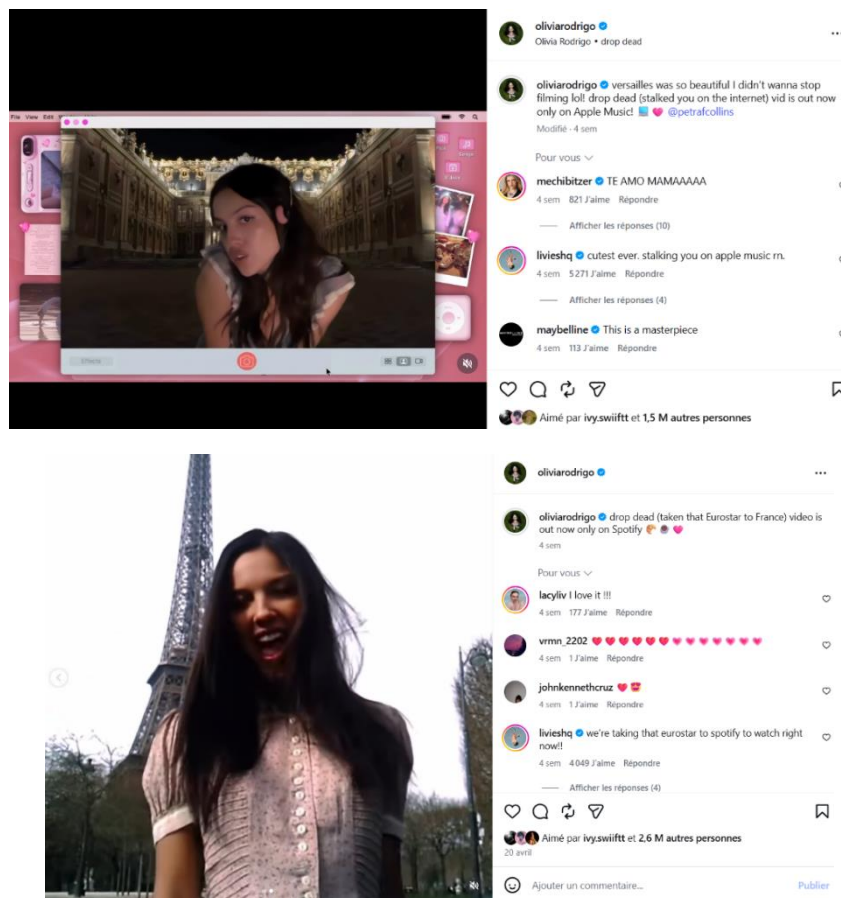
Cette diffusion échelonnée répond également à des objectifs marketing : elle crée un effet de *teasing*, valorise les abonnements payants. Taylor Swift a elle-même proposé des versions longues, des montages alternatifs incluant des « *behind-the-scenes* » (BTS), disponibles exclusivement sur ces plateformes payantes. Cette approche permet un meilleur contrôle éditorial et un accès à des données d'audience détaillée.

¹⁸ Billboard, *Billboard charts to add more weight to on-demand streaming in 2026* [Communiqué méthodologique], 16 décembre 2025, <https://www.billboard.com/pro/billboard-charts-add-more-weight-on-demand-streaming-2026/> (consulté le 2 mars 2026).

En somme, la sortie du clip *Opalite* illustre une tendance de plus en plus courante : l'usage stratégique de fenêtres d'exclusivité sur les plateformes payantes pour maximiser à la fois la monétisation, l'impact sur les charts et le *buzz* médiatique. Cette nouvelle stratégie combine habilement marketing, aspects financiers et contrôle artistique.

Plus récemment, la jeune pop star américaine Olivia Rodrigo a annoncé la sortie de son nouvel album *You Seem Pretty Sad for a Girl So in Love*. Elle a également révélé le premier single de cet album, intitulé *Drop Dead*, sorti le 17 avril 2026, accompagné de son clip diffusé sur YouTube, réalisé par Petra Collins.

Le 20 avril, l'artiste a ensuite dévoilé deux versions distinctes du clip : *Drop Dead (taken that Eurostar to France)*, disponible exclusivement sur Spotify pendant 4 jours, et *Drop Dead (stalked you on the internet)*, disponible uniquement sur Apple Music pendant 9 jours (voir annexe 1, fig.3)



Annexe 1, fig.3 : post Instagram annonce exclusivité sur Apple Music et Spotify

I.2 Le clip musical à l'ère globale : circulations des images, fabrication des stars

A) Circulation mondiale des clips

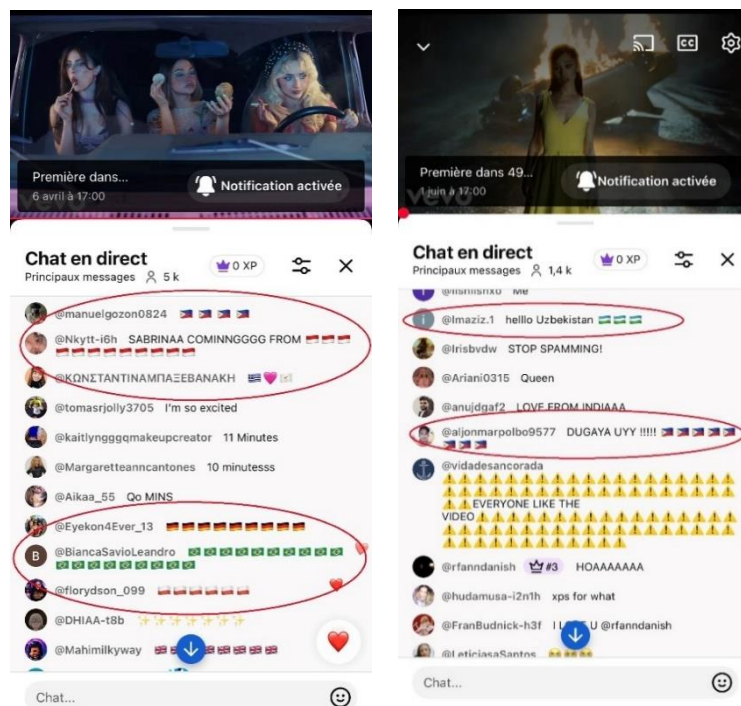
De nos jours, les clips sont principalement diffusés sur YouTube, une plateforme accessible presque partout dans le monde. Pour la sortie de leurs clips, la plupart des artistes utilisent la fonction Première, un outil stratégique qui permet de lancer une vidéo pré-enregistrée comme un véritable événement diffusé en direct. Lorsqu'une Première est programmée, YouTube génère une page de visionnage publique accessible avant la sortie, avec un compte à rebours et un chat en direct¹⁹ permettant aux artistes et à leur public d'interagir en temps réel au moment de la diffusion inaugurale, à la manière d'une avant-première cinématographique.

Ce dispositif transforme une simple mise en ligne en un véritable événement collectif. Il favorise une mise en avant anticipée du clip grâce au partage du lien, aux notifications, aux rappels automatiques et à la mobilisation du public avant même sa sortie. Dans ce contexte, les Premières tendent à stimuler fortement l'engagement initial notamment par des pics de vues simultanées et une activité soutenue dans le chat.

Certains messages chat mettaient en avant leur pays à travers la mise en avant de drapeaux nationaux directement dans le chat (voir annexe 1, fig.4), les utilisateurs signalent leur origine géographique et participent ainsi à une visibilité mondiale de l'événement. Soulignant la circulation mondiale de ces clips.

Le chat est un outil central dans la création d'un sentiment de communauté, car il favorise la participation active, l'expression collective et la co-présence virtuelle. Le chat transforme ainsi une expérience de visionnage individuelle en une expérience partagée, renforçant l'engagement et l'immersion du public.

¹⁹ Le *chat* désigne un système de messagerie instantanée intégré à une plateforme numérique, permettant aux utilisateurs d'échanger des messages en temps réel. Dans le contexte des vidéos en direct ou des Premières YouTube, le chat constitue un espace interactif où les spectateurs peuvent réagir immédiatement au contenu



Annexe 1, fig.4: Première des clips sur YouTube: *House Tour* Sabrina Carpenter (06/04/2026) / *Hate That I Made You Love Me* Ariana Grande (01/06/2026)

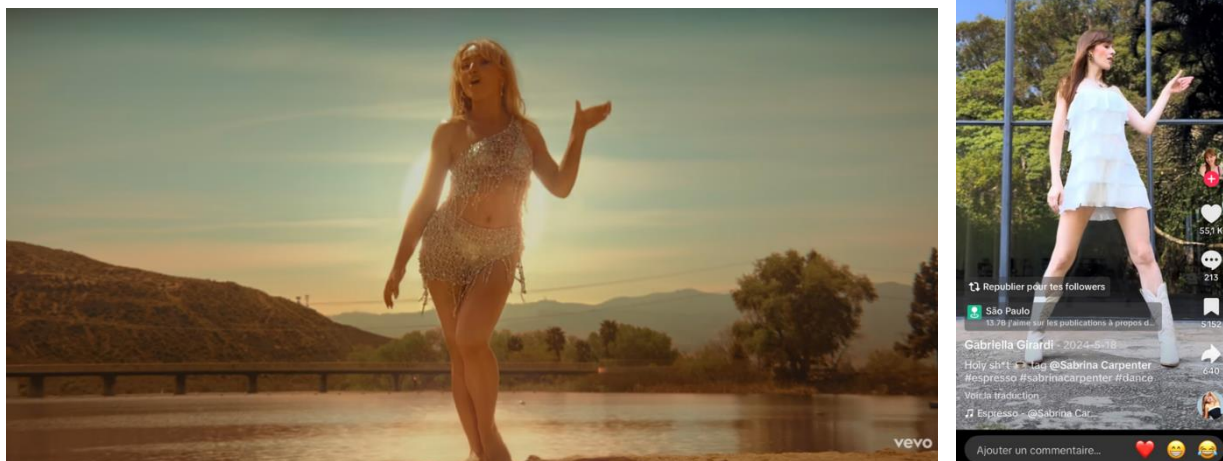
Ce qui aide aussi cette circulation mondiale, c'est la recontextualisation et la re-sémantisation des images ou de certains moments du clip par les fans des artistes sous forme de mème²⁰, de gif, édit²¹. Comme le rappelle Boidy : « En trouvant une voix, le cliché connaît une forme de « recadrage », un déplacement contextuel qui « fait apparaître des significations potentielles auxquelles nul ne pensait avant que l'image ne soit recontextualisée de cette façon » »²²

Un exemple révélateur peut être observé dans le clip *Espresso* de Sabrina Carpenter réalisé par Dave Meyers, une chorégraphie lors du pont musical a été introduite. Cette insertion qui semble anodine a été massivement reprise sur TikTok, donnant naissance à une tendance virale. La séquence chorégraphique, isolée de son contexte initial, est devenue un matériau parfaitement adapté aux formats courts des réseaux sociaux ce qui a contribué à renforcer la visibilité du titre et à soutenir sa diffusion mondiale (voir annexe 1, fig.5).

²⁰ Le mème est un contenu humoristique ou culturel diffusé et détourné massivement sur Internet, souvent sous forme d'image, de vidéo ou de texte, participant à la culture numérique et à la viralité des réseaux sociaux.

²¹ *Edit* : montage vidéo réalisé par un utilisateur à partir d'extraits existants, retravaillés avec des effets, de la musique et du texte afin de proposer une nouvelle interprétation ou de défendre un point de vue, notamment sur les réseaux sociaux.

²² BOIDY, Maxime, *Les Études visuelles*, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, 2023, p. 33.



Annexe 1, fig.5 : Reprises des clips sur les réseaux sociaux : exemple de la chorégraphie du clip *Espresso* de Sabrina Carpenter

Une nouvelle manière de diffuser les clips à l'échelle mondiale consiste désormais à les sortir directement au cinéma. On peut citer comme exemple le « film » musical *Something Beautiful* de la chanteuse star américaine Miley Cyrus, réalisé par elle-même avec Jacob Bixenman et Brendan Walter, qui accompagne son album visuel du même nom. Il sortit en salles aux États-Unis et au Canada le 12 juin 2025, puis à l'international le 27 juin 2025 (voir annexe 1, fig.6). Il s'agit d'un enchaînement de clips correspondant à chaque chanson de l'album.



Annexe 1, fig.6 : Diffusion des clips au cinéma : exemple *Something Beautiful* de Miley Cyrus et *The Fate of Ophelia* de Taylor Swift

Un autre exemple est la sortie au cinéma du clip *The Fate of Ophelia* de Taylor Swift, réalisé par l'artiste pour célébrer la parution de son récent album *The Life of a Showgirl*. Ce clip n'a été disponible en salles, à l'international, seulement les 3, 4 et 5 octobre (voir annexe 1, fig.6).



Annexe 1, fig.6 : Diffusion des clips au cinéma : exemple *Something Beautiful* de Miley Cyrus et *The Fate of Ophelia* de Taylor Swift

J'ai eu l'occasion d'assister à une forme concrète de communauté de fans en salle à la séance du 4 octobre. Cette expérience peut être mise en perspective avec les travaux de Mélanie Bourdaa, enseignante-chercheuse en sciences de l'information et de la communication à l'Université Bordeaux Montaigne, spécialiste des cultures médiatiques et des publics de fans, dans son ouvrage *Les Fans : Publics actifs et engagés*, où elle écrit :

« Ces activités sont nombreuses, variées et témoignent d'une grande organisation et d'un grand engagement de la part des fans dans les univers narratifs. Nous pouvons les classer en cinq catégories. La première consiste en une re-création du lien social à travers les discussions sur les forums et les live-tweets [...] Ce lien social se manifeste également lors des conventions »²³.

J'ai pu constater que cette diffusion en salle créait une véritable re-création du lien social où les fans, pouvaient se réunir, discuter de l'album dans la file d'attente avant d'entrer dans la salle, et s'échanger des bracelets d'amitié portant des titres de chansons, des noms d'albums ou d'autres références liées à la chanteuse. Il s'agit d'une pratique très répandue au sein de la communauté fan appelé Swifties, notamment inspirée par la chanson *You're On Your Own, Kid* de l'album *Midnights*, dans laquelle Taylor Swift encourage et écrit « fabrique des bracelets d'amitié, profite de l'instant présent et savoure-le. »²⁴

Lors de cette séance, il n'y avait pas seulement des spectateurs français, mais aussi des personnes anglophones qui, de passage à Paris, avaient profité de l'occasion pour découvrir le

²³ BOURDAA, Mélanie, *Les fans. Publics actifs et engagés*, Paris, C&F Éditions, 2021, p. 08.

²⁴ trad. Jessica Dufaud, Parole originale : « So make the friendship bracelets, take the moment and taste it »

clip en salle. Cette diffusion prenait la dimension d'un véritable événement : l'anticipation était palpable, et un sentiment d'appartenance se créait tandis qu'ils chantaient des chansons en chœur et partageaient un moment de découverte collective.

Ainsi, la diffusion des clips au cinéma marque une transformation profonde dans la manière dont les artistes partagent leurs productions visuelles à l'échelle mondiale. En projetant leurs clips sur grand écran, comme l'ont fait Miley Cyrus ou Taylor Swift, ils transforment un format initialement pensé pour les plateformes numériques en une expérience collective et événementielle. Les séances deviennent des moments de rassemblement, où les spectateurs vivent le clip comme un objet culturel partagé, et non plus seulement comme un contenu individuel consommé en ligne.

En ce sens, la salle de cinéma s'impose comme un nouvel espace de diffusion du clip musical, capable de lui donner une portée élargie et une dimension communautaire inédite. Le clip dépasse son format initial pour devenir un véritable événement, renforçant le lien entre l'artiste et son public tout en réinventant les usages de la culture visuelle contemporaine.

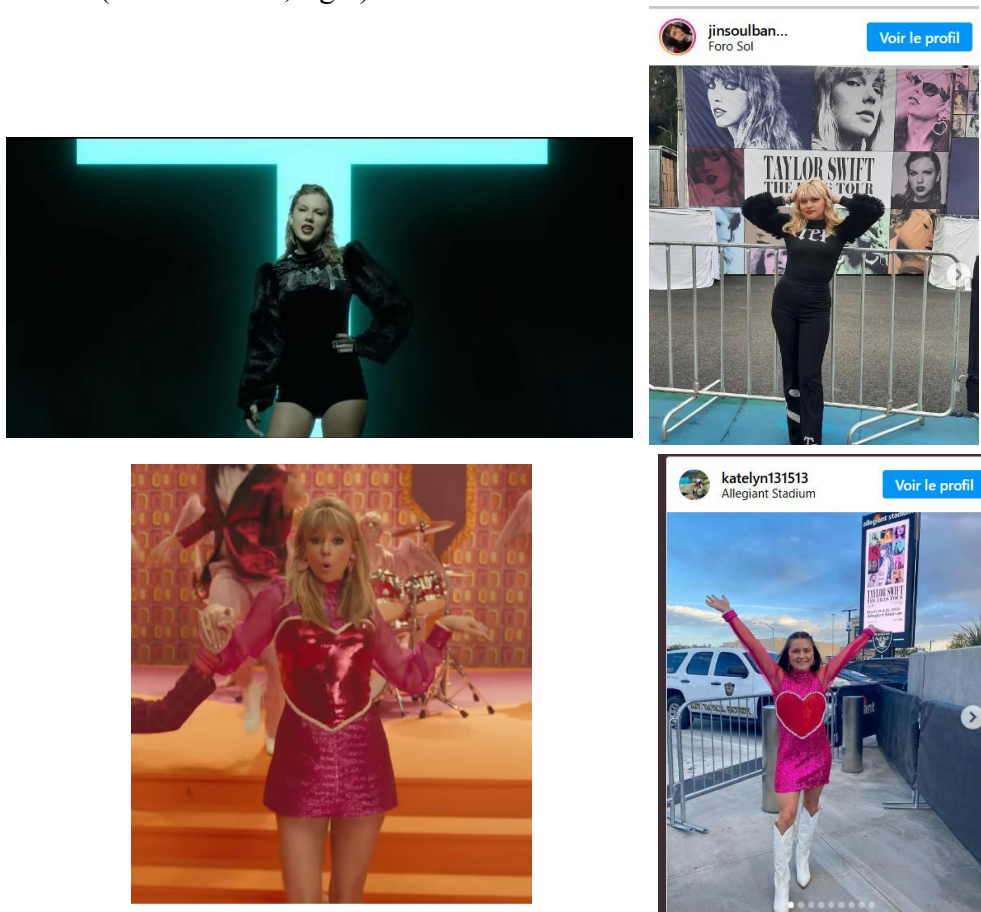
Un exemple particulièrement significatif pour montrer la portée mondiale des clips musicaux est celui du phénomène incarné par la tournée *The Eras Tour* de Taylor Swift. Avec 149 concerts répartis dans 21 pays, la tournée a réuni 10 168 008 spectateurs et généré 2 077 618 725 \$ de recettes brutes officielles, selon les données communiquées à *Variety*²⁵. Ces chiffres témoignent non seulement de l'ampleur du succès de l'artiste, mais surtout de la manière dont les images issues de ses clips circulent à l'échelle mondiale et participent à la construction d'un imaginaire partagé.

La notion de *Swiftonomics*, élaborée par la journaliste Augusta Saraiva dans son article *Welcome to "Swiftonomics": What Taylor Swift Reveals About the U.S. Economy*²⁶, permet justement de saisir cette dimension globale. Le terme désigne les effets économiques directs, indirects et induits associés à la présence de Taylor Swift, notamment à travers *The Eras Tour*.

²⁵ WILLMAN, Chris, *It's Official: Taylor Swift's Eras Tour Is History's First \$2 Billion Tour*, *Variety*, 9 décembre 2024, en ligne : <https://variety.com/2024/music/news/taylor-swift-2-billion-eras-tour-gross-1236243254/> (consulté le 2 mars 2026)

²⁶ SARAIVA, Augusta, *Swiftonomics* : *What Taylor Swift Reveals About the U.S. Economy*, *Los Angeles Times*, 23 novembre 2022, en ligne : <https://www.latimes.com/business/story/2022-11-23/what-taylor-swift-reveals-about-us-economy> (consulté le 2 mars 2026)

Ce rayonnement se manifeste aussi de manière très concrète : un grand nombre de fans se rendent aux concerts en portant des tenues inspirées des looks emblématiques des clips de la chanteuse (voir annexe 1, fig.7).



Annexe 1, Fig. 7 : Réappropriations des tenues portées dans les clips aux concerts par les fans : exemple de The Eras Tour de Taylor Swift et les clips Look What You Made Me Do (28/08/2017) et ME! (feat. Brendon Urie of Panic! At The Disco) ft. Brendon Urie (26/04/2019)

Ces pratiques vestimentaires constituent une forme de réappropriation visuelle qui montre que les images des clips ne restent pas confinées à l'écran : elles deviennent des références culturelles partagées à l'échelle internationale. Les clips, par leurs esthétiques, leurs symboles, façonnent donc des codes immédiatement reconnaissables, que les publics du monde entier mobilisent pour exprimer leur appartenance au phénomène.

Ainsi, la réussite mondiale de *The Eras Tour* illustre que la circulation planétaire des clips ne se limite pas à la diffusion numérique : elle se prolonge dans les pratiques sociales, visuelles et culturelles des fans. Les images des clips deviennent des éléments d'une culture globale,

continuellement rejoués, détournés et remis en scène, ce qui contribue à renforcer leur visibilité et leur impact au-delà de leur contexte initial.

B) La construction de la star dans le clip musical contemporain : entre image médiatique et société du spectacle

Dans l'ouvrage *Stars*, Richard Dyer s'inscrit dans une approche socio-sémiotique des vedettes et affirme que « les stars sont des images dans des textes médiatiques et, à ce titre, des produits d'Hollywood »²⁷. Il invite ainsi à considérer la star non comme une individualité authentique, mais comme une construction discursive façonnée par l'industrie culturelle et par l'ensemble des dispositifs médiatiques qui en produisent la visibilité et le sens.

Richard Dyer résume l'idée fondamentale de sa théorie : une star n'est pas une personne en soi, mais une image fabriquée. Lorsqu'il affirme que « les stars sont des images dans des textes médiatiques », il souligne que l'identité d'une star se construit à travers des supports multiples : films, clips, interviews, magazines, réseaux sociaux qui composent ce que Dyer appelle une star.

La définition proposée par Richard Dyer peut être mise en perspective avec l'analyse développée par Guy Debord dans *La Société du spectacle*, selon laquelle « le spectacle n'est pas un ensemble d'images, mais un rapport social entre des personnes, médiatisé par des images »²⁸. En effet, lorsque Dyer insiste sur sa dimension construite et sur son inscription dans un système de production et de circulation des représentations.

Debord permet d'élargir cette réflexion : l'image de la star ne relève pas seulement d'un dispositif médiatique ou industriel, elle participe d'un mode de relation sociale spécifique. La star fonctionne comme un médiateur entre les individus et la société, en proposant des modèles d'identification, de désir et de réussite qui organisent les rapports entre le public et le monde social.

Ainsi, la star n'est pas uniquement une figure fabriquée par Hollywood ; elle est aussi un opérateur du spectacle au sens debordien. À travers elle, les relations sociales passent par des

²⁷ DYER, Richard, *Stars*, British Film Institute, Londres, 2020, p. 10. Ma traduction. Citation originale : « Stars are images in media texts, and as such are products of Hollywood. »

²⁸ DEBORD, Guy, *La Société du spectacle* [1967], Œuvres, Paris, Gallimard, 2006, p. 767.

images, des récits et des dispositifs de visibilité qui transforment l'expérience vécue en représentation. Le public ne se rapporte pas directement aux structures sociales, mais à leur mise en scène incarnée par la vedette.

Le public ne se rapporte pas directement à l'artiste en tant qu'individu, mais à l'image construite et médiatisée de celui-ci. Dans ce contexte, le clip musical apparaît comme un dispositif central de cette construction. Il ne se contente pas d'illustrer une chanson : il fabrique et stabilise l'image de l'artiste à travers des choix esthétiques, narratifs et performatifs stylisation du corps, mise en scène de la réussite, codes visuels récurrents. À l'instar du cinéma classique pour les stars hollywoodiennes, le clip devient un outil privilégié de production de la *persona*.

Selon une perspective debordienne, le clip concentre la logique du spectacle contemporain. Il met en place un rapport social médiatisé, permettant au spectateur de se relier à la star à travers des modèles de désir, de consommation et d'identification. L'humour, le style artistique ou vestimentaire et « l'authenticité » incarnés par l'artiste jouent un rôle de médiation entre l'individu et l'imaginaire social, renforçant à la fois son image sociale et esthétique.

On peut donc considérer que le clip est un lieu privilégié où se rejoignent les deux approches : il produit la star comme image médiatique selon Dyer et met en scène un rapport social médiatisé fondé sur le désir et l'identification selon Debord.

Comme exemple de ce phénomène, on peut citer les clips de Sabrina Carpenter. La *persona* de Sabrina repose sur l'humour, notamment envers les hommes, dans les textes de sa musique, surtout dans certaines chansons comme *Slim Pickins*²⁹ issue de son album *Short n'Sweet* sortie en 2024. Elle y écrit : « Jésus, qu'est-ce qu'une fille est censée faire ? Ce type ne comprend même pas la différence entre là, leur et ils sont »³⁰ Non seulement elle se moque du faible choix parmi les hommes, mais elle souligne aussi qu'elle est obligée de composer avec eux, en expliquant qu'elle doit supporter un homme qui ne connaît même pas son orthographe.

²⁹ *Slim pickins* est une expression américaine du Sud des États-Unis signifiant qu'il y a très peu de choses à choisir.

³⁰ Ma traduction. Parole originale : « Jesus, what's a girl to do? This boy doesn't even know the difference between there, their, and they are »

Encore plus récemment avec sa chanson *Manchild*³¹ dans celle-ci Sabrina se moque de l'immaturité d'un homme adulte qui se comporte comme un enfant dans une relation. À travers des paroles humoristiques et ironiques comme « Tu n'as jamais entendu parler de prendre soin de toi, La moitié de ton cerveau n'est juste pas là, Homme-enfant. »³² elle décrit un partenaire qui manque de responsabilité, donne des excuses absurdes et dépend de sa compagne pour des tâches qu'il devrait gérer seul. Carpenter profite de ce mot pour critiquer ce comportement tout en proposant une sorte de commentaire ironique sur ses propres choix amoureux.

Dans ses clips, l'humour de Carpenter se transpose visuellement. Par exemple, dans le clip *Manchild*, elle apparaît dans une baignoire extérieure en chantant « Hey ! les mecs »³³, avant qu'un plan ne montre deux cochons dans le même jacuzzi, suggérant de manière humoristique et satirique que les hommes, en général, se comportent comme des porcs (voir annexe 1, fig.8).



Annexe 1, fig.8 : Les clips créent la *persona* de la star : exemple de l'humour de Sabrina Carpenter dans le clip *Manchild* (06/06/2025)

L'humour ne constitue pas la seule facette de la *persona* de Sabrina Carpenter ; son esthétique vintage joue également un rôle central dans ses clips. Dans *Tears*, réalisé par Bardia Zeinali, elle fait référence au film culte de 1975 *The Rocky Horror Picture Show* de Jim Sharman.

³¹ *Manchild* est un terme désignant un homme adulte agissant de manière immature, littéralement « homme-enfant ».

³² Ma traduction. Parole originale : « Never heard of self care Half your brain just ain't there Manchild »

³³ Ma traduction. Parole originale : « Hey ! Man »

Elle y porte une jupe courte taille haute et un haut de tailleur bleu clair, associés à des chaussures blanches classiques, évoquant le style de Janet Weiss. Cette tenue rappelle aussi les silhouettes féminines emblématiques du cinéma et de la mode rétro des années 1950-1960, notamment les looks de Tippi Hedren dans *Les Oiseaux* (1963) d'Alfred Hitchcock (voir annexe 1, fig.9).



Annexe 1, fig.9 : Les clips créent la *persona* de la star : exemple de l'esthétique visuelle rétro de Sabrina Carpenter dans le clip *Tears* (29/08/2025)

Mais ce *persona* ne se limite pas aux clips : il se prolonge dans sa tournée, ses interviews et ses réseaux sociaux. Les clips participent ainsi au renforcement de l'esthétique et de la thématique de ce que l'on appelle une *Era*³⁴. Pour son album *Planet Her* Hitchcock (voir annexe 1, fig.10), Doja Cat développe une iconographie centrée sur le registre spatial et science-fictionnel. Dans le clip *Get Into It (Yuh)*, réalisé par Mike Diva, on observe une référence explicite à la série *Star Trek* (1966), puisque l'on y suit l'équipage d'un vaisseau spatial composé d'extraterrestres dont l'esthétique rappelle celle des personnages de la série.

Dans un autre clip de cette même *era*, *Need to Know*, l'espace est représenté comme un univers futuriste et virtuel mêlant science-fiction, monde numérique et imaginaire vidéoludique. Le clip s'ouvre sur une ville spatiale composée de gratte-ciel lumineux, de véhicules volants et d'une atmosphère nocturne dominée par les néons. Cet espace ne renvoie pas à un lieu réel, mais évoque plutôt une métropole de science-fiction, située à la frontière entre le cosmos et un environnement numérique.

³⁴ Le terme *era* vient de l'anglais et signifie à l'origine « ère » ou « période ». Dans le milieu musical, il a été repris pour désigner une période spécifique de la carrière d'un artiste, souvent centrée autour d'un album. Cette utilisation s'est popularisée avec la culture pop moderne et le marketing musical, où chaque sortie d'album s'accompagne d'une identité visuelle, d'un style et d'une image cohérents, permettant de segmenter la carrière d'un artiste en phases reconnaissables par les fans et les médias.



Annexe 1, fig.10 : Les *eras* : exemple de l'esthétique visuelle de l'ère *Planet Her* de Doja Cat avec les clips *Get Into It (Yuh)* (31/01/2022) et *Need to Know* (11/06/2021)

Toutefois, contrairement à l'exemple de Sabrina Carpenter, dont la *persona* semble se déployer de manière transversale à travers différents supports et temporalités, la construction d'un *persona* médiatique fondée sur le principe des *eras* apparaît davantage circonscrite à une logique promotionnelle. Elle se trouve ainsi limitée à la durée de visibilité de l'album qu'elle accompagne, fonctionnant comme un dispositif stratégique de différenciation esthétique et narrative, plutôt que comme une identité stable et continue Hitchcock (voir annexe 1, fig.11).



Annexe 1, fig.11 : Exemple des différences esthétiques des *eras* : les *eras Reputation* et *Lover* de Taylor Swift avec les clips *...Ready For It?* (27/10/2017) et *Lover* (22/08/2019)

Cette temporalité restreinte souligne le caractère industriel et programmatique de la Fabrication de l'image de la star, qui s'ajuste aux cycles de production et de consommation propres à l'industrie musicale contemporain.

Une des icônes de la pop contemporaine les plus populaires et qui bat tous les records de l'industrie musicale, Taylor Swift détient également un nombre exceptionnel d'albums numéro 1 : elle a accumulé au moins 15 albums n° 1 sur le Billboard 200³⁵, ce qui ce qui fait d'elle l'une des artistes les plus titrées de l'histoire de ce classement américain des albums les plus populaires. Son album le plus récent *The Life of a Showgirl* a notamment battu des records de ventes lors de sa première semaine et suscité un fort impact sur le marché du vinyle³⁶. Elle utilise ce phénomène des *Eras*, qu'elle a notamment popularisé grâce à sa tournée intitulée *The Eras Tour* ou durant le concert elle invite à voyager à travers sa discographie avec une scénographie qui correspond à l'esthétique de chaque album.

L'analyse croisée de Richard Dyer et de Guy Debord montre que la star dans l'industrie musicale contemporaine n'est ni une simple individualité ni seulement une interprète de chansons : elle est une construction médiatique complexe, façonnée par des dispositifs visuels, narratifs et performatifs. Le clip musical joue un rôle central dans cette fabrication, combinant la création d'une image cohérente par les choix esthétiques, les références culturelles, le style vestimentaire et la mise en scène du corps et l'instauration d'un rapport social médiatisé, fondé sur le désir, l'identification et la consommation.

À travers des artistes comme Sabrina Carpenter ou Doja Cat, on observe que la *persona* se construit par la déclinaison de codes visuels et narratifs : humour, stylisation du corps, références à des univers iconiques, mais aussi exploitation de l'espace scénique et visuel. Ces éléments dépassent le cadre du clip pour s'étendre aux tournées, aux réseaux sociaux et aux interviews. Le concept d'«*era* » illustre cette logique : chaque période artistique devient un dispositif cohérent, permettant à la fois de différencier l'artiste, de fidéliser le public et de renouveler sa *persona* en fonction du récit ou de l'univers de l'album.

La star musicale contemporaine fonctionne ainsi comme un opérateur du spectacle. Le public ne se rapporte pas directement à l'individu, mais à une figure médiatisée dont la cohérence narrative et esthétique se construit à travers les clips, les réseaux sociaux, les performances et les dispositifs promotionnels. Le clip devient alors bien plus qu'un simple outil

³⁵ MCINTYRE, Hugh, « *Taylor Swift Beats An All-Time Record With Her Massive New No. 1 Album* », Forbes, 14 octobre 2025, en ligne : <https://www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2025/10/14/taylor-swift-beats-an-all-time-record-with-her-massive-new-no-1-album/> (consulté le 28 février 2026).

³⁶ MOURIQUAND, David, « *Taylor Swift's 'The Life of a Showgirl' shatters sales and streaming records* », Euronews, 6 octobre 2025, en ligne : <https://www.euronews.com/culture/2025/10/06/taylor-swifts-the-life-of-a-showgirl-shatters-sales-and-streaming-records> (consulté le 28 février 2026).

de promotion : c'est un espace de production de sens, où se croisent stratégies industrielles, codes esthétiques et relations sociales, créant un univers identifiable et reproductible pour le spectateur.

Enfin, la stabilité de cette construction varie selon les stratégies adoptées. Dans le cas de Sabrina Carpenter, sa *persona* peut se prolonger au-delà de la promotion d'un album, se déployant sur différents supports et interactions avec le public. À l'inverse, certaines « *eras* » restent limitées à un cycle promotionnel, illustrant le caractère temporaire et programmatique de la fabrication de l'image, directement liée aux rythmes de production et de consommation de l'industrie musicale.

I.3 Le clip comme objet d'étude dans la recherche

A) Le clip comme espace de représentation

Le vidéoclip s'impose aujourd'hui comme un espace privilégié de représentation, bien au-delà de sa fonction promotionnelle. Loin d'être un simple support visuel destiné à vendre une chanson, il constitue un lieu où se fabriquent, se mettent en scène et se négocient en permanence des identités individuelles et collectives. Raiton et Watson rappellent que « les pratiques et conventions de représentation dans le vidéoclip à la fois contraignent et rendent possibles des façons de penser notre identité en tant qu'individus au sein de la société contemporaine »³⁷.

Cette affirmation souligne le rôle ambivalent des pratiques et conventions de représentation dans les vidéoclips. D'un côté, ces conventions contraignent notre manière de nous percevoir : elles imposent des normes esthétiques, comportementales et identitaires souvent issues de l'industrie culturelle. Elles tendent ainsi à reproduire des modèles dominants liés au genre, à la classe sociale, à la sexualité ou encore à la réussite, ce qui limite les façons alternatives de se penser. Cette idée rejoint celle de Teresa de Lauretis, pour qui « l'idéologie de genre est

³⁷ RAILTON Diane, WATSON Paul, op. cit. p.10. trad. Jessica Dufaud, Citation originale : « the practices and conventions of representation in music video both constrain and make possible ways of thinking about ourselves as individuals within contemporary society »

(re)produite dans la pratique culturelle (littéraire). »³⁸ : toute pratique culturelle dont le clip fait pleinement partie participe à la fabrication et à la stabilisation des représentations de genre.

Mais d'un autre côté, ces mêmes pratiques rendent possible l'émergence de nouvelles formes d'expression identitaire. Le vidéoclip, par son langage visuel, symbolique et performatif, ouvre un espace où peuvent se manifester des identités hybrides, des discours contestataires ou des représentations marginalisées. En cela, il fonctionne comme une « technologie de genre » au sens de De Lauretis, c'est-à-dire un dispositif capable tout autant de produire des normes que d'en faire apparaître les fissures, les détours ou les alternatives. Le clip permet ainsi aux individus d'imaginer d'autres manières d'exister dans la société contemporaine, en offrant des images qui dépassent, déplacent ou transforment les stéréotypes dominants.

La phrase de Railton et Watson met donc en évidence une tension fondamentale : les vidéoclips participent à la fois à la reproduction des normes sociales et à la création de nouvelles possibilités d'identification. C'est dans ce double mouvement que s'inscrit leur influence sur la construction de soi aujourd'hui entre contrainte et créativité, entre formatage et réinvention.

C'est précisément ici que l'approche de Stuart Hall éclaire le processus d'identification à l'œuvre : les représentations ne « reflètent » pas simplement des identités préexistantes, elles proposent des places à occuper, des perspectives à adopter, des modes de perception et de sensibilité auxquels les spectateurs sont invités à se relier. Dans cette optique, les discours médiatiques dont le vidéoclip façonnent des « positions de sujet » qui permettent au message de devenir intelligible. Comme le formule Hall,

« le discours prend pleinement sens. Et nous devenons ainsi ses "sujets" en nous soumettant à ses significations, à son pouvoir et à ses mécanismes de régulation. Tous les discours, dès lors, construisent des positions de sujet à partir desquelles ils peuvent, et seulement ainsi, faire sens. »³⁹

³⁸ DE LAURETIS, Teresa, « *La technologie du genre* », dans *Théorie queer et cultures populaires*, Paris, La Dispute, Paris, trad. Sam Bourcier, 2023, p.50

³⁹ HALL, Stuart, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (1997), SAGE Publications, Londres, trad. Jessica Dufaud, 1997, p.61. Citation originale : « The discourse makes most sense, and thus become its 'subjects' by 'subjecting' ourselves to its meanings, power and regulation. All discourses, then, construct subject-positions, from which alone they make sense. »

Cette idée ne renvoie pas à une soumission automatique, mais à un processus d'interprétation dans lequel les individus naviguent entre plusieurs places possibles, certaines plus dominantes, d'autres plus marginales ou décalées. L'identification prend ainsi la forme d'un ajustement continu : le spectateur adopte, négocie ou réoriente les positions offertes par le clip selon ses propres ressources culturelles, expériences et attentes.

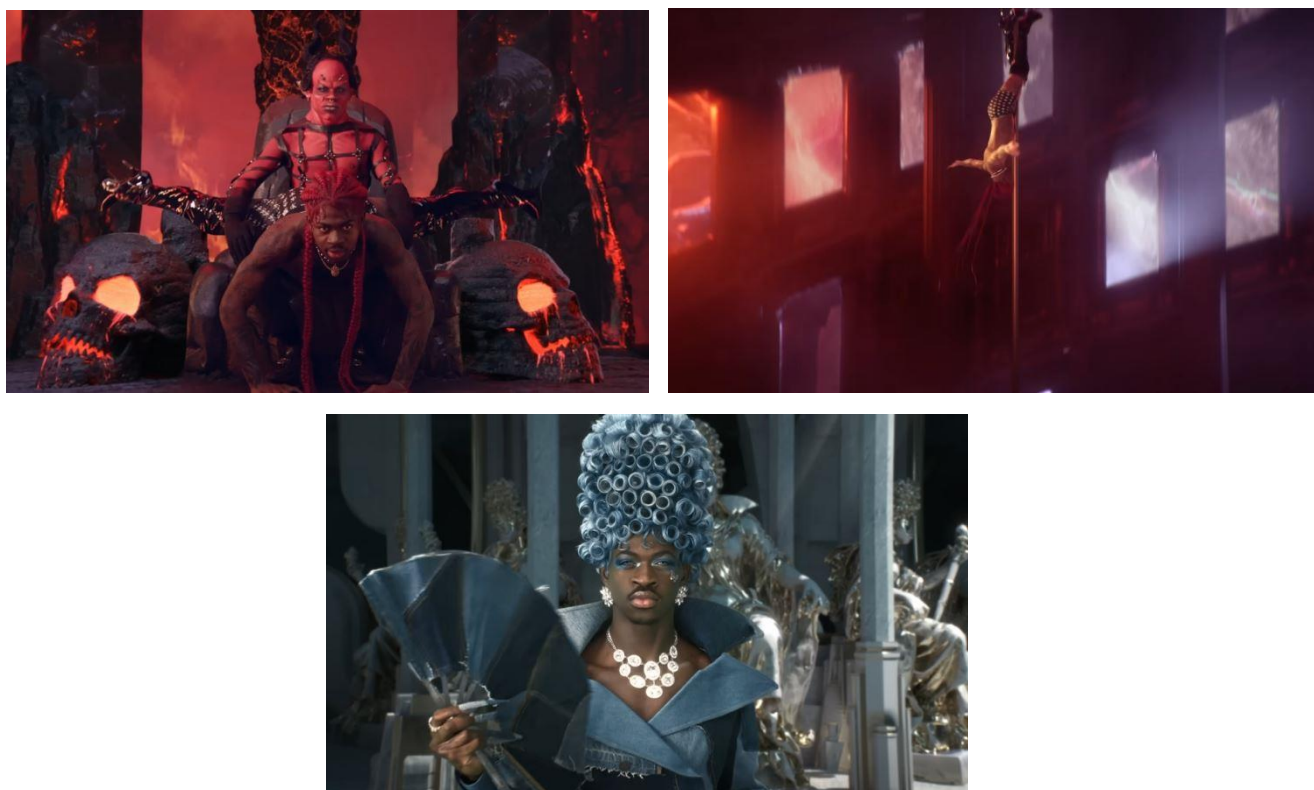
Dans ce cadre, le rôle des codes visuels, sonores et performatifs est essentiel. Ils rendent perceptibles ces positions de sujet et permettent au public de les reconnaître : le cadrage, les rythmes, les gestes, les registres affectifs ou corporels agissent comme autant de marqueurs interprétatifs. Mais, comme Hall le rappelle, ces codes ne déterminent pas définitivement la signification : ils la balisent sans la clore. Le sens reste ouvert, susceptible de dériver, de se réarticuler ou de se reconfigurer au gré des contextes sociaux, des usages et des communautés d'interprétation.

C'est dans cette perspective que la remarque de Railton et Watson prend toute son ampleur. Leur affirmation met en lumière non pas une opposition nette entre reproduction des normes et génération d'alternatives, mais plutôt un ensemble de dynamiques qui coexistent et se superposent dans le vidéoclip. Celui-ci peut reconduire certaines normes esthétiques, genrées, sociales tout en offrant simultanément des voies pour les détourner, les infléchir ou les redistribuer. Ces processus ne s'excluent pas : ils opèrent souvent en parallèle, parfois dans le même plan, la même posture, le même geste performatif.

Ainsi, l'influence du vidéoclip sur la construction de soi s'inscrit moins dans une logique binaire que dans un champ de tensions productives : des normes se réaffirment en même temps que des écarts se créent ; des scripts dominants se stabilisent tandis que des usages inattendus ou créatifs en déplacent les frontières ; des identifications privilégiées se dessinent sans empêcher des appropriations minoritaires ou divergentes. Hall permet de comprendre ce terrain comme un espace de circulation, où les positions de sujet, les codes et la négociation du sens s'entrelacent plutôt qu'ils ne s'opposent. C'est dans cette multiplicité de trajectoires possibles et non dans un face-à-face rigide que le clip participe aujourd'hui à la fabrication des subjectivités, entre continuité et transformation, entre reconnaissance et réinvention.

Lil Nas X, l'artiste queer africain-américain, montre comment un vidéoclip peut devenir un espace où les identités se rejouent et se réinventent comme dans son clip MONTERO (Call Me

By Your Name) (voir annexe 1, fig.12) Lil Nas X y convoque des codes religieux et mythologiques qui, dans l'histoire culturelle, ont souvent servi à associer le désir queer à la transgression, au secret ou à la faute. Mais au lieu de reconduire ces récits, il les retourne pour produire une narration d'appropriation et de puissance. La mise en scène, avec ses couleurs intenses, ses chorégraphies assumées et ses passages du paradis à l'enfer, ne propose pas une identité fixe : elle ouvre au contraire un éventail de positions possibles pour le spectateur, qui peut tour à tour se sentir témoin, complice ou observateur critique.



Annexe 1, fig.12 : Vidéoclip un espace où les identités se jouent et se réinventent : exemples extraits du clip MONTERO (Call Me By Your Name) (26/03/2021) de Lil Nas X

Ce jeu sur les codes devient particulièrement visible à travers la controverse qui a suivi la sortie du clip⁴⁰. Très vite, des groupes conservateurs et religieux ont dénoncé la réinterprétation d'iconographies chrétiennes et la tonalité jugée provocatrice de certaines scènes, y voyant une forme d'offense ou de provocation morale. Plusieurs sources de presse ont documenté l'ampleur de ces réactions, souvent portées par des leaders religieux et des commentateurs

⁴⁰ GIL, Hilary, « Lil Nas X's "MONTERO (Call Me By Your Name)" Sparks a Hell of a Controversy », New University, 6 avril 2021, en ligne : <https://newuniversity.org/2021/04/06/lil-nas-xs-montero-call-me-by-your-name-sparks-a-hell-of-a-controversy/> (consulté le 14 mars 2026).

politiques, qui ont présenté le clip comme un danger culturel ou spirituel plutôt que comme une œuvre artistique.

À l'inverse, de nombreux commentateurs ont souligné la portée du geste de Lil Nas X : celle d'un artiste noir et queer qui ose détourner des images traditionnellement utilisées pour stigmatiser les sexualités minorisées, afin de leur donner un tout autre sens, centré sur l'affirmation et la visibilité.

Cette polarisation révèle que *MONTERO (Call Me By Your Name)* ne se contente pas de réactiver des symboles : il les met en circulation dans l'espace public, où ils deviennent l'enjeu d'une véritable lutte d'interprétation. Les débats, largement amplifiés par les médias et les réseaux sociaux, montrent comment un vidéoclip peut cristalliser des tensions profondes autour de la place des identités queer dans la culture, et comment la controverse elle-même participe à renforcer la visibilité du geste artistique. On souligne d'ailleurs que le clip a fonctionné comme un révélateur des résistances encore présentes dans une partie de la société, tout en ouvrant un espace de reconnaissance pour celles et ceux qui se reconnaissent dans cette réappropriation symbolique.

Ainsi, *MONTERO (Call Me By Your Name)* illustre un régime de représentation où reproduction et déplacement des codes coexistent. Le clip puise dans des symboles familiers pour mieux les reconfigurer, et sa forme pop directe, affective, immédiatement lisible facilite l'appropriation de ce récit par le public. Le débat qu'il suscite atteste la dimension profondément politique de cette visibilité. Le vidéoclip devient alors un espace de subjectivation vivant, où continuité et réinvention s'entrelacent, et où peuvent émerger des formes nouvelles, parfois contestées mais toujours fécondes, d'exister et de se dire.

Dans l'ensemble, l'analyse du vidéoclip comme espace de représentation montre combien ce format est devenu un lieu central de production et de circulation des identités contemporaines. Pris entre normes dominantes et possibilités de réinvention, le clip apparaît comme un dispositif ambivalent : il reconduit des cadres esthétiques, sociaux et symboliques qui orientent nos manières de nous percevoir, tout en ouvrant simultanément la voie à des formes d'expression alternatives capables de fissurer, détourner ou renégocier ces mêmes cadres.

Les apports théoriques de De Lauretis et de Stuart Hall éclairent cette dynamique en soulignant d'une part le rôle des pratiques culturelles dans la fabrication du genre, et d'autre part la manière dont les discours médiatiques produisent des positions de sujet à partir desquelles le sens devient lisible. Le spectateur n'est jamais face à des images neutres : il est invité à occuper, déplacer ou réinventer les places que ces images lui proposent, dans un processus d'identification toujours négocié.

En définitive, le vidéoclip apparaît comme un lieu de subjectivation mouvant, où continuité et transformation se croisent, permettant aux identités contemporaines de se dire, se montrer et se reconfigurer dans un va-et-vient constant entre normes, affects et créations.

Parce qu'il engage à la fois des corps, des récits et des regards dans un cadre massivement partagé, le vidéoclip offre un terrain de choix pour interroger les féminismes en contexte pop. Autrement dit, il s'agira de montrer comment l'espace clipé fait travailler le féminisme pop de l'intérieur : entre appropriation et critique, entre efficacité symbolique et contraintes industrielles, là où les images deviennent des ressources pour dire, montrer et négocier le pouvoir.

B) Le lien avec le féminisme pop

Les messages féministes dans la pop culture, et plus particulièrement dans la musique, ne datent pas d'hier. Dès 1963, Lesley Gore marque les esprits avec sa chanson *You Don't Own Me*, qui affirme l'indépendance des femmes. En 1983, Cyndi Lauper transforme *Girls Just Want to Have Fun*, reprise d'une chanson écrite en 1979 par Robert Hazard, en véritable hymne féministe. Si la version originale n'avait pas de message féministe, c'est l'interprétation de Lauper et surtout le clip, mettant en scène des jeunes femmes libres, joyeuses et indépendantes, qui font de cette chanson un manifeste pour la liberté et l'émancipation féminine.

Puis, en 1986, Madonna rencontre le succès avec *Papa Don't Preach*, qui raconte l'histoire d'une adolescente enceinte décidant de garder son bébé malgré l'avis de son père, un titre dont le message sur l'autonomie féminine a suscité des interprétations parfois contrastées.

À la fin des années 1990 et au début des années 2000, les girls bands prennent le relais. TLC, avec *No Scrubs*, revendique que les femmes ne se contentent plus de relations dominées par des hommes égocentriques, tandis que Destiny's Child, avec *Independent Women Part I*, popularise l'idée d'indépendance économique et personnelle des femmes.

En 2017 dû à la remise en lumière de Mouvement #MeToo ou de nombreuses célébrités de l'industrie culturelle instaure le discours féminisme dans un courant *mainstream*. Comme le décrit Sandrine Galand :

« Car au moment où je commence à dessiner les contours de ce livre, autour de moi, les féminismes sortent de l'ombre. Ils ne semblent plus appartenir uniquement à la sphère militante ou à l'univers des livres de théorie. [...] le mouvement #MeToo en 2017 en constituant une forme d'apogée, rejoignant ainsi une grande masse de personnes aux motivations politiques diverses, [...] le terme "féminisme" lui-même est de plus en plus saupoudré dans les médias et dans les différentes productions des industries culturelles nord-américaines. »⁴¹

L'autrice écrit que « les féminismes sortent de l'ombre », elle met en évidence une démocratisation du discours féministe, longtemps cantonné à des cercles militants ou intellectuels. Ce phénomène est amplifié par les réseaux sociaux, qui permettent une diffusion instantanée, virale et mondiale des témoignages et des revendications. L'idée que #MeToo constitue « une forme d'apogée » est essentielle : ce moment catalyse une prise de conscience collective, mobilise un public extrêmement large et rend visibles des violences jusque-là tues ou minimisées.

Ce passage insiste aussi sur un autre aspect fondamental : la recomposition du paysage médiatique et culturel. Le mot féminisme devient omniprésent, intégré aux productions des industries culturelles. Ce glissement vers le *mainstream* signifie que les artistes, séries, films, campagnes publicitaires et plateformes de diffusion adoptent progressivement une rhétorique féministe, créant un dialogue constant entre culture populaire et mouvements sociaux.

Autrement dit, ce n'est plus seulement la musique qui porte des messages féministes, comme c'était le cas dans les décennies précédentes. Désormais, c'est l'ensemble de la culture pop musique, cinéma, réseaux sociaux, mode, télévision qui participe à d'un féminisme

⁴¹ GALAND, Sandrine, op. cit., p.16.

massivement diffusé, largement partagé, mais aussi sujet à des tensions entre authenticité militante et récupération commerciale.

La citation permet donc de montrer que 2017 ne crée pas le féminisme dans la pop culture, mais qu'elle en marque la reconfiguration, la mise en lumière et surtout la popularisation. Elle illustre parfaitement la façon dont un mouvement social peut transformer les pratiques culturelles et élargir considérablement la portée du discours féministe.

Cette notion d'une diffusion de masse du féminisme Sandrine Galand utilise le terme « Féminisme Pop » elle le définit

« Il semblerait que “le féminisme” soit la nouvelle saveur, le mot-clic de l’heure. Nous voilà devant un féminisme entretenant d’étroits rapports avec les notions de vedettariat, de succès, de richesse et de prestige, tout en semblant se retirer de l’action directe et du militantisme. [...] Un féminisme célébré dans les médias de façon assez consensuelle [...] mais parfois disqualifié dans les sphères intellectuelles et militantes parce qu’il capitule devant les univers du spectacle, de la consommation et de la production de masse. [...] Pour ma part, j’ai choisi d’adopter une appellation qui permet d’inscrire les féminismes dans une pensée de la culture populaire [...] : je parlerai donc sobrement de féminisme pop. »⁴²

Sandrine Galand explique que le féminisme pop commence à partir du moment où le féminisme sort de la sphère militante et théorique pour entrer pleinement dans la culture populaire. Elle situe donc son émergence au moment où les discours féministes deviennent visibles, partagés et même « tendance » dans les médias, les industries culturelles et le vedettariat. Il s’agit d’un féminisme médiatique consensuelle

Le vidéoclip occupe aujourd’hui une place essentielle dans la culture populaire, bien au-delà de son rôle initial de support promotionnel. C’est un espace où les artistes construisent des images d’eux-mêmes, travaillent leur identité et proposent des récits capables de toucher un très large public en quelques secondes. De ce fait, le clip est devenu un lieu stratégique pour la diffusion des discours féministes contemporains, et plus particulièrement du féminisme pop.

Le féminisme pop, tel que le décrit Sandrine Galand, émerge au moment où les discours féministes quittent les cercles militants pour s’inscrire pleinement dans les industries culturelles : musique, télévision, cinéma, réseaux sociaux. Cette forme de féminisme tire sa force de sa

⁴² Ibid., p. 20.

visibilité massive, de son langage accessible et de sa circulation rapide dans l'espace médiatique. Les clips jouent ici un rôle central, car ils permettent de mettre en scène le féminisme de manière visuelle, performative et immédiatement reconnaissable. Dans une culture qui consomme autant d'images, un vidéoclip devient une manière efficace de rendre le féminisme tangible, émotionnel et viral.

Le clip a ceci de particulier qu'il fonctionne avec des codes très puissants : cadrages, chorégraphies, symboles, vêtements, couleurs, attitudes corporelles. Ces codes peuvent renforcer des normes, mais aussi les détourner. C'est exactement la logique du féminisme pop : utiliser les outils de la culture populaire pour faire circuler un message, parfois critique, parfois transformateur, à l'intérieur même du système qui tend à lisser ou marchandiser les idées féministes.

Ainsi, lorsque Cyndi Lauper danse dans *Girls Just Want to Have Fun*, lorsque Beyoncé projette le mot *FEMINIST* sur un écran géant, ou lorsqu'un artiste comme Lil Nas X réinvestit des symboles religieux dans *MONTERO*, les vidéoclips deviennent des lieux où se renégocient les représentations du genre, du corps, de la liberté ou de la sexualité. Ils proposent des positions d'identification : des rôles, des postures, des récits dans lesquels le spectateur peut se reconnaître, qu'il peut accepter, rejeter ou réinterpréter. C'est là que les théories de Stuart Hall éclairent ce phénomène : le clip ne montre pas simplement une identité, il invite à se positionner, à entrer dans une relation avec les images, à négocier son propre rapport aux normes.

Le féminisme pop fonctionne exactement de cette manière. Il ne cherche pas nécessairement à être radical ou profondément théorique ; il mise plutôt sur la force de l'image, du geste, de la performance, pour toucher un très grand public. Il transforme des enjeux politiques en symboles visibles, en attitudes, en chorégraphies, en slogans qui circulent dans la culture. C'est pour cela qu'il est parfois critiqué : parce qu'il emprunte les logiques du spectacle et du marketing. Mais c'est aussi ce qui fait sa puissance : il ouvre le féminisme à de nouvelles audiences, à des personnes qui n'iraient pas nécessairement lire un essai ou participer à un collectif militant.

Dans ce sens, le vidéoclip est l'un des outils les plus efficaces du féminisme pop. Il rend possible l'émergence de nouveaux modèles, de nouvelles manières d'être femme, homme, queer, libre ou en résistance. Il permet de rendre visibles des corps et des identités qui sont souvent marginalisés ailleurs. Il les met en scène, parfois avec humour, parfois avec

provocation, parfois avec fragilité, et il les partage dans un format capable de toucher des millions de personnes en quelques heures.

Ainsi, le lien entre vidéoclip et féminisme pop tient à leur logique commune : tous deux travaillent avec la culture populaire, avec ses codes, ses limites et ses possibilités. Tous deux naviguent entre reproduction des normes et réinvention des imaginaires. Et tous deux participent, chacun à leur manière, à la construction de nouvelles façons d'exister dans l'espace social.

Le féminisme pop se reconnaît donc naturellement dans le vidéoclip, parce que c'est un espace où l'on peut voir, sentir, incarner et performer le féminisme un espace où les images deviennent des outils politiques, même lorsqu'elles naissent au cœur du divertissement.

Au terme de cette réflexion, il apparaît clairement que le féminisme pop ne se réduit ni à une mode médiatique ni à un simple effet de visibilité. Il constitue une véritable transformation de la manière dont le féminisme circule, se dit et s'incarne dans la culture contemporaine. Comme le montre l'évolution historique des discours féministes dans la pop culture, cette diffusion s'est construite progressivement : d'abord portée par des messages disséminés dans certaines chansons ou performances, elle s'est amplifiée jusqu'à devenir un langage partagé par un public très large. Avec la montée des réseaux sociaux et l'impact décisif de mouvements comme #MeToo, les idées féministes ont quitté les marges pour devenir un élément structurant du paysage culturel, s'intégrant aux formats les plus consommés, les plus visibles et les plus codifiés de la pop culture.

Cette entrée massive du féminisme dans l'espace médiatique, que Sandrine Galand décrit comme une sortie « de l'ombre », s'accompagne toutefois d'ambivalences importantes. D'un côté, elle rend le féminisme plus accessible, plus immédiatement perceptible, et ouvre la possibilité pour de nombreuses personnes de s'identifier à des formes nouvelles d'émancipation ou de représentation. De l'autre, cette même popularisation s'expose aux risques de simplification, de marchandisation ou de dilution du message, tant les industries culturelles tendent à transformer les idées en produits. Le féminisme pop doit alors naviguer dans cette tension entre légitimité militante et logique spectaculaire, entre volonté politique et stratégies

commerciales. Cette tension n'invalide pas son importance : elle montre plutôt qu'il s'agit d'un féminisme en mouvement, constamment renégocié au contact de la culture *mainstream*.

Dans cette dynamique, le vidéoclip occupe une place de premier plan. Parce qu'il combine image, musique, récit et performance ; Il condense en quelques minutes une grande puissance symbolique. Sa force réside dans sa capacité à proposer des représentations immédiatement compréhensibles, émotionnelles et visuellement frappantes, qui peuvent circuler rapidement et toucher un public très diversifié.

Le clip ne se contente pas de refléter des positions féministes : il en fabrique, en met en scène et en transforme, en jouant avec des codes visuels capables à la fois de reproduire certaines normes et de les subvertir. Il devient ainsi un espace où se matérialisent les tensions propres au féminisme pop entre engagement et spectacle, entre contestation et mise en scène, entre appropriation et réinterprétation.

Le rapport entre vidéoclip et féminisme pop s'ancre donc dans une même logique culturelle : celle d'un féminisme qui se construit au cœur des images, des récits et des performances diffusées par la pop culture. Le clip offre un terrain privilégié pour observer comment ce féminisme médiatisé se déploie, comment il façonne les imaginaires et comment il propose des modes d'identification nouveaux. Il permet aussi de comprendre comment les discours féministes s'adaptent aux contraintes du format, aux attentes du public et aux mécanismes de l'industrie culturelle.

Dans cette perspective, il devient essentiel d'examiner de près ce que montrent réellement les clips pop, quels types de représentations ils mobilisent et comment ils participent à la construction contemporaine des identités genrées et des récits féministes. C'est en observant ces images au plus près que l'on peut saisir ce que le féminisme pop produit, comment il se réinvente et ce qu'il rend possible dans l'imaginaire collectif

II. Analyse des représentations des féminités dans le clip pop

II.1 Femmes centrales et maîtrises du regard

A) *Woman* de Doja Cat : Figures féminines centrales, contrôle du regard et puissance collective

Dans les clips de pop américaine contemporaine, la présence centrale des femmes s'appuie sur un langage visuel qui mobilise une notion devenue incontournable dans la culture pop : l'*empowerment*. Celui-ci constitue en effet l'une des grammaires fondamentales du *pop féminisme*, qui repose sur la valorisation médiatique de la confiance en soi, de la puissance individuelle et de l'affirmation de soi dans des formats culturels massifs. Toutefois, cette notion ne se réduit pas à une simple célébration de la réussite individuelle. Comme le souligne la démographe et sociologue française Anne Emmanuèle Calvès, qui a retracé la généalogie du concept d'*empowerment* dans le champ des études sur le développement. L'*empowerment* renvoie à différentes formes de pouvoir qui dépassent la seule capacité à dominer ou à s'imposer aux autres :

« Pour les féministes, l'*empowerment* se distingue du pouvoir de domination qui s'exerce sur quelqu'un (*power over*) et se définit plutôt comme un pouvoir créateur qui rend apte à accomplir des choses (*power to*), un pouvoir collectif et politique mobilisé notamment au sein des organisations de base (*power with*) et un pouvoir intérieur (*power from within*) »⁴³

La distinction entre *power over*, *power to*, *power with* et *power from within* met en évidence la diversité des formes que peut prendre l'*empowerment* dans les clips pop contemporains. Loin de ne renvoyer qu'à une relation de domination, le pouvoir y apparaît comme une force qui permet d'agir, de s'affirmer, de s'allier aux autres et de se transformer intérieurement.

Une telle conception rejoint pleinement la logique du pop féminisme, où la mise en scène des artistes vise avant tout à rendre visible leur capacité d'action, leur solidarité et l'expression

⁴³ CALVÈS, Anne-Emmanuèle, « *Empowerment* » : *généalogie d'un concept clé du discours contemporain sur le développement* », Revue Tiers Monde, vol. 200, no 4, Armand Colin, Paris, 2009, p.739

de leur identité. Les clips deviennent des espaces où ces différentes modalités de pouvoir se matérialisent : le *power to* s'exprime lorsque l'artiste contrôle son image et affirme son autonomie ; le *power with* se manifeste à travers la dynamique collective et le soutien entre femmes ; et le *power from within* apparaît dans la confiance en soi, la posture et la présence scénique qui permettent à l'artiste d'occuper l'image comme véritable sujet.

Comme le rappellent Railton et Watson la représentation des femmes dans les clips a longtemps été structurée par un régime de regard où « Les femmes sont représentées simplement comme des corps ou des parties de corps à observer et à désirer, plutôt que comme des agents sociaux ayant leurs propres désirs et motivations complexes. »⁴⁴

Dans de nombreux clips musicaux, les femmes sont réduites à une présence strictement corporelle : la mise en scène insiste sur des fragments de corps, sur des mouvements sexualisés ou sur des poses destinées à capter un regard extérieur, généralement masculin. Cette logique visuelle les prive de subjectivité, car elles apparaissent comme des surfaces à contempler plutôt que comme des individus dotés d'intentions, de désirs ou d'une *agency*⁴⁵ propre. Leur rôle narratif est souvent inexistant ou secondaire ; elles ne sont pas actrices du récit mais éléments décoratifs qui renforcent la dynamique de certains regards masculin hétéro.

Ce procédé constitue l'un des mécanismes centraux de l'objectification médiatique : en focalisant l'attention sur des parties du corps au détriment de la personne, il neutralise la possibilité pour les femmes d'être représentées comme des sujets complexes et autonomes. Le clip devient alors un espace où se rejouent et se normalisent des rapports de pouvoir inégalitaires, dans lesquels le regard structure la hiérarchie : d'un côté, celui qui observe ; de l'autre, celle qui est observée.

C'est précisément cette dynamique que met en scène l'artiste Doja Cat dans le clip *Woman* (2021) chanson qui appartient à *Planet Her*, réalisée par la réalisatrice child. Qui constitue l'un

⁴⁴ RAILTON Diane, WATSON Paul, op. cit. p.18. trad. Jessica Dufaud, Citation originale: « women are depicted simply as bodies or body parts to be observed and desired rather than social agents who have complex desires and drives of their own. »

⁴⁵ L'*agency* désigne la capacité d'une personne ou d'un groupe à agir, à faire des choix et à influencer sa propre vie ou son environnement social. En sciences sociales, ce terme renvoie à la possibilité d'exercer une action intentionnelle, même dans des contextes où existent des contraintes ou des normes limitantes.

des exemples de puissance féminine collective et maîtrisée dans la pop contemporaine. La vidéo comptabilise 330 990 626 vues.

La chanson *Woman* de Doja Cat met en avant différents aspects de la féminité à travers une esthétique afrobeats⁴⁶. Elle évoque la polyvalence des femmes et leur capacité à assurer des rôles variés dans la société. Lorsqu'elle affirme « Je veux dire je pourrais être la chef, présider tous les états. Je pourrais sourire et me remuer jusqu'à ce que ces poches soient vides. Je pourrais être la PDG, juste regarder Robyn Fenty »⁴⁷, elle fait référence au vrai nom de Rihanna, devenue une icône de réussite entrepreneuriale grâce à ses marques de beauté et de mode. Cette comparaison lui permet de montrer que les femmes peuvent accéder à des positions de pouvoir et d'influence tout aussi légitimement que les hommes.

Elle développe également l'idée du divin féminin elle écrit : « Princesse ou reine, garçon manqué ou roi tu en as beaucoup entendu, mais tu n'as jamais vu Mère Nature, Sainte Marie, s'élèvent au sommet, Féminin divin, je suis féminine »⁴⁸. Les références à Mère Nature, symbole universel de création, et à Sainte Marie, figure spirituelle de pureté dans le christianisme, soulignent cette dimension sacrée et plurielle de la féminité.

La chanson mentionne aussi certaines dynamiques sociales, comme la tendance à opposer les femmes entre elles : « Ils veulent nous dresser les unes contre les autres quand on réussit, et sans raison ils veulent nous voir finir comme Regina dans *Lolita malgré moi* »⁴⁹. Elle fait ici référence à Regina George, personnage emblématique du film *Lolita malgré moi*, connue pour représenter la rivalité toxique entre adolescentes. En évoquant ce personnage, Doja Cat critique les pressions sociales qui encouragent les femmes à se jalouser plutôt qu'à se soutenir.

Doja Cat, dans le clip *Woman*, propose une reconfiguration majeure des féminités. Le clip s'ouvre dans un royaume exclusivement féminin, dirigé par une reine (Teyana Taylor),

⁴⁶ L'*Afrobeats* est un genre de musique pop contemporaine apparu dans les années 2000 au Nigeria et au Ghana. Il combine des influences africaines avec la pop, le hip-hop, le dancehall et le R'n'B, et se distingue par des rythmes dansants portés par des percussions dynamiques. Il ne faut pas le confondre avec l'*Afrobeat* (sans s), un style créé dans les années 1960-70 par Fela Kuti.

⁴⁷ trad. Jessica Dufaud, Parole originale : « I mean, I could be the leader, head of all the states, I could smile and jiggle, it 'til his pockets empty, I could be the CEO, just look at Robyn Fenty »

⁴⁸ trad. Jessica Dufaud, Parole originale : « Princess or queen, tomboy or king, You've heard a lot, you've never seen Mother Earth, Mother Mary, rise to the top Divine feminine, I'm feminine »

⁴⁹ trad. Jessica Dufaud, Parole originale : « They wanna pit us against each other when we succeedin' for no reasons They wanna see us end up like we Regina on Mean Girls »

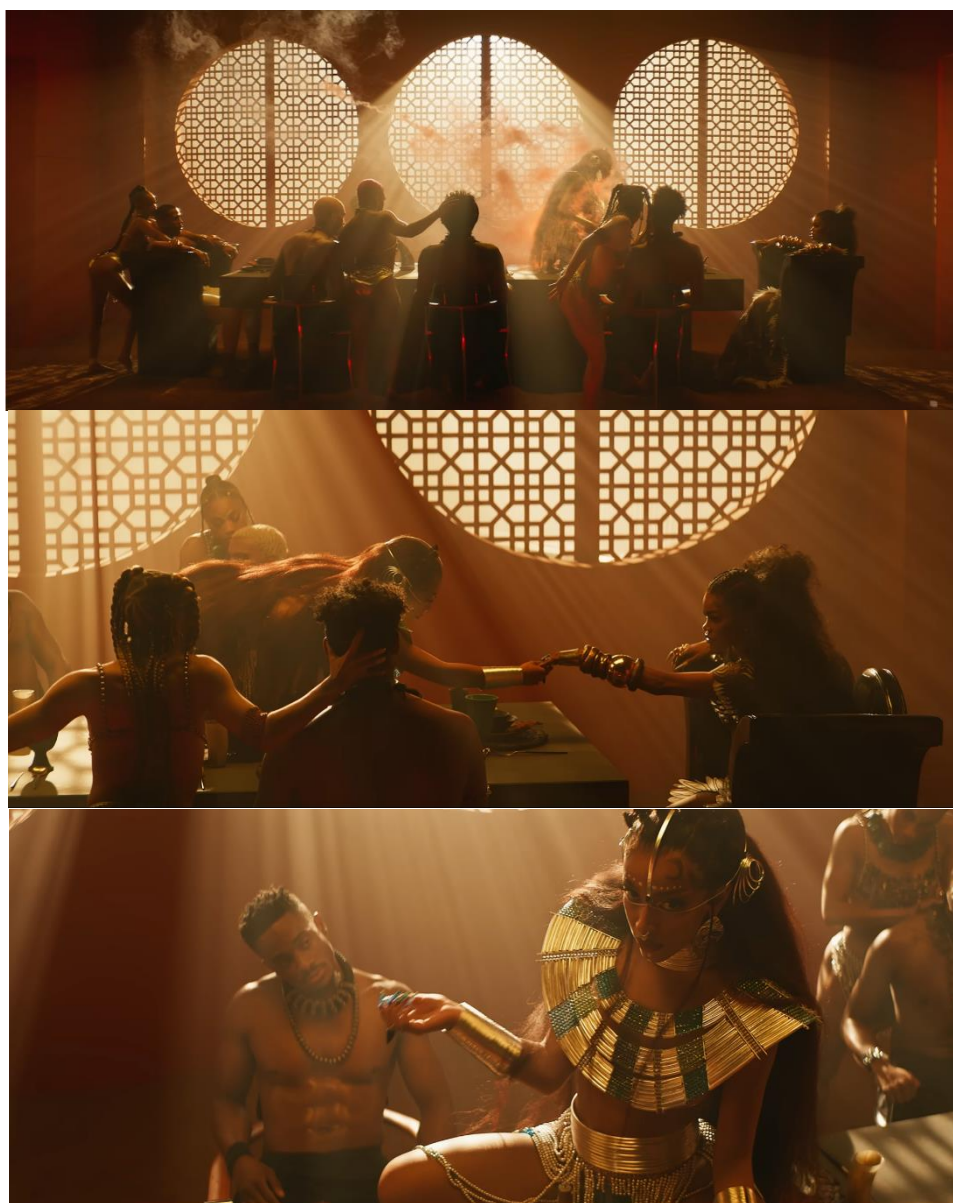
lorsqu'une guerrière (Guetcha Tondreau) interrompt la scène pour lui annoncer qu'une faction rivale masculine souhaite s'emparer de son trône comme le montre le photogramme du clip présenté par la figure 13 . Cela signale d'emblée une centralité féminine souveraine. Ici, la présence des femmes n'est ni décorative ni secondaire : elle est structurante, dans la mesure où elle organise l'espace, l'esthétique et la narration.



Annexe 2, fig.13 : Analyse : Extraits du clip *Woman* de Doja Cat

La caméra accompagne les femmes plutôt qu'elle ne les capture, leur permettant ainsi de se présenter comme des sujets actifs. Dans la scène où Doja Cat apparaît à une table entourée d'hommes, cette dynamique devient particulièrement significative : son regard ne se pose pas sur les hommes présents autour de la table, mais sur la reine installée à son extrémité. Alors que le décor évoque un espace masculin de pouvoir, une cour, ou un cercle décisionnaire la caméra refuse de s'aligner sur ce regard patriarcal mais plutôt sur le regard de Doja Cat droit à la caméra pendant que les hommes l'observent (voir annexe 2, fig.13).

Au lieu de fixer Doja Cat comme une figure isolée dans un environnement dominé par les hommes, la caméra circule autour d'elle, répond à ses gestes, cadre sa voix, sa posture et sa danse. Ce mouvement efface la fixité du regard masculin et transforme la scène : le centre de gravité n'est plus la table, ni les hommes, mais la trajectoire du corps féminin.



Annexe 2, fig.13 : Analyse : Extraits du clip *Woman* de Doja Cat

Ce renversement répond aux critiques formulées par Laura Mulvey sur le *male gaze*, selon lesquelles les images populaires tendent à organiser un regard masculin hétérosexuel qui contrôle la mise en scène des femmes. « Dans un monde ordonné par l'inégalité sexuelle, le plaisir du regard est scindé entre actif/masculin et passif/féminin. Le regard masculin déterminant projette sa phantasie sur la figure féminine qui lui est stylisée en conséquence. »⁵⁰

⁵⁰ MULVEY, Laura, *Visual Pleasure and Narrative Cinema*, Screen, vol. 16, n° 3, Oxford University Press, Oxford, Ma trad. Jessica Dufaud, 1975, p. 808. Citation originale: « In a world ordered by sexual imbalance, pleasure in looking has been split between active/male and passive/female. The determining male gaze projects its phantasy on to the female figure which is styled accordingly.»

Cependant, cette analyse fondamentale dans l'histoire des études féministes repose sur une conception souvent essentialisée du regard masculin. Mulvey parle du « regard masculin » comme d'une catégorie stable et homogène, mais cette catégorie recouvre en réalité une position située : celle de l'homme hétérosexuel. Lorsque Mulvey décrit le mécanisme du *male gaze*, elle décrit avant tout le regard de certains hommes hétérosexuels sur les femmes, un regard socialisé, normé, historiquement dominant, mais qui ne saurait être confondu avec « le regard masculin » en général. Cette précision est essentielle tous les hommes ne regardent pas les femmes de la même manière ; tous les regards masculins ne sont pas hétérosexuels et surtout, les regards féminins, queer, non binaires ou communautaires ne sont pas pris en compte dans le modèle mulvien.

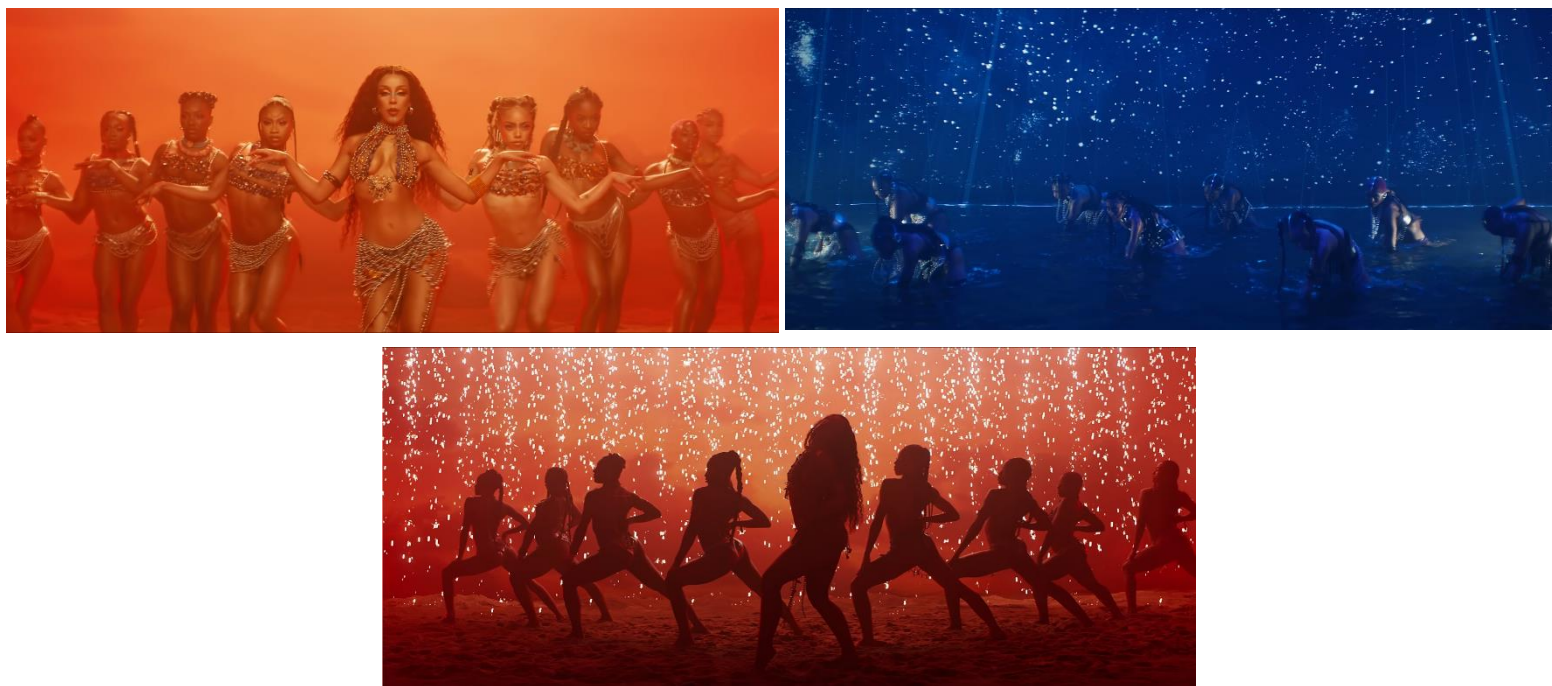
Autrement dit, les images populaires tendent à immobiliser les femmes, à les styliser selon un désir extérieur, et à organiser la mise en scène autour d'un regard masculin hétéro actif qui contrôle ce qu'elles représentent. Or, le clip opère précisément l'inverse le mouvement devient ici une stratégie de refus : en échappant à la fixité, le corps féminin se dérobe à la projection fantasmatique que décrit Mulvey, et impose un mode de visibilité qui lui est propre.

Ce qui fait que, là où le féminin est traditionnellement rendu passif, il devient actif ; là où le regard masculin organise la scène, il est relégué à la périphérie ; là où la femme est habituellement stylisée selon les fantasmes d'autrui, elle devient au contraire l'origine du mouvement, la source qui redistribue les forces et redéfinit la scène.

En transformant la caméra en partenaire de son énergie plutôt qu'en instrument de surveillance, la séquence opère une véritable subversion du dispositif patriarcal décrit par Mulvey, et affirme une autre manière d'être vue dynamique, autonome, et irréductible aux catégories du regard dominant.

La chorégraphie collective, qui occupe une place centrale dans le clip, incarne une autre dimension essentielle : la puissance d'un agir ensemble. Plutôt que d'exhiber une figure féminine isolée, associée à un *empowerment* individualiste, *Woman* met en scène un « pouvoir avec » les autres, ce que les théoriciennes féministes nomment *power with*. Cette dynamique renvoie directement aux analyses de la sociologue Patricia Hill Collins, figure majeure du féminisme noir, qui considère les communautés de femmes noires comme des espaces privilégiés de solidarité, de transmission et de construction d'une force collective. Cette

réflexion s'inscrit dans une tradition intellectuelle plus ancienne, portée notamment par Maria W. Stewart abolitionniste, écrivaine et pionnière de la pensée féministe noire aux États-Unis. Citée dans *La pensée féministe noire. Savoir, conscience et politique de l'empowerment*, Stewart souligne l'importance du soutien mutuel et de l'élévation collective des femmes noires lorsqu'elle affirme: « Avec union, le savoir et l'amour commencent à circuler entre nous. [...] Jusqu'à ce que nous commencions à nous aider et à nous encourager mutuellement. »⁵¹



Annexe 2, fig.13 : Analyse : Extraits du clip *Woman* de Doja Cat

La chorégraphie du clip matérialise précisément cette idée d'un pouvoir collectif qui circule, se renforce et se transmet par la mise en mouvement simultanée des corps. Elle illustre également la logique performative du genre. Butler rappelle en effet que « ce sont les pratiques du corps dont la répétition institue le genre »⁵², soulignant que les normes ne se maintiennent qu'en étant rejouées continuellement. Mais elle précise aussi que la performativité n'est jamais un geste figé : « la performativité n'est pas un acte isolé : elle est répétition, réitération, citation ». Autrement dit, toute répétition ouvre la possibilité d'un décalage, d'un déplacement, voire d'une transformation des codes institués.⁵³

⁵¹ COLLINS, Patricia Hill, *La pensée féministe noire. Savoir, conscience et politique de l'empowerment*, Montréal, Éditions du remue-ménage, trad. Diane Lamoureux, 2016, p.437.

⁵² BUTLER, Judith, *Trouble dans le genre. Le féminisme et la subversion de l'identité*, Paris, Éditions La Découverte, trad. Cynthia Kraus, 2019, p.02.

⁵³ Ibid., p.17

C'est exactement ce qui se joue dans *Woman*. Les corps féminins rejouent des codes bien connus de la performance pop la synchronisation millimétrée, la sensualité chorégraphiée, la mise en scène spectaculaire mais ces reprises ne sont jamais de simples reproductions. Leur amplification, leur intensité collective et leur réappropriation incarnée leur confèrent une puissance de résinification. En poussant les gestes jusqu'à l'excès, les danseuses dévoilent la nature construite de ces codes et révèlent que la norme n'est jamais qu'une habitude stylisée, susceptible d'être restructurée.

Ce jeu entre reprise et transformation rejoint l'analyse de Butler selon laquelle la répétition peut devenir le site même de la subversion, dès lors qu'elle infléchit la norme au lieu de la confirmer. Cette dynamique est inscrite dans le cœur même de la performativité : un rituel qui, parce qu'il doit constamment être refait, devient aussi un espace où des variations, même minimes, peuvent produire du nouveau.

Enfin, cette dynamique collective trouve un écho particulièrement fort dans l'imaginaire visuel du clip, qui convoque implicitement la figure de l'Agojie (voir annexe 2, fig.14), l'unité militaire féminine du Dahomey. En intégrant des postures de combat, des alignements de corps, une rigueur quasi martiale et une présence souveraine, *Woman* réactive la mémoire de ces guerrières africaines dont l'histoire défie les récits occidentaux de fragilité ou de passivité féminine. La référence à l'Agojie ajoute ainsi une profondeur politique à la chorégraphie : elle inscrit la puissance collective des femmes dans une tradition de résistance, d'autorité et de maîtrise du corps qui précède de loin les formes contemporaines de la pop.



Annexe 2, fig.14 : Photo du Groupe des « Amazones du Dahomey » lors de leur séjour à Paris, photographie (vers 1890–1891)

Elle rappelle que cette puissance ne surgit pas mais s'ancre dans une généalogie africaine de force féminine, contribuant à dénaturiser les imaginaires colonisés des féminins noirs et à ouvrir un espace visuel où les femmes peuvent puiser, réactiver et reperformer leurs propres héritages symboliques.

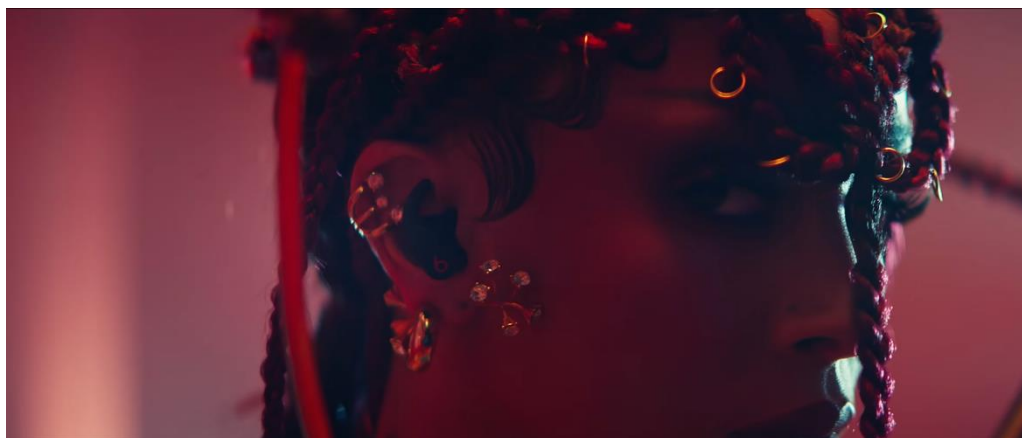
Dans l'ensemble, l'analyse du clip *Woman* montre comment la pop contemporaine peut réinvestir l'*empowerment* féminin en dépassant les logiques d'objectification encore fréquentes dans les clips musicaux. Alors que de nombreuses vidéos continuent d'exposer les femmes comme des corps passifs ou fragmentés, *Woman* propose une configuration différente : les femmes y sont centrales, actives et structurent la mise en scène. Le clip met simultanément en avant un pouvoir individuel, un pouvoir collectif et un pouvoir intérieur, illustrant concrètement les différentes dimensions de l'*empowerment*.

Malgré la force visuelle et politique de *Woman*, le clip mérite une lecture nuancée. S'il renverse plusieurs codes du *male gaze* et met en avant une solidarité féminine puissante, il reste traversé par des tensions qui limitent la portée de son discours. L'esthétique proposée, bien que centrée sur la puissance collective, repose sur une représentation très homogène du corps féminin : jeunes, athlétiques. Les femmes mises en scène incarnent un idéal esthétique précis qui ne reflète qu'une partie des expériences féminines. De plus, la réactivation d'imaginaires africains notamment la référence aux Agojie soulève des questions. Elle permet certes de valoriser des héritages souvent invisibilisés, mais au risque d'en proposer une version stylisée qui simplifie leur complexité historique.

Par ailleurs, certains plans du clip adoptent un cadrage resserré sur des parties du corps mises en valeur par l'éclairage rouge et les accessoires métalliques. Ce type de cadrage peut être interprété comme une réappropriation esthétique du corps, mais également comme une reprise de codes visuels traditionnellement associés à la sexualisation dans les clips musicaux. La tension entre *empowerment* et mobilisation de conventions visuelles déjà présentes dans les industries culturelles demeure ainsi perceptible, montrant que la subversion du regard n'exclut pas des ambiguïtés persistantes dans la représentation corporelle.

Un autre élément visuel mérite attention : dans l'un des plans du clip, on aperçoit clairement Doja Cat portant un écouteur noir marqué du logo b de Beats, intégré à une esthétique futuriste faite de tresses parées d'anneaux dorés, de bijoux brillants (voir annexe 2, fig.13). Ce détail

introduit une dimension supplémentaire, à la frontière entre stylisation technologique et potentiel placement de produit. Il rappelle également que l'univers visuel de *Woman* s'inscrit dans une culture pop où la puissance féminine coexiste souvent avec des dispositifs technologiques et des logiques industrielles, brouillant parfois la frontière entre *empowerment* visuel et impératifs promotionnels



Annexe 2, fig.13 : Analyse : Extraits du clip *Woman* de Doja Cat

D'autres artistes choisissent des stratégies plus réflexives, plus ironiques, parfois même plus ambivalentes, qui reposent sur la réappropriation de leur propre image médiatique. Là où Doja Cat construit une puissance partagée et affirmée, certaines figures de la pop préfèrent retourner les discours qui les ont façonnées, jouer avec les caricatures dont elles ont été l'objet, ou encore exhiber leurs propres stigmates pour mieux les neutraliser.

C'est précisément le cas de Taylor Swift, dont le clip *Look What You Made Me Do* illustre une autre modalité du pop féminisme : non plus l'occupation souveraine de l'espace visuel, mais la mise en scène de l'autodérision, de la rupture identitaire et de la maîtrise narrative. En se réappropriant les images médiatiques qui l'ont définie, Swift propose une forme d'*empowerment* fondée sur la satire, la déconstruction et la réécriture de soi, offrant un contrepoint fécond aux dynamiques analysées dans *Woman*.

A) Look What You Made Me Do de Taylor Swift:

Réappropriation de l'image, autodérision.

Au début de sa carrière, Taylor Swift incarnait une forme d'innocence et de normalité. Blonde aux yeux bleus, souriante, guitare à la main, elle chantait des histoires d'amours adolescentes, de bals de promo, de jalousie ou de ruptures avec une sincérité qui semblait tout à fait naturelle. Elle donnait l'impression d'être « la fille d'à côté » : accessible, polie, romantique, un peu timide.

Contrairement à d'autres jeunes stars de l'époque, elle n'était associée ni aux scandales ni à une image provocante. Son positionnement était familial, sage, traditionnel, surtout dans le contexte country de Nashville. Elle représentait une jeunesse américaine idéalisée : travailleuse, sensible, attachée aux valeurs sentimentales. Les médias américains ont largement contribué à cette image en la présentant comme la « bonne élève » de l'industrie musicale, respectueuse et reconnaissante. Elle explique cela dans le documentaire *Miss Americana* :

« Quand on est artiste de country, on ne force pas sa politique sur les gens. On les laisse vivre leur vie. C'est ancré en nous. [...] Une gentille ne force pas ses opinions sur les gens. Une gentille fille sourit, salue et dit merci. Une gentille fille ne met pas les gens mal à l'aise avec ses opinions. J'essayais tellement ne pas faire de vague : Je ne ferai rien qu'on puisse critiquer »⁵⁴

Lors de la cérémonie des MTV Video Music Awards de 2009, le rappeur Kanye West l'interrompt alors qu'elle accepte le prix de la Meilleure vidéo féminine, affirmant qu'elle ne méritait pas la récompense et que Beyoncé avait « l'un des meilleurs clips de tous les temps ».

Cette intervention provoque une déferlante médiatique si importante que même le président des États-Unis de l'époque réagit publiquement. Taylor finit par se réconcilier avec Kanye en 2015. Cependant, il sort ensuite la chanson *Famous*, où il rappe : « J'ai l'impression que Taylor et moi pourrions encore coucher ensemble. Pourquoi ? C'est moi qui ai rendu cette pute célèbre. »⁵⁵

⁵⁴ Réal. WILSON Lana, *Miss Americana*, Tremolo Productions / Netflix, 2020, 37:15 – 24:00.

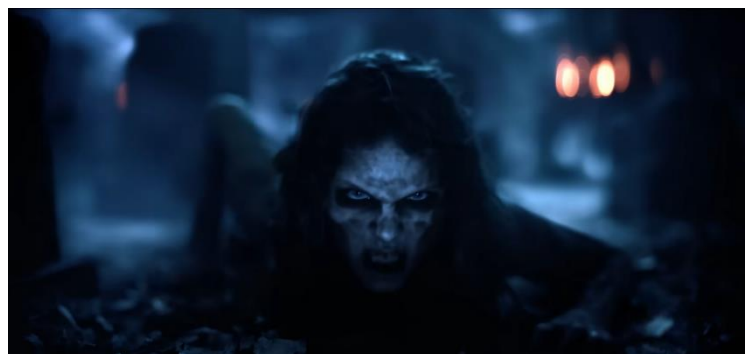
⁵⁵ trad. Jessica Dufaud, Parole originale : « I feel like me and Taylor might still have sex Why? I made that bitch famous »

Ces paroles déclenchent une nouvelle polémique. Kanye West affirme qu'il avait demandé l'autorisation de Taylor pour utiliser ces paroles, mais elle nie avoir été prévenue de l'emploi du mot « pute ». Kim Kardashian alors en couple avec Kanye publie une vidéo où l'on voit Kanye West téléphoner à Taylor Swift pour demander son accord supposé. Plus tard, on apprend que la vidéo était montée. Dans la version complète non éditée, il évoque bien l'idée de dire qu'il l'a « rendue célèbre », proposition dont Taylor semble informée, mais il ne prononce jamais le mot « pute ».

Mais il est déjà trop tard : l'opinion publique se retourne massivement contre Taylor Swift, l'accusant de vouloir se victimiser. Elle disparaît alors médiatiquement pendant près d'un an. Pendant ce temps, Kanye West publie le clip *Famous*, dans lequel on aperçoit douze personnalités dont Taylor Swift représentées sous forme de figures de cire hyperréalistes, entièrement nues, allongées sur un grand lit qu'elles partagent avec le rappeur.

Elle revient ensuite avec son album *Reputation* et le single *Look What You Made Me Do*, qui marque une rupture radicale avec son ancienne image et une reprise de contrôle de son récit public. Le clip *Look What You Made Me Do* réalisé par Joseph Kahn publiée en 2017 sur YouTube. le clip comptabilise 1 563 396 118 vues

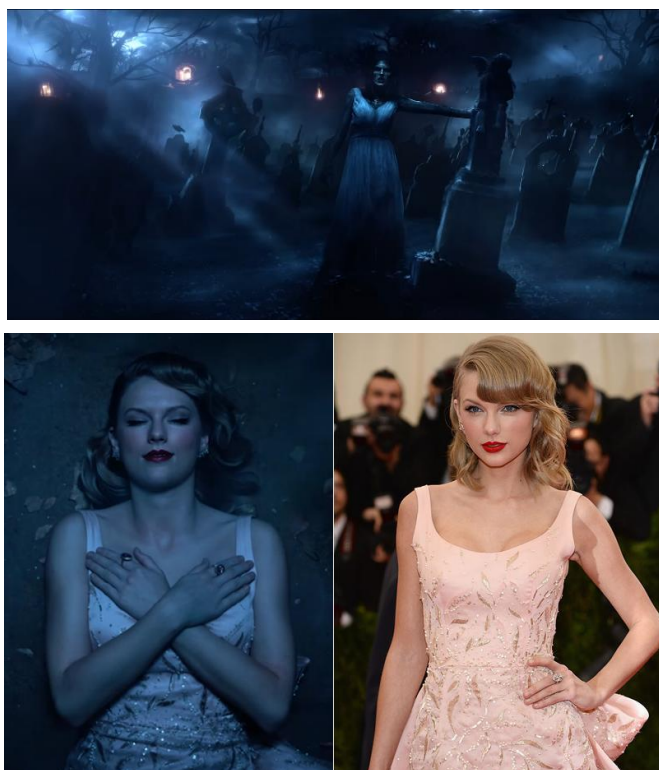
Look What You Made Me Do s'ouvre sur un cimetière nocturne où une tombe porte le nom de la réputation de Taylor Swift (voir annexe 2, fig.15).



Annexe 2, fig.15 : Analyse: Extraits du clip *Look What You Made Me Do* de Taylor Swift

Soudain, une version zombifiée de la chanteuse en sort, vêtue d'une robe rappelant à la fois son ancien clip *Out of the Woods* (voir annexe 2, fig.16) et la tenue qu'elle portait au Met Gala

2014 (voir annexe 2, fig.15), deux marques visuelles associées à son ancienne image : douce, sage, irréprochable.



Annexe 2, fig.15: Analyse: Extraits du clip *Look What You Made Me Do* de Taylor Swift



Annexe 2, fig.16: Extraits du clip *Out of the Woods* (01/01/2016) de Taylor Swift

Cette première apparition met en scène une mort symbolique, celle de la « vieille Taylor », figure médiatique construite et largement imposée par les récits journalistiques. Lorsque Swift déclare : « La vieille Taylor ne peut pas répondre au téléphone pour le moment. Pourquoi ? Oh, parce qu'elle est morte »⁵⁶, cela officialise la rupture. L'ancienne identité n'est pas dépassée, elle est déclarée morte.

Cette mort orchestrée constitue un acte de réécriture narrative : plutôt que de laisser les médias décider de sa transformation après les controverses, Swift choisit elle-même d'effacer l'image qui lui échappait.

Cette renaissance passe par une destruction spectaculaire de ses anciennes persona. La scène de la pyramide, où diverses versions de Taylor la romantique, la naïve, la *serial dater*,⁵⁷ la

⁵⁶ trad. Jessica Dufaud, Parole originale : « The old Taylor can't come to the phone right now Why? Oh, 'cause she's dead »

⁵⁷ Serial dater : personne enchainant les aventures sans lendemain

victime, la pop star glamour s'accrochent les unes aux autres en tombant, matérialise cette idée. Ces incarnations apparaissent comme autant de caricatures construites par le regard médiatique, par les attentes du public et par les lectures contradictoires de son image. Leur affrontement symbolise la fragmentation d'une identité fabriquée de toutes pièces. L'effondrement de la pyramide bâti d'ancienne images de Taylor Swift durant différentes *era* musical annonce ainsi la possibilité d'une renaissance (voir annexe 2, fig.15) : pour devenir une « nouvelle Taylor », elle doit faire disparaître toutes ces projections qui ont pesé sur elle. Le geste n'est pas celui d'une transformation progressive, mais d'une rupture radicale. La mort devient alors une stratégie : effacer l'identité imposée pour reconstruire une identité maîtrisée.



Annexe 2, fig.15: Analyse: Extraits du clip *Look What You Made Me Do* de Taylor Swift

L'apparition de la pierre tombale portant le nom « Nils Sjöberg » renforce cette lecture.



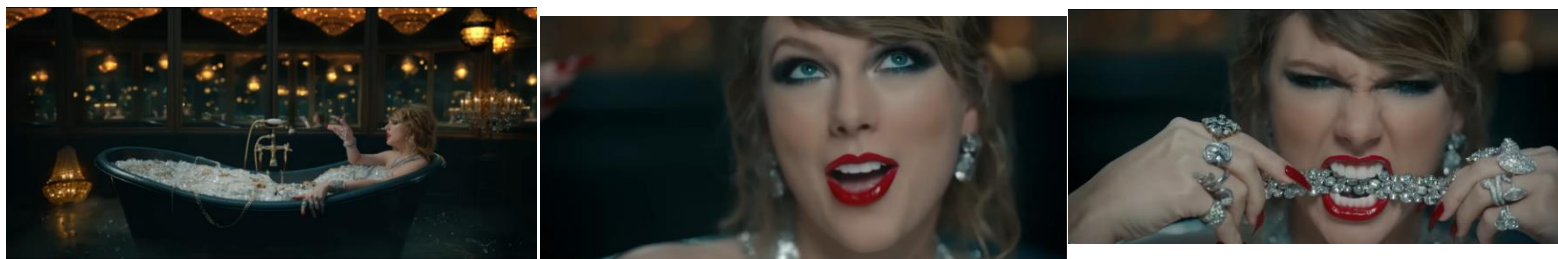
Annexe 2, fig.15: Analyse: Extraits du clip *Look What You Made Me Do* de Taylor Swift

Ce pseudonyme, qu'elle a utilisé pour écrire les paroles de la chanson de Rihanna et Calvin Harris, *This Is What You Came For* en 2016. Bien que le nom de Nils Sjöberg apparaisse dès la sortie dans les crédits, l'identité réelle de ce pseudonyme n'était pas connue du public. À la suite de révélations médiatiques, il a été confirmé que Swift était l'auteure, ce qui a généré des débats sur la visibilité et la reconnaissance de son travail. Harris avait d'abord nié puis relativisé publiquement la collaboration avant de reconnaître son rôle.

A une époque où Swift devait encore masquer son travail derrière une identité masculine. Le fait d'enterrer ce nom signifie qu'elle renonce à la dissimulation et qu'elle revendique désormais ouvertement sa place d'autrice. Ce geste s'inscrit dans une reconquête de son agentivité créative.

La résurrection qu'elle met en scène n'a rien de lumineux ni d'héroïque : elle adopte une esthétique sombre, presque grotesque, qui rompt avec l'imagerie pop traditionnelle faite de paillettes, de douceur et de couleurs éclatantes. Cette esthétique marque une rupture volontaire avec les normes de féminité imposées aux femmes dans l'industrie pop.

Swift joue également avec l'ironie et la caricature de la star pop. Les tenues ultra-glamour, les bijoux surdimensionnés et les décors ostentatoires ne sont pas seulement des signes de richesse : leur exagération produit un effet de satire. Dans la scène de la baignoire remplie de diamants, elle roule des yeux, mord les pierres précieuses, joue littéralement une version cartoon de la star matérialiste.



Annexe 2, fig.15: Analyse: Extraits du clip *Look What You Made Me Do* de Taylor Swift

Cette performance parodique rejoint l'analyse de Richard Dyer selon laquelle les stars sont avant tout des images produites par les médias, des constructions textuelles plutôt que des individus transparents. Swift ne cherche pas à montrer une vérité intime, mais au contraire à exposer la construction de son *persona*. Guy Debord, dans sa théorie du spectacle, rappelle que la star n'existe jamais directement : elle est une médiation imagée entre elle et le public. Swift exploite précisément cette logique en exhibant le caractère fabriqué de son image, soulignant qu'elle peut en prendre le contrôle, la manipuler et la retourner.

Le clip met en scène une autre forme d'*empowerment* : le *power to*⁵⁸ à travers la réappropriation des insultes et stigmates médiatiques. Elle utilise le serpent qui était la définition qu'utilisait Kim Kardashian pour l'attaquer publiquement, est transformé ici en symbole de puissance (voir annexe 2, fig.17), Dans la culture anglophone, traiter une femme de « *snake* » renvoie à des stéréotypes misogynes anciens la femme fausse, manipulatrice, perfide. Swift renverse ce stigmate : les serpents deviennent dorés, majestueux, et la servent comme une reine. Ils ne sont plus symboles d'infamie, mais d'autorité. Ce retournement visuel incarne un geste de réappropriation féministe : la femme diabolisée reprend le contrôle de la narration et transforme l'insulte en emblème de pouvoir.



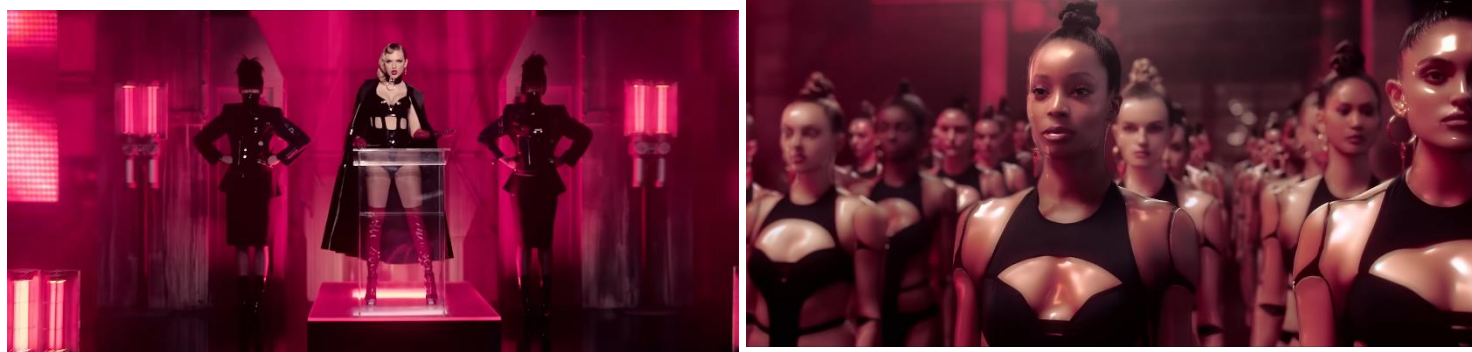
Annexe 2, fig.15: Analyse: Extraits du clip *Look What You Made Me Do* de Taylor Swift

La scène où l'on voit Taylor Swift en leader d'un groupe de femmes uniformiser et superficiel parodie son ancien « *girl squad* », ⁵⁹longtemps critiqué comme superficiel et instrumentalisé médiatiquement. Les clones identiques qui l'entourent, coiffées et habillées de la même manière, révèlent la dimension artificielle de cette image. Swift montre que cette communauté parfaite, présentée comme un signe de réussite et de sororité, était largement une

⁵⁸ CALVÈS, Anne-Emmanuèle, op. cit., p. 739

⁵⁹ *girl squad* Le terme est utilisé par les médias pour désigner le grand cercle d'amies de Taylor Swift

construction médiatique. En en soulignant la rigidité et l'uniformité, elle reprend la main sur une représentation qui lui avait échappé.



Annexe 2, fig.15: Analyse: Extraits du clip *Look What You Made Me Do* de Taylor Swift

D'autres références renvoient à des moments précis de la carrière de la chanteuse. Dans la scène du braquage, elle apparaît avec un masque de chat, clin d'œil à l'étiquette de *crazy cat lady* ou femme à chats ⁶⁰ qui lui a souvent été attribuée. Cette expression désigne, de manière misogyne, une femme entourée de nombreux chats et dépourvue de partenaire romantique, une formule utilisée comme une insulte pour dénigrer celles qui n'ont ni enfants ni mari et ne se conforment pas aux normes familiales traditionnelles.



Annexe 2, fig.15: Analyse: Extraits du clip *Look What You Made Me Do* de Taylor Swift

Lors de l'élection présidentielle américaine, dans un post Instagram où elle exprimait publiquement son soutien à la candidate Kamala Harris (voir annexe 2, fig.18), Taylor Swift

⁶⁰ Le stéréotype de la « femme à chats » puise ses origines dans les chasses aux sorcières du XVe siècle, où les femmes marginalisées étaient associées au chat considéré comme un familier de sorcellerie. L'expression est ensuite réactivée au début du XX^e siècle dans les propagandes antisuffragettes, les chats servant à ridiculiser les féministes et les célibataires.

s'est réapproprié cette insulte en signant son message : « Avec amour et espoir, Taylor Swift, vieille fille aux chats sans enfants »⁶¹. Cette formule faisait écho à des déclarations prononcées trois ans auparavant par JD Vance, alors candidat à la vice-présidence aux côtés de Donald Trump, qui affirmait que les femmes sans enfants n'auraient pas la même implication ni le même intérêt dans l'avenir du pays⁶². En reprenant ce qualificatif de manière ironique, Swift détourne le stigmate et réaffirme son pouvoir de contrôler sa propre narration.

Enfin, le billet de 1 dollar visible dans la baignoire constitue l'un des symboles les plus forts du clip (Fig. ??, annexes). Il renvoie au procès qui l'opposa à David Mueller, accusé d'agression sexuelle. Swift n'avait demandé qu'un dollar symbolique, affirmant un geste politique : elle ne poursuivait pas un enrichissement, mais une reconnaissance. Ce billet, placé dans un décor saturé de luxe, rappelle que la justice obtenue reposait non sur l'argent, mais sur la vérité. En intégrant ce symbole dans le clip, Swift réaffirme publiquement une victoire féministe et rappelle les enjeux politiques qui l'accompagnaient.



Annexe 2, fig.15: Analyse: Extraits du clip *Look What You Made Me Do* de Taylor Swift

À travers ces images, *Look What You Made Me Do* devient un espace où Taylor Swift met à mort les identités médiatiques imposées, satirise le persona de la célébrité, retourne les stigmates et revendique son pouvoir narratif. L'*empowerment*, ici, ne repose ni sur la douceur ni sur une réconciliation avec l'image passée, mais sur la destruction des récits préexistants, la récupération des insultes et la reconstruction d'une identité dont elle est enfin l'autrice. Le clip se présente alors comme une réponse directe à la tension centrale du pop féminisme contemporain : la capacité des artistes à naviguer entre *empowerment*, revanche et marchandisation dans une industrie qui façonne autant qu'elle consomme leurs images.

⁶¹ trad. Jessica Dufaud, Parole originale : « With love and hope, Taylor Swift, Childless Cat Lady »

⁶² Le Monde, « Taylor Swift endorses Kamala Harris for president after debate ends », Le Monde, 11 septembre 2024, en ligne : https://www.lemonde.fr/en/culture/article/2024/09/11/taylor-swift-endorses-kamala-harris-for-president-after-debate-ends_6725582_30.html (consulté le 7 avril 2026).

Toutefois, si *Look What You Made Me Do* semble marquer un moment charnière dans la manière dont Taylor Swift se représente, cette mise en scène du pouvoir personnel révèle aussi certaines limites. Le clip montre une artiste qui reprend la parole et transforme des stigmates en outils narratifs, mais cette dynamique reste en grande partie inscrite dans les logiques de l'industrie pop. La revalorisation de son image, bien que significative, devient rapidement un élément de sa stratégie médiatique, autant qu'un geste de résistance. Ce déplacement correspond au glissement identifié par Anne-Emmanuèle Calvès : « on passe de « l'empowerment libérateur » à « l'empowerment libéral » axé, celui-ci, sur la maximisation de l'intérêt individuel. »⁶³

Taylor Swift réaffirme son agentivité, mais cette agentivité se déploie dans un cadre où la réussite personnelle est valorisée comme preuve d'émancipation, parfois au détriment d'une critique plus large des structures qui produisent les stigmates qu'elle détourne.

Ainsi, le clip met bien en lumière les mécanismes médiatiques qui fabriquent l'image d'une femme célèbre, mais il les réutilise également en les intégrant à un récit de la nouvelle marque Taylor Swift. L'empowerment qui y apparaît reste donc ambivalent : il constitue une réponse individuelle forte, mais s'inscrit dans une économie culturelle où la transformation de soi devient un produit. Cette tension illustre les paradoxes du féminisme pop contemporain, partagé entre appropriation politique et intégration aux logiques commerciales du star system.

Ainsi, si Taylor Swift parvient à remodeler son image en jouant de l'ironie, de la caricature et de la réappropriation, cette démarche ne suffit pas à saisir la diversité des formes d'affirmation présentes dans la pop contemporaine. D'autres dynamiques apparaissent lorsque l'on s'éloigne du récit médiatique pour observer la manière dont les artistes investissent leur corps : par la performance, la gestuelle ou encore les interactions collectives. Ces mises en scène donnent souvent lieu à des formes de sororité et d'expression corporelle qui déplacent les normes de manière plus implicite.

⁶³ CALVÈS, Anne-Emmanuèle, op. cit., p. 744

Ce glissement vers le registre performatif invite à penser l'*empowerment* comme une puissance qui s'incarne autant dans le mouvement et la présence scénique que dans la maîtrise d'un récit.

II.2 Le corps comme outil de l'*empowerment*

A) *God Is A Woman* d'Ariana Grande : Corps performatif

Sororité, gestualité et sexualité

Sorti le 13 juillet 2018, le clip *God Is a Woman* d'Ariana Grande constitue un moment charnière dans la trajectoire artistique de la chanteuse. Réalisé par Dave Meyers, il accompagne le deuxième single de l'album *Sweetener*, œuvre au sein de laquelle Grande affirme une nouvelle maturité esthétique et politique. Le clip s'impose rapidement comme un objet culturel majeur accumulant 425 301 766 vues.

Si *God Is a Woman* occupe aujourd'hui une place dans l'imaginaire pop et dans le féminisme pop, c'est parce qu'il propose une reconfiguration visuelle du corps féminin qui ne repose jamais sur une essence ou une vérité préexistante : tout y est construit, performé, fabriqué. Le corps ne révèle rien : il agit. Il s'impose comme un outil, un vecteur, un opérateur visuel capable de transformer la scène et les significations qu'elle véhicule. Comme le définit Judith Butler dans son livre *Bodies That Matter* : « En premier lieu, la performativité doit être comprise non comme un "acte" singulier ou délibéré, mais plutôt comme la pratique itérative et citationnelle par laquelle le discours produit les effets qu'il nomme. »⁶⁴

God Is a Woman s'éloigne donc de la vision du corps féminin fondée sur une nature ou une identité fixe. Le corps n'y est pas présenté comme porteur d'une vérité à révéler, mais comme une construction visuelle assumée, produite par la performance et la mise en scène. Lorsqu'on affirme que le corps « ne révèle rien » mais qu'il « agit », on insiste sur son rôle actif : le corps devient ainsi un outil capable de transformer les significations culturelles qui lui sont associées.

⁶⁴ BUTLER, Judith, *Bodies That Matter. On the Discursive Limits of "Sex"*, New York ,Londres, Routledge, trad. Jessica Dufaud, 1993, p.12. Citation originale : « In the first instance, performativity must be understood not as a singular or deliberate 'act,' but, rather, as the reiterative and citational practice by which discourse produces the effects that it names. »

Cette approche rejoint une conception performative du genre, selon laquelle les identités se construisent à travers la répétition de gestes, d'images et de codes. Le clip illustre ainsi comment le corps féminin ne reflète pas simplement le féminisme pop, mais le met en œuvre dans et par l'image.

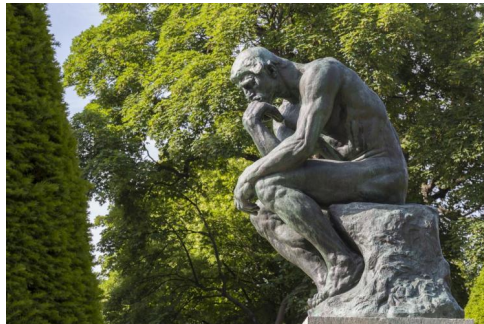
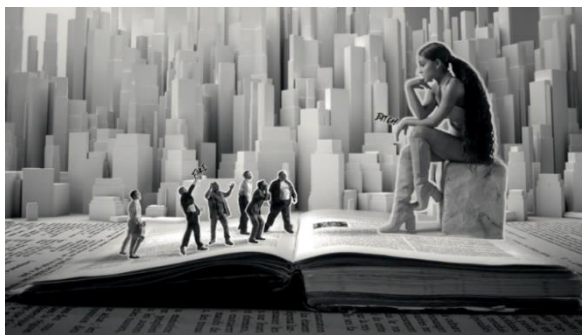
L'ouverture du clip montre Ariana Grande effectuant un mouvement circulaire avec un anneau cosmique qui tourne autour de son corps à la manière d'un hula-hoop. La galaxie ne l'enveloppe pas passivement : elle est activée par le mouvement de la chanteuse, qui en contrôle le rythme et la trajectoire (voir annexe 2, fig.19). Cet espace visuel, entièrement généré numériquement, met en scène une matière fluide et lumineuse qui n'existe qu'en relation directe avec le geste. La fluidité n'est donc pas l'expression d'une féminité dite naturelle, mais le résultat d'un environnement construit et réglé par la performance corporelle. Le clip construit ainsi l'image d'Ariana Grande comme centre de son propre univers, illustrant une autonomie et un contrôle total.



Annexe 2, fig.19: Analyse: Extraits du clip *God Is A Woman* de Ariana Grande

De nombreux plans la montrent dominant l'espace, qu'elle soit placée au milieu des galaxies, au cœur du lac, ou lorsqu'elle reprend la posture du *Penseur* de Rodin. (voir annexe 2, fig.20). Dans cette scène, Ariana Grande apparaît stoïque face à des personnages masculins qui l'insultent avec les mots « pute », « petite femme » ou « fausse »⁶⁵ . Elle ne réagit pas : son immobilité et sa position dominante indiquent qu'elle demeure pleinement en contrôle de la situation. Le conflit est contenu autour d'elle, sans jamais entamer sa maîtrise de l'espace.

⁶⁵ trad. Jessica Dufaud, Citation originale :« Bitch, Little Woman, Fake »



Annexe 2, fig.19 et 20 : Analyse: Extraits du clip *God Is A Woman* de Ariana Grande et Référence extérieure : *Le Penseur* de Rodin

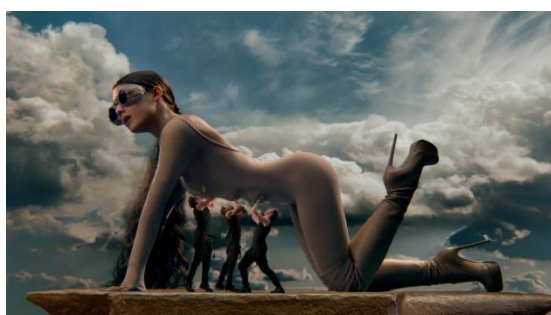
Le corps agit ici comme point moteur de l'image : c'est lui qui met la scène en mouvement et organise l'espace autour de lui. Dès le plan d'ouverture, le regard est guidé par l'action du corps, affirmant une logique où le geste produit le sens plutôt qu'il ne le subit. Ce dispositif s'inscrit ainsi dans une conception du genre comme pratique incarnée, fondée sur des actes répétés, stylisés et codifiés, plutôt que sur l'expression d'une identité intérieure préexistante. Le corps ne dévoile pas une identité : il la produit. Il la travaille. Il la performe.

Cette performativité corporelle se retrouve également dans les scènes inspirées par des iconographies religieuses. Lorsque Ariana Grande occupe la position de Dieu dans la reproduction de *la Création d'Adam* de Michel-Ange (voir annexe 2, fig.21), le geste n'a rien d'un renversement essentialiste : il s'agit d'un déplacement culturel. En introduisant un corps féminin dans un cadre historiquement masculin, le clip reconfigure un symbole de la tradition visuelle occidentale. Le pouvoir n'y est jamais naturalisé : il est visuellement redistribué.



Annexe 2, fig.19 et 21 : Analyse : Extraits du clip *God Is A Woman* de Ariana Grande et *la Création d'Adam* de Michel-Ange

Cette logique de déplacement plutôt que d'inversion totale s'incarne aussi dans la séquence de la louve nourricière (la recreation de la statue *La Louve capitoline*). Ariana Grande reprend le mythe de la création de Rome ou la louve n'existent que comme une figure auxiliaire (voir annexe 2, fig.22), mais le clip déplace le centre de gravité en rendant son corps plus grande que les hommes qui se nourrissent de son lait donnant à la figure nourricière une position principale plutôt que secondaire : il resignifie un récit ancien. Selon Donna Haraway, « En racontant à nouveau les histoires de l'origine, les auteurs cyborgiens subvertissent les mythes fondateurs de la culture occidentale »⁶⁶



Annexe 2, fig.19 et 22 : Analyse : Extraits du clip *God Is A Woman* de Ariana Grande et *La Louve capitoline*

Il apparaît ici que la subversion ne passe pas par l'effacement des mythes fondateurs, mais par leur réécriture depuis une autre position. « Raconter à nouveau les histoires de l'origine » consiste à travailler à l'intérieur des récits hérités afin d'en déplacer le sens, plutôt que de les remplacer. Dans le clip, la louve n'est pas transformée en nouvelle figure fondatrice ; elle devient le centre symbolique d'un récit ancien, dont la hiérarchie visuelle et narrative est reconfigurée. Ce geste ne naturalise pas un pouvoir maternel, mais rend visibles les choix culturels qui ont durablement relégué cette figure à un rôle secondaire.

La sensualité constitue un troisième axe majeur du corps performatif dans le clip. Ariana Grande y performe une sensualité continue, assumée, mais toujours réglée. Le clip juxtapose le sacré et le profane avec une puissance visuelle immédiate. Le divin côtoie des images très sensuelles, comme le lac violet à l'iconographie vaginale stylisée (surnommé par Grande *The Pussy Lake*)

⁶⁶ HARAWAY, Donna, *Le manifeste cyborg et autres essais. Sciences, fictions, féminismes* [1985], Paris, Éditions Exils, trad. Laurence Allard, Delphine Gardey et Nathalie Magnan, 2007, p.70.



Annexe 2, fig.19: Analyse: Extraits du clip *God Is A Woman* de Ariana Grande

On peut également citer le plan où Ariana Grande est assise sur une planète et effectue un geste avec ces doigts sexuel explicite, mis en articulation avec une imagerie divine, notamment dans la scène où elle est représentée au cœur d'une bougie monumentale tandis qu'elle est entourée d'un ciel ouvert et de nuages lumineux (voir annexe 2, fig.19). Ces éléments composent une iconographie du divin immédiatement reconnaissable. La bougie est un symbole rituel ancien. Le ciel et les nuages constituent un décor typique de la représentation du divin dans l'iconographie occidentale. Ils renvoient à un espace situé hors du monde terrestre, souvent associé aux apparitions, aux révélations et à la transcendance. Ariana Grande joue avec le complexe de la Madone et de la Putain⁶⁷. Cette combinaison crée un impact esthétique fort et spectaculaire, renforçant l'idée que le féminin peut être à la fois puissant et désirable.



Annexe 2, fig.19: Analyse: Extraits du clip *God Is A Woman* de Ariana Grande

⁶⁷Le complexe de la madone et de la putain désigne un schéma issu de la psychanalyse freudienne dans lequel, du point de vue masculin, les figures féminines sont scindées entre une figure idéalisée et désérotisée (la madone) et une figure sexualisée mais dévalorisée (la putain), rendant difficile leur coexistence dans une même représentation.

Elle manifeste un entraînement, une maîtrise technique. La sensualité apparaît alors comme un dispositif visuel plutôt qu'un attribut féminin. Toutefois, cette performativité sensuelle est contrainte par les normes pop : minceur, homogénéité corporelle, perfection visuelle. Le corps agit, mais dans un cadre esthétiquement codifié. La sensualité apparaît alors comme un dispositif visuel : le corps agit dans un régime de visibilité que la sociologue, théoricienne féministe britannique McRobbie décrit comme « des formes de luminosité générées par la lumière elle-même »⁶⁸

Le collectif féminin mis en scène dans le clip fonctionne de manière similaire. Les danseuses qui entourent Ariana Grande ne représentent pas une sororité essentielle, mais une sororité construite. Leur synchronisation, leur alignement et leurs gestes communs montrent que le collectif n'est pas un donné naturel : il est produit par la chorégraphie, la répétition et le cadrage. Cette logique rejoint la définition proposée par la théoricienne, chorégraphe et considérée comme l'une des figures majeures des *dance studies* Susan Leigh Foster, pour qui « La chorégraphie fonctionne comme un plan ou une partition organisant le déploiement du mouvement »⁶⁹ Le groupe devient ainsi une structure visuelle qui soutient et amplifie la protagoniste, sans pour autant redistribuer réellement la centralité.

La mise en scène du collectif féminin accentue cette ambivalence. Les femmes, alignées et vêtues de blanc (voir annexe 2, fig.19), apparaissent comme des corps similaires, uniformisés et interchangeables. Elles ne sont pas valorisées pour leur singularité, mais pour leur capacité à former une géométrie visuelle cohérente destinée à magnifier Ariana Grande. La sororité fonctionne ici comme un outil esthétique, inscrit dans une logique de visibilité post-féministe, plutôt que comme un engagement politique collectif, dans un contexte où, Comme l'observe la sociologue et théoricienne féministe britannique Rosalind Gill, ses recherches portent principalement sur les représentations de genre dans les médias contemporains, les transformations du féminisme et les effets du néolibéralisme sur les subjectivités. Elle montre

⁶⁸ MCROBBIE, Angela, *The Aftermath of Feminism. Gender, Culture and Social Change*, Londres, SAGE Publications, trad. Jessica Dufaud, 2009, p.60. Citation originale: « forms of luminosity, which are created by the light itself »

⁶⁹ FOSTER, Susan Leigh, *Choreographing Empathy. Kinesthesia in Performance*, Londres / New York, Routledge, trad. Jessica Dufaud, 2011, p. 13. Citation originale : « Choreography constitutes a plan or score according to which movement unfolds. »

que la culture médiatique postféministe se caractérise par « l'évacuation presque totale de toute notion de politique ou d'influence culturelle »⁷⁰

L'ambivalence de la sororité mise en scène dans *God Is a Woman* apparaît alors clairement. Le collectif féminin produit une image de cohésion et de puissance, mais agit avant tout comme un dispositif visuel au service de la figure centrale. Inscrite dans une logique de visibilité post-féministe, cette sororité privilégie l'esthétisation et la reconnaissance symbolique plutôt qu'une action politique collective, rejoignant ainsi l'analyse de Rosalind Gill sur la dépolitisation du féminisme dans la culture médiatique contemporaine.



Annexe 2, fig.19 : Analyse : Extraits du clip *God Is A Woman* de Ariana Grande

La participation vocale de Madonna repose sur une citation attribuée au livre d'Ézéchiel (25,17), rendue célèbre par *Pulp Fiction* (Quentin Tarantino, 1994). Le passage qu'elle énonce n'existe cependant pas tel quel dans la Bible : il s'agit d'une réécriture très libre, presque entièrement fictionnelle, conçue pour le film et reprise ici pour sa force symbolique et performative : « Et je frapperai d'une grande vengeance et d'une colère furieuse ceux qui tenteront d'empoisonner et de détruire mes sœurs. Et vous saurez que mon nom est le Seigneur lorsque j'exercerai ma vengeance contre vous. »⁷¹

Cette citation composite, à la croisée du sacré et de la culture populaire, introduit un autre registre du corps performatif : celui de la généalogie culturelle. Madonna n'y apparaît pas comme une figure maternelle ou originelle, mais comme une icône médiatique qui transmet et

⁷⁰ GILL, Rosalind, « *Postfeminist Media Culture: Elements of a Sensibility* », *European Journal of Cultural Studies*, vol. 10, no 2, trad. Jessica Dufaud, 2007, p.12. Citation originale : « One aspect of this postfeminist sensibility in media culture is the almost total evacuation of notions of politics or cultural influence.. »

⁷¹ trad. Jessica Dufaud, Citation originale : « And I will strike down upon thee with great vengeance and furious anger those who attempt to poison and destroy my sisters. And you will know my name is the Lord when I lay my vengeance upon you »

réactive des codes, des stratégies et un héritage pop féministe historiquement construit. Comme l'analyse l'autrice et journaliste féministe américaine Andi Zeisler, connue pour son travail sur les liens entre féminisme et culture populaire, « L'auto-réalisation individuelle est l'objectif ; la consommation en est le moyen, le plus souvent, et les célébrités en sont les porte-voix ».⁷²

C'est précisément dans ce cadre d'un féminisme médiatisé et incarné par des figures publiques que s'inscrit la trajectoire de Madonna. Comme le rappelle la journaliste et autrice Morgane Giuliani, spécialisée dans les musiques populaires, la culture pop et les enjeux de genre dans l'industrie musicale, dans son ouvrage *Féminismes et musiques : de Madonna à nos jours* :

« Si Madonna est vue comme une icône féministe, son attachement au féminisme a été tardif, reflétant le backlash féministe après les avancées des années soixante-soixante-dix. [...] Accusée d'abreuver le patriarcat, Madonna se voyait au contraire comme une frondeuse qui aidait la cause des femmes. Élevée dans une [...] famille catholique, elle n'a eu de cesse de dénoncer les interdits imposés aux femmes, issus de la religion. [...] »⁷³

Madonna incarne une figure féministe ambivalente : reconnue comme icône, son engagement apparaît tardif et conflictuel. Accusée de nourrir le patriarcat par son hyper-sexualisation, elle revendique au contraire l'excès comme stratégie de provocation critique, inscrite dans une remise en cause des interdits religieux pesant sur la sexualité féminine.

La dimension spectaculaire du clip : l'esthétique cosmique, les tableaux monumentaux, la monumentalisation du corps féminin produisent des images puissantes mais aussi potentiellement neutralisantes. Le danger, dans cette spectacularisation, est de transformer la critique en style, l'émancipation en imagerie. L'industrie pop, qui valorise la visibilité, absorbe souvent les gestes subversifs en les intégrant dans ses propres logiques de marché ; comme le souligne la théoricienne des médias et du féminisme contemporain Sarah Banet-Weiser, « La

⁷² ZEISLER, Andi, *We Were Feminists Once: From Riot Grrrl to CoverGirl®, the Buying and Selling of a Political Movement*, New York, PublicAffairs, trad. Jessica Dufaud, 2016, p.02. Citation originale : « Individual self-actualization is the goal, shopping more often than not the means, and celebrities the mouthpieces. »

⁷³ GIULIANI Morgane, *Féminismes et musiques : la pop de Madonna à nos jours*, les éditions Le Mot Et Le Reste, Marseille, 2023, p.24.

visibilité du féminisme populaire tend souvent à éclipser la critique féministe des structures ; voir le féminisme devient un substitut au changement des systèmes patriarcaux »⁷⁴

Pourtant, malgré ces tensions, le clip ouvre des espaces critiques réels. Il montre qu'un corps féminin peut occuper des positions symboliques jusque-là interdites comme la divinité, la création, la centralité cosmique tout en révélant les limites de ces déplacements. Le corps, dans *God Is a Woman*, n'est jamais une essence : il est un outil culturel, performatif, stratégique. La sororité y est stylisée, la gestualité y est construite, la sexualité y est choisie et mise en forme. Le clip permet ainsi de comprendre comment l'*empowerment* corporel peut être exploré dans la pop, non comme vérité naturelle, mais comme pratique visuelle.

À travers cette exploration, *God Is a Woman* révèle que la puissance représentée n'est jamais pure ni absolue : elle est négociée. Elle dépend d'un système esthétique, d'une industrie, d'une histoire culturelle. Mais cette puissance, même partielle, montre que les images peuvent être déplacées, resignifiées, et que les corps peuvent devenir des lieux de transformation, non des surfaces d'identification passive.

L'*empowerment* corporel dans la pop contemporaine ne se limite pas à cette stratégie de subversion symbolique. D'autres formes de pouvoir visuel émergent à travers une réappropriation assumée des codes de l'hyperféminité et du glamour, où la surface, la légèreté et la désirabilité deviennent des outils stratégiques

B) *Espresso* de Sabrina Carpenter : L'hyperféminité glamour et le glamour comme stratégie et pouvoir visuel

⁷⁴ BANET-WEISER, Sarah, *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*, Durham / London, Duke University Press, trad. Jessica Dufaud, 2018, p. 32. Citation originale : «popular feminism instantiates primarily as visibility, popular misogyny is not only expressed in an economy of visibility but is also reified into institutions and structures. »

Sabrina Carpenter est une artiste américaine qui a débuté sa carrière très jeune au sein de l'univers Disney, notamment grâce à la série Disney *Girl Meets World*, où elle s'est fait connaître auprès d'un public adolescent. Comme beaucoup d'artistes issues de Disney, elle a ensuite cherché à se détacher de cette image pour construire une identité musicale plus affirmée et mature. Au fil des années, elle développe une carrière pop personnelle, mais c'est véritablement avec le single *Espresso* sorti le 11 avril 2024, et son clip officiel qui a été mis en ligne le 12 avril 2024. Le clip est réalisé par Dave Meyers. Il comptabilise 576 350 661 vues.

Le clip *Espresso* marque un tournant décisif dans l'image artistique de Sabrina Carpenter. Il se distingue par une esthétique soignée et des décors ensoleillés, à travers lesquels l'artiste affirme une identité pop assumée, confiante et pleinement consciente de son image. Derrière l'apparente légèreté du morceau et de son univers visuel, le clip propose en réalité une réflexion plus profonde sur la féminité, le glamour et le pouvoir de l'image dans la pop culture contemporaine. Comme l'a écrit l'autrice féministe américaine Naomi Wolf, connue pour son ouvrage *The Beauty Myth*, devenu central dans les débats féministes contemporains sur les normes de beauté et la pression exercée sur les femmes, « le mythe de la beauté raconte une histoire : il veut faire croire que la qualité nommée "beauté" existe de manière objective et universelle »⁷⁵

Sabrina Carpenter joue ainsi avec les codes, les amplifie, les performe et les met en scène comme un langage visuel conscient de lui-même. Cette mise en scène souligne que la beauté n'est pas un fait naturel, mais un dispositif culturel que l'artiste manipule pour affirmer son image, la détourner et la rendre pleinement agentive. Dans cette perspective, il est éclairant de rappeler la définition fondatrice proposée par les psychologues américains Sarah K. Murnen et Donn Byrne, pour qui « l'hyperféminité est définie comme une adhésion exagérée à un rôle de genre féminin stéréotypé »⁷⁶.

⁷⁵ WOLF, Naomi, *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women* [1991], New York, HarperCollins, trad. Jessica Dufaud, 2002, p. 19. Citation originale : « The beauty myth tells a story: The quality called "beauty" objectively and universally exist »

⁷⁶ MURNEN, Sarah K. & BYRNE, Donn, *Hyperfemininity: Measurement and Initial Validation of the Construct*, *The Journal of Sex Research*, trad. Jessica Dufaud, vol. 28, n° 3, 1991, p. 03. Citation originale : « Hyperfemininity was defined as exaggerated adherence to a stereotypic feminine gender role. »

Cette dynamique permet de comprendre que la féminité exhibée dans *Espresso* n'est pas un simple effet de surface, mais un geste performatif où les codes du féminin sont à la fois repris, intensifiés et mis à distance. En poussant ces signes jusqu'à l'excès, Sabrina Carpenter révèle leur artificialité tout en montrant comment ils peuvent devenir des outils expressifs. L'hyperféminité y devient alors un outil stratégique, au cœur de son affirmation artistique et symbolique.

Le clip *Espresso* de Sabrina Carpenter peut ainsi être analysé en lien avec le pop féminisme, dans la mesure où il mobilise les codes de la culture populaire pour proposer une féminité à la fois visible, construite et maîtrisée. Loin d'être rejetés, l'hyperféminité et le glamour sont ici réappropriés comme de véritables outils d'expression et de pouvoir. L'hyperféminité y devient alors un outil stratégique, au cœur de son affirmation artistique et symbolique.

Dans *Unbearable Weight*, la philosophe et théoricienne féministe américaine Susan Bordo, spécialiste des études de genre et de la culture visuelle, montre que le corps n'est jamais une donnée naturelle ou neutre : il constitue au contraire un lieu où se fabriquent et se rejouent les significations culturelles, façonné en permanence par les pratiques sociales, les normes de genre, les discours et les images. Comme elle l'écrit,

« Nos corps sont entraînés, façonnés et imprimés du sceau des formes historiques dominantes du soi, du désir, de la masculinité et de la féminité. Une telle insistance projette une ombre sombre et inquiétante sur la scène contemporaine. »⁷⁷

Ce passage éclaire directement la mise en scène corporelle du clip. En effet, l'hyperféminité performée par Carpenter n'apparaît pas comme un simple choix esthétique : elle renvoie à ce que Bordo décrit comme un corps-textuel, déjà structuré par des normes et des récits culturels. Chaque pose, chaque cadrage, chaque stylisation rejoue ainsi des codes des féminité pop mais en les exagérant, en les orchestrant et en les maîtrisant. Le corps devient alors, selon la logique que développe Bordo, un espace où les normes de genre sont simultanément reproduites et déplacées. Carpenter en révèle la construction en les poussant jusqu'à la caricature maîtrisée, et c'est précisément ce geste qui crée une forme de contestation interne.

⁷⁷ BORDO, Susan, *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body* [1993], Berkeley, University of California Press, trad. Jessica Dufaud, 1995, p. 165-166. Citation originale : « our bodies are trained, shaped, and impressed with the stamp of prevailing historical forms of selfhood, desire, masculinity, femininity. Such an emphasis casts a dark and disquieting shadow across the contemporary scene »

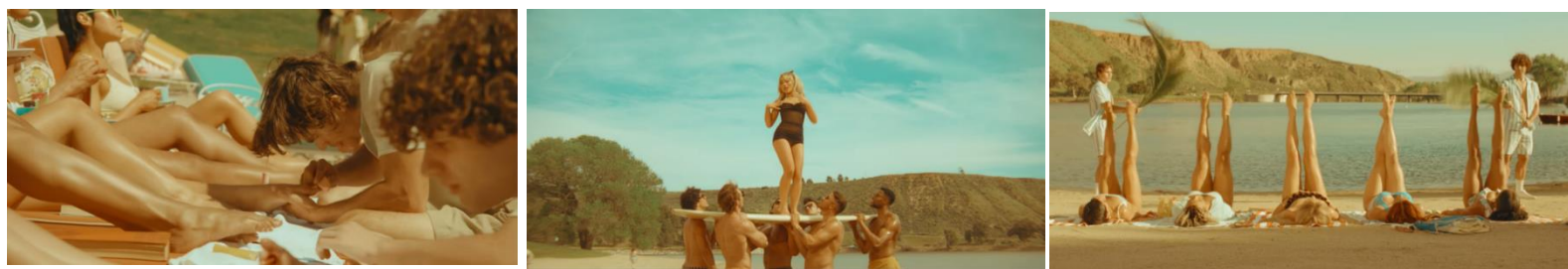
Ainsi, on comprend comment *Espresso* articule une hyperféminité qui n'est plus subie mais revendiquée : elle devient une performance consciente qui expose les mécanismes culturels de fabrication du féminin tout en les retournant en stratégie d'affirmation. Le clip illustre pleinement cette idée du corps comme « médium de culture », où les significations ne cessent de circuler, de se rejouer et d'être resignifiées.

Sabrina Carpenter dans ce clip éjecte un homme de son bateau, s'empare de sa carte de crédit, puis l'utilise pour financer une journée de luxe à la plage avec ses amies



Annexe 2, fig. 23 : Analyse : Extraits du clip *Espresso* de Sabrina Carpenter

La représentation des hommes est particulièrement significative. Ils apparaissent en arrière-plan, souvent dans des rôles secondaires, et sont davantage associés à une fonction décorative ou utilitaire notamment la scène où les hommes portent Sabrina Carpenter sur un surf (Fig. ??, annexes). Cela montre que les hommes dans le clip d'*Espresso* ne servent pas la mettre en valeurs.



Annexe 2, fig. 23 : Analyse : Extraits du clip *Espresso* de Sabrina Carpenter

Cette narration, presque anecdotique et traitée sur un mode ludique, participe à une forme de renversement des rôles traditionnels. Comme le rappelle Goffman, « on peut appeler “rôle” [...] le modèle d’action pré-établi que l’on développe durant une représentation et que l’on peut présenter ou utiliser en d’autres occasions. »⁷⁸

Cela éclaire le rôle de Sabrina Carpenter qui n’est pas dans une position passive : elle agit, prend, décide, et profite. Le geste de voler la carte de crédit, bien que caricatural et humoristique, symbolise une prise de pouvoir et une autonomie économique mise en scène de manière décalée. L’argent et le luxe, souvent associés à une domination masculine dans les imaginaires traditionnels, sont ici réappropriés par le personnage féminin. Cette dynamique s’inscrit dans une logique plus large du féminisme pop, où comme l’écrit Sandrine Galand « En ce sens, consommer devient un acte féministe ; acheter, c’est se réclamer de son autonomie et de son agentivité en tant que femme. »⁷⁹

Mais cette idée d’un féminisme qui passe par l’argent reste profondément ambivalente : en ramenant l’émancipation à un pouvoir d’achat individuel, elle s’accorde aux logiques du capitalisme plutôt qu’elle ne les interroge. L’autonomie financière se transforme alors en simple capacité de consommer, réservée aux femmes qui en ont les moyens, sans remettre en cause les structures patriarcales qui produisent ces inégalités. Ce modèle d’« *empowerment* » marchand offre ainsi une illusion de pouvoir : il valorise la réussite individuelle, mais laisse intactes les conditions sociales qui empêchent l’émancipation réelle de la majorité des femmes.

La narration du clip s’inscrit pleinement dans l’esthétique. La journée à la plage, rendue possible par cet acte initial, devient un enchaînement de scènes glamour. La plage devient une succession de tableaux visuels très travaillés : par exemple, le plan où Sabrina Carpenter et ses amies sont allongées en maillot de bain sur des chaises longues, parfaitement mises en scène, elles sont alignées de manière symétrique, les gestes sont millimétrés (voir annexe 2, fig.23).

⁷⁸GOFFMAN, Erving, *La Mise en scène de la vie quotidienne. Tome 1 : La présentation de soi* [1956], Paris, Éditions de Minuit, 1973, p.23.

⁷⁹ GALAND, Sandrine, op. cit., p.55.



Annexe 2, fig. 23 : Analyse : Extraits du clip *Espresso* de Sabrina Carpenter

Sur le plan esthétique, le clip repose sur un univers très stylisé : couleurs saturées majoritairement bleu et marron, le décor de plage idéalisés pour installer une ambiance estivale. Les costumes ainsi que le maquillage et les coiffures renvoient à une féminité glamour classique, inspirée de l'imaginaire hollywoodien vintage (voir annexe 2, fig. 24 et 25). Notamment du genre cinématographique des années 60 *The beach party film*⁸⁰ (voir annexe 2, fig. 26). Et des figures de pin-up⁸¹ très *girly* (voir annexe 2, fig.25).



Annexe 2, fig.23 et 24 : Analyse : Extraits du clip *Espresso* de Sabrina Carpenter et Elizabeth Taylor dans le film *Boom* (1968) réalisée par Joseph Losey

Annexe 2, fig.23 et 25 : Analyse : Extraits du clip *Espresso* de Sabrina Carpenter Grande et photo de Maryline Monroe *Pin-up* par Bruno Bernard (1952)

⁸⁰ Les *Beach Party films* sont des films musicaux américains populaires dans les années 1960, mettant en scène des groupes de jeunes dans des décors de plage, autour de la musique, de la danse, du flirt et des loisirs D'été, dans une ambiance légère.

⁸¹ *Pin-up* : figure féminine issue de la culture populaire, apparue au début du XX^e siècle, caractérisée par une représentation idéalisée et séduisante du corps féminin, diffusée principalement sous forme d'illustrations ou de photographies destinées à être affichées (« pinned up »).



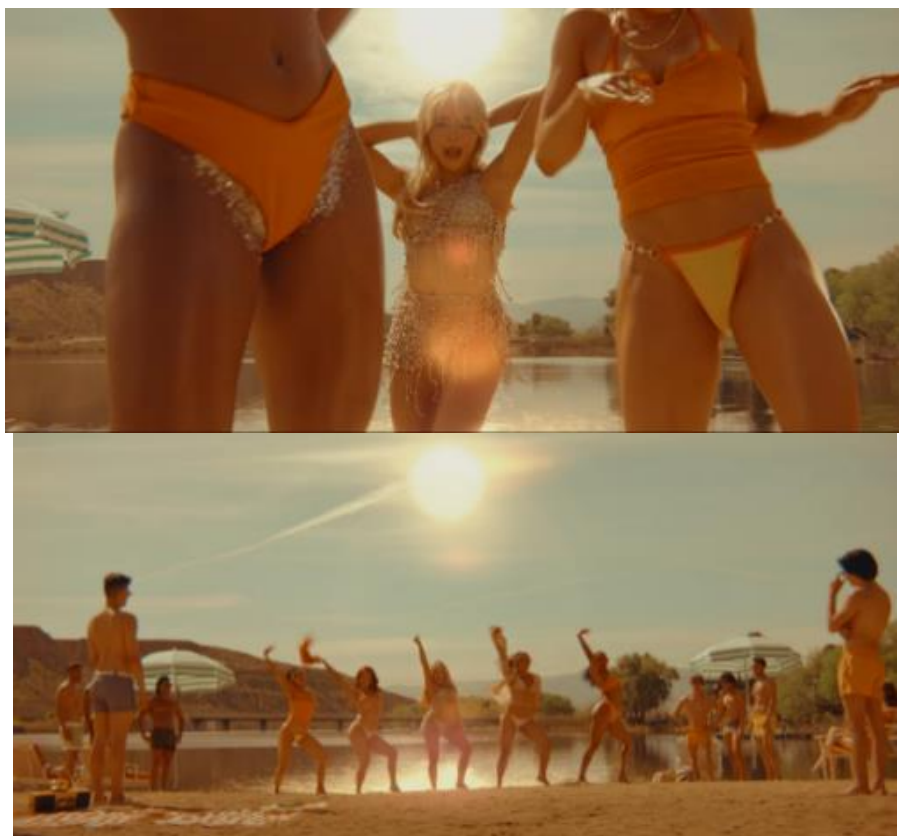
Annexe 2, fig.23 et 26 : Analyse : Extraits du clip *Espresso* de Sabrina Carpenter et Extrait du film *Beach party* réalisée par William Asher

Cependant, cette esthétique est poussée à l'extrême, le rendant presque artificielle, ce qui met en évidence son caractère construit. Comme l'écrit l'écrivaine et militante féministe américaine Susan Brownmiller, connue pour ses travaux sur les rapports entre genre et pouvoir, « La féminité exige toujours davantage. Elle doit sans cesse rassurer son public par une démonstration volontaire de différence, même lorsque cette différence n'existe pas dans la nature. »⁸²

Cette citation met en évidence que la féminité fonctionne comme une démonstration continue : elle doit sans cesse prouver sa différence par des signes visibles et souvent exagérés. Cette logique de sur-affirmation éclaire précisément l'esthétique du clip. Cette exagération correspond à une logique du pop féminisme : montrer que la féminité est une performance, un ensemble de codes que l'on peut s'approprier et manipuler. Une chorégraphie de dance que l'on appelle un « *dance break* » montre cette exagération, il s'agit d'un moment autonome où la musique se suspend partiellement au profit du mouvement.

Cette chorégraphie, loin d'être naturelle ou spontanée, revendique son artificialité, renforcée par la symétrie du groupe et la frontalité de la mise en scène. Les costumes participent également à cette exagération Sabrina Carpenter porte une tenue brillante avec des strass et l'une des danseuses porte des paillets sur son corps. Cette séquence est très codifiée associée à l'imaginaire de la sensualité féminine. L'uniformisation partielle des silhouettes, combinée à la lumière saturée et à l'esthétique très stylisée du décor estival, transforme la scène en une sorte de tableau chorégraphique, presque irréel (voir annexe 2, fig.23).

⁸² BROWNMILLER, Susan, *Femininity* [1984], New York, Linden Press / Simon & Schuster, trad. Jessica Dufaud, 1984, p.15. Citation originale : « Femininity always demands more. It must constantly reassure its audience by a willing demonstration of difference, even when one does not exist in nature. »



Annexe 2, fig. 23 : Analyse : Extraits du clip *Espresso* de Sabrina Carpenter

Les féminités n'y est pas présentée comme intime, mais comme un spectacle conscient de lui-même. Rejoignant ainsi l'idée de Susan Brownmiller comme quoi la féminité, c'est un jeu aux règles strictes, mais sans aucune gagnante.

La citation de Susan Brownmiller éclaire la logique même de cette séquence : l'esthétique chorégraphique ne cherche jamais à paraître naturelle, mais exhibe au contraire l'artificialité des codes féminins. La symétrie, les paillettes et la stylisation extrême transforment les corps en surfaces performatives plutôt qu'en expressions spontanées. En cela, la scène illustre parfaitement l'idée que « la féminité exige toujours davantage » : elle repose sur une accumulation de signes visibles, sur une démonstration permanente qui ne peut jamais être pleinement atteinte. L'hyperféminité montrée ici n'est donc pas intime, mais un spectacle qui rend manifeste la nature construite et infiniment exigeante de la féminité.

Si *Espresso* semble, à première vue, célébrer une féminité assumée et stylisée, sa lecture critique révèle un terrain plus ambigu, où l'hyperféminité fonctionne autant comme outil d'affirmation que comme mécanisme de reproduction des normes qu'elle prétend détourner. L'exagération des codes glamour, avec les poses millimétrées, les décors irréels, les corps

stylisés comme des icônes publicitaires, met en scène une féminité consciente de son statut d'artifice.



Annexe 2, fig. 23 : Analyse : Extraits du clip *Espresso* de Sabrina Carpenter

Mais cette hyper-lisibilité du féminin, même lorsqu'elle se veut ironique ou décalée, elle s'inscrit malgré tout dans un imaginaire visuel saturé par les attentes du marché pop et les logiques du capitalisme culturel. Autrement dit, si Carpenter joue avec les codes, elle ne sort jamais vraiment du cadre qui les produit.

L'hyperféminité agit ici comme un langage hybride : elle est à la fois le moyen de subversion et le symptôme d'une contrainte. En empruntant des signes traditionnellement associés à la séduction, Carpenter semble en reprendre le contrôle ; pourtant, elle demeure inscrite dans une esthétique qui valorise la désirabilité comme principal vecteur d'attention. Le pouvoir que l'artiste exerce à travers ces codes reste donc circonscrit : il ne consiste pas à renverser les normes, mais à les performer en les réorientant légèrement. Le risque est alors que cette reprise des esthétiques apparaisse comme un geste libérateur, alors qu'elle ne fait que réaffirmer la centralité du regard extérieur, souvent masculin dans la validation des figures féminines de la pop culture.

Cette tension est perceptible dans la manière dont le clip mobilise l'humour, la parodie et la surenchère visuelle. Si l'ironie peut servir d'arme critique, elle peut aussi devenir un moyen d'atténuer la charge politique du geste. L'exagération proposée par Carpenter expose les mécanismes du genre, mais ne les désactive pas totalement. L'hyperféminité demeure une esthétique rentable, parfaitement alignée sur les circuits de visibilité médiatique qui favorisent

les images les plus lisses, les plus désirables, les plus immédiatement reconnaissables. Cette forme de féminité spectaculaire fonctionne comme un produit culturel efficace, mais dont la portée contestataire reste partielle.

De plus, la dynamique narrative du clip renversant la symbolique des rôles : l'appropriation de l'argent masculin, la dérision des hommes relégués comme décor ouvre un espace de retournement provisoire sans toutefois remettre en cause les structures qui rendent ce retournement nécessaire. L'accès au pouvoir y demeure individualisé : il repose sur l'ingéniosité du personnage féminin, sur son charme, sur son rapport à la consommation. Or, cette autonomie individuelle, aussi séduisante soit-elle, ne constitue pas une remise en cause des inégalités systémiques que le féminisme cherche à combattre. Elle s'apparente plutôt à ce qu'Andi Zeisler nomme un « *empowerment* esthétique » : un pouvoir symbolique qui permet de se sentir forte, mais pas nécessairement de transformer les structures sociales qui limitent ce pouvoir.

Ainsi, *Espresso* joue avec les codes du pop féminisme, mais ne les dépasse pas entièrement. L'hyperféminité y devient un dispositif brillant, séduisant et efficace, mais qui oscille constamment entre critique et conformité. Elle offre un espace d'expression à la fois plaisant et ambigu, dans lequel la liberté semble possible, mais toujours conditionnée par les logiques d'un marché qui valorise avant tout ce qui attire le regard. Le clip révèle ainsi les contradictions de la pop féminisme contemporaine : une volonté d'affirmation réelle, mais prise dans les filets d'un système qui transforme même les gestes subversifs en objets de consommation.

L'une des ambivalences majeures du pop féminisme apparaît ainsi clairement : même lorsqu'il met en scène des formes d'affirmation, celles-ci demeurent traversées par les normes visuelles. Mais le clip montre une forme de résistance car dans notre société tout rapport avec la féminité et rabaisse ce que raconte les chercheuses Karen L. Blair et Asley Hoskin dans leur article *Experiences of femme identity : coming out, invisibility and femmephobia* « Cette stigmatisation résulte de la tendance culturelle à considérer la masculinité comme une “promotion” et la féminité comme une dégradation sur le plan conceptuel. »⁸³ cette notion s'appelle la féminophobie. Dans ce point de vue *Espresso* crée une forme de résistance en

⁸³ BLAIR, Karen L & HOSKIN, Rhea Ashley, « *Experiences of Femme Identity : Coming Out, Invisibility and Femmephobia* », *Psychology & Sexuality*, trad. Jessica Dufaud, 2014, p. 03. Citation originale : « The stigmatisation is a result of the cultural tendency to view masculinity as a 'promotion' and femininity as conceptually demoted. »

montrant une hyperféminité assumée. Cette tension devient encore plus visible lorsque l'analyse porte sur des corps appartenant à l'intersectionnalité notamment les corps noirs féminins, de la sexualisation et de l'histoire du regard. C'est dans cette perspective que s'inscrit la section suivante, consacrée aux stratégies d'*empowerment* et à leurs contradictions dans la pop contemporaine.

II.3 Entre autonomie, politisation et normes : les paradoxes de l'empowerment pop.

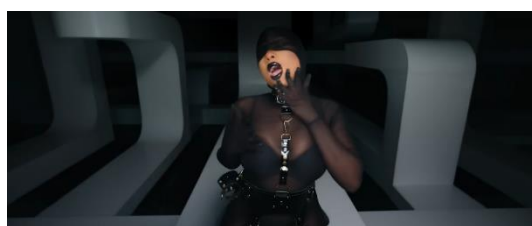
A) *Body* de Megan Thee Stallion : affirmation corporelle, sexualisation stratégique et contradictions du pouvoir dans la pop.

Le clip de *Body*, sorti le 20 novembre 2020, de Megan Thee Stallion réalisé par Colin Tilley. Constitue un exemple emblématique du féminisme pop contemporain, où l'affirmation corporelle s'articule à une mise en scène hypersexualisée du corps féminin. À travers une esthétique visuelle saturée, chorégraphiée et hautement stylisée, l'artiste revendique une appropriation de son corps et de sa sexualité, participant à une logique d'*empowerment* caractéristique du féminisme dit « pop ». Il comptabilise 182 653 304 vues.

Body s'inscrit dans la continuité d'une année 2020, particulièrement décisive pour la rappeuse américaine Megan Thee Stallion, marquée par le succès de titres comme *Savage* et *WAP*, qui contribuent à asseoir sa notoriété à l'échelle internationale. Le clip participe ainsi à la consolidation de son image publique, en réaffirmant les éléments centraux de son identité artistique : la mise en avant du corps, la sexualité assumée et une esthétique visuelle reconnaissable. Comme le rappelle Joan Morgan figure du féminisme hip-hop et connue pour ses analyses des rapports entre genre, race et culture populaire : « Dans une société dominée par les hommes et obsédée à la fois par la beauté et par le sexe, il y a quelque chose à dire pour les femmes qui savent mobiliser efficacement leur pouvoir érotique. »⁸⁴

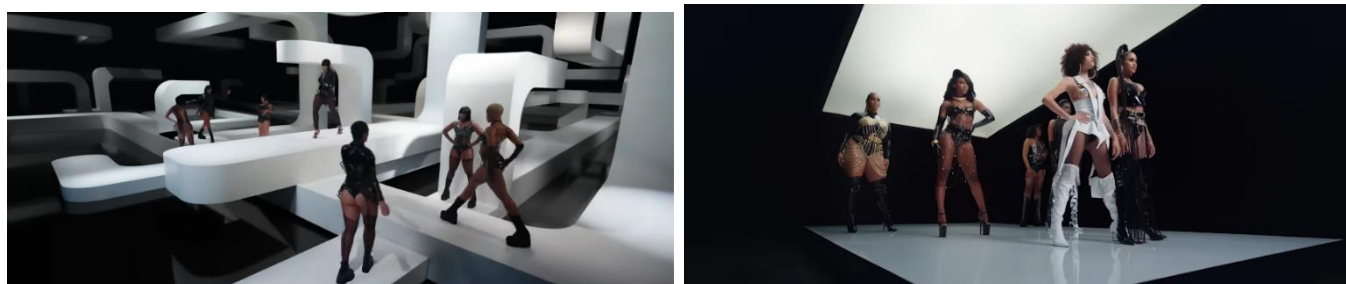
⁸⁴ MORGAN, Joan, *When Chickenheads Come Home to Roost: A Hip-Hop Feminist Breaks It Down*, New York, Simon & Schuster, trad. Jessica Dufaud, 1999, p. 118. Citation originale : « Chickenheads accept that in a male-dominated society obsessed with both beauty and sex, there is something to be said for women effectively working their erotic power. »

Cette citation éclaire le geste artistique de Megan Thee Stallion : en exhibant, chorégraphiant et célébrant son corps selon ses propres codes, elle transforme ce que la culture dominante tend à sexualiser ou à objectifier en source d'*agency*. *Body* ne se contente donc pas d'exposer la physicalité de l'artiste ; le clip la met en scène comme un espace de souveraineté, où la sexualité n'est plus une contrainte imposée mais une ressource performative. La revendication du « pouvoir érotique » devient ainsi un levier d'émancipation, permettant à l'artiste de redéfinir les cadres de visibilité et de représentation des femmes noires dans la culture populaire (voir annexe 2, fig.27)



Annexe 2, fig. 27 : Analyse : Extraits du clip *Body* de Megan Thee Stallion

D'une part, le clip met en avant une affirmation corporelle explicite et inclusive à travers la multiplication des corps féminins à l'écran. Megan Thee Stallion y apparaît entourée de femmes aux morphologies variées, noires ou racisées, notamment Taraji P. Henson, Black Chyna, Jordyn Woods, Maliibu Miitch, Asian Doll, and Tabria Majors. Elles évoluent dans une succession de tableaux visuels stylisée et artificiels. Le décor joue ici un rôle central on peut y voir un podium qui renvoie au monde de la mode où les corps sont présentés, évalués et mis en compétition symbolique.



Annexe 2, fig. 27 : Analyse : Extraits du clip *Body* de Megan Thee Stallion

Les espaces stylisés, presque irréels, évoquent une mise en vitrine qui n'est pas sans rappeler les logiques des réseaux sociaux ou de la culture visuelle contemporaine. Dès lors, si les femmes semblent en contrôle de leur image, elles évoluent aussi dans un cadre qui renvoie au regard collectif, voire au « dictat de la masse » : être visible, c'est aussi se soumettre à des formes de

validation sociale implicites. Le corps est ainsi à la fois sujet d'affirmation et objet d'évaluation. Cette ambivalence rejoint l'analyse de bell hooks, qui rappelle que « il y a un pouvoir dans le fait de regarder »⁸⁵, soulignant ainsi que le regard n'est jamais neutre mais constitue un véritable dispositif de pouvoir susceptible de façonner, de juger ou de contraindre les identités visibles

D'autre part, cette affirmation passe par une sexualisation stratégique fortement médiatisée par le dispositif visuel. Le clip mobilise des codes hypersexualisés propres au hip-hop *mainstream* plans rapprochés notamment sur leur fesse et les visages.

Une chorégraphie suggestive, mise en avant des courbes notamment le *Twerk*⁸⁶ une danse dans laquelle les danseuse et danseur remue les fesses et les hanches. Ou des angles de caméra subjectif par exemple un plan en contre-plongée dans un espace blanc et lumineux. Au centre du cadre la rappeuse Asian Doll allongée sur le dos, les jambes levées et largement écartées vers le haut. Le clip a été chorégraphié par JaQuel Knight, en collaboration avec Megan Thee Stallion.



Annexe 2, fig. 27 : Analyse : Extraits du clip *Body* de Megan Thee Stallion

⁸⁵ HOOKS, bell, *Black Looks: Race and Representation*, Boston, South End Press, trad. Jessica Dufaud, 1992, p. 115. Citation originale : « there is power in looking »

⁸⁶ *Le twerk* provient de danses traditionnelles d'Afrique de l'Ouest comme la Mapouka en Côte d'Ivoire où les mouvements du bassin avaient avant tout une fonction culturelle, rituelle ou communautaire, et ne comportaient aucune connotation sexuelle. Le terme *twerk*, en revanche, apparaît beaucoup plus tard dans les années 1990 au sein de la scène bounce de La Nouvelle-Orléans, avant d'être popularisé dans le hip-hop sudiste.

L'artiste ne se contente pas d'exécuter des mouvements pensés par un chorégraphe : elle participe activement au processus créatif, influence les choix gestuels et contribue à définir l'esthétique globale du clip. Cette co-construction traduit une véritable prise de contrôle sur sa représentation, où la performance dansée devient un prolongement de sa vision, de son style et de son rapport au corps.

Comme l'énonce clairement Audre Lorde, écrivaine, poétesse et militante afro-américaine féministe et antiraciste, « Pour les femmes noires comme pour les hommes noirs, il est évident que si nous ne nous définissons pas nous-mêmes, nous serons définis par d'autres pour leur usage et à notre détriment. »⁸⁷

Cette affirmation éclaire le geste de Megan Thee Stallion : en s'impliquant directement dans l'écriture chorégraphique, elle déjoue la possibilité d'être représentée par des codes extérieurs médiatiques, commerciaux ou patriarcaux, et affirme une maîtrise située et autonome de son image.

Ces éléments sont revendiqués comme des outils d'expression et de pouvoir. Cette esthétique s'inscrit dans une logique « *pro-hoe* », où la sexualité féminine est assumée, visible et performée sans médiation morale (voir annexe 2, fig.27). Dans cette perspective, Brittney C. Cooper insiste sur l'importance de la visibilité des pratiques sexuelles féminines noires, affirmant que « voir des représentations montrant comment des femmes noires adultes négocient leur vie sexuelle et accordent la priorité à leur plaisir est extrêmement important »⁸⁸.



Annexe 2, fig. 27 : Analyse : Extraits du clip *Body* de Megan Thee Stallion

⁸⁷ LORDE, Audre, *Sister Outsider*, Londres / New York, Penguin Books, trad. Jessica Dufaud, 2019, p. 35.

Citation originale : « for Black women as well as Black men, it is axiomatic that if we do not define ourselves for ourselves, we will be defined by others »

⁸⁸ COOPER, Brittney C., Susana M. MORRIS & Robin M. BOYLORN, *The Crunk Feminist Collection*, New York, The Feminist Press at the City University of New York, trad. Jessica Dufaud, 2017, p. 315. Citation originale : « Seeing representations of the ways that grown Black women negotiate their sex lives and prioritize their pleasure is hella important.»

Cette phrase souligne l'un des enjeux centraux du *crunk feminism* : la nécessité de rendre visibles des formes de sexualité féminine noire qui sont autodéterminées, négociées et centrées sur le plaisir. Dans un contexte où les femmes noires sont historiquement représentées soit comme hypersexualisées (stéréotype de la « Jezebel »), soit au contraire privées de sexualité respectable, la possibilité de se voir représentées dans des pratiques sexuelles choisies et gouvernées par leurs propres désirs devient un acte politique.

En ce sens, Megan Thee Stallion détourne des codes historiquement associés à l'objectification pour en faire des instruments d'affirmation. Toutefois, cette réappropriation reste ambivalente : la fragmentation visuelle du corps peut aussi reconduire des formes d'objectification, même dans un cadre féministe. Comme le souligne Joan Morgan, « aussi triste que cela puisse être, il est temps d'arrêter d'ignorer le fait que les rappeurs croisent chaque jour des “salopes” et des “putes” des femmes qui ne font que réaffirmer l'image qu'ils donnent de nous sur leurs disques »⁸⁹

Cette citation de Joan Morgan met en lumière une idée centrale de son projet intellectuel : l'objectification ne se maintient pas uniquement par le regard masculin, mais aussi par la participation volontaire ou contrainte de certaines femmes elles-mêmes, dans un écosystème culturel où les possibilités d'accès au pouvoir, à la visibilité ou au capital symbolique passent souvent par l'hypersexualisation.

L'intérêt de cette phrase est que : Morgan refuse une analyse unilatérale où les femmes seraient uniquement victimes de représentations sexistes produites par les rappeurs. Au contraire, elle rappelle que le système fonctionne aussi parce qu'il existe, autour de ces artistes, un environnement féminin qui rendent crédibles et visibles les stéréotypes mis en scène dans les chansons et les clips.

Le clip permet également de penser la question du corps noir dans le féminisme pop. La forte présence de femmes noires à l'écran constitue une forme de recentralisation esthétique dans un paysage médiatique dominé par des normes blanches. Cette visibilité peut être interprétée comme un geste politique, valorisant des corps historiquement marginalisés.

⁸⁹ MORGAN, Joan, op. cit., p.46. trad. Jessica Dufaud, Citation originale : « Sad as it may be, it's time to stop ignoring the fact that rappers meet “bitches” and “hos” daily women who reaffirm their depiction of us on vinyl. »

Cependant, elle s'inscrit dans une histoire longue de sexualisation du corps noir féminin, oscillant entre invisibilisation et hypervisibilité, comme l'a montré bell hooks.

« Tandis que les colons blanc·he·s avaient adopté pour elleux-mêmes une morale sexuelle hypocrite, iels étaient d'autant plus enclin·e·s à traiter les personnes noires de "sauvages sexuels". Puisque les femmes avaient été désignées comme l'origine du péché de chair, les femmes noires étaient tout naturellement vues comme l'incarnation du mal féminin et de la luxure. On les désignait comme des Jezebels et des tentatrices sexuelles accusées d'éloigner les hommes blancs de la pureté spirituelle et de les mener vers le péché. »⁹⁰

En évoquant cette généalogie, hooks permet de comprendre que la représentation contemporaine des corps noirs, même lorsqu'elle se veut émancipatrice, reste traversée par un héritage colonial qui a figé ces corps dans une lecture hypersexualisée. Le geste pop féministe consistant à multiplier la présence des femmes noires ne peut donc être lu uniquement en termes de visibilité positive ou d'« *empowerment* » : il s'accompagne nécessairement d'une réflexion critique sur les conditions historiques de cette visibilité.



Annexe 2, fig. 27 : Analyse : Extraits du clip *Body* de Megan Thee Stallion

⁹⁰ HOOKS, bell, *Ne suis-je pas une femme ? Femmes noires et féminisme*, Éditions Cambourakis, trad.Olga Potot, Paris, 2015, p. 79.

L'enjeu est ainsi moins de célébrer le corps noir que de transformer les modalités de son apparition publique : passer d'une hypervisibilité imposée à une mise en scène choisie, consciente et politiquement affirmée. C'est dans cette tension entre réappropriation et risque de reconduction des stéréotypes que se joue la portée féministe du clip : non dans la seule exposition du corps, mais dans la contestation active des cadres qui ont historiquement défini ce que ces corps pouvaient signifier.

Cette tension complexifie la lecture du clip : la mise en avant peut être à la fois émancipatrice et contrainte par des imaginaires hérités.

Un autre élément central pour comprendre *Body* réside dans la filiation avec le concept du phénomène culturel de « *Hot Girl Summer* », popularisé par Megan Thee Stallion elle-même, en 2019. À l'inverse de l'injonction classique au « *Summer Body* » terme utilisé pour désigner l'objectif d'atteindre un corps « idéal » pour l'été qui repose sur une discipline corporelle normative (minceur, tonification, conformité aux standards blancs et hétérosexuels) le « *Hot Girl Summer* » propose une reconfiguration symbolique : il ne s'agit plus de transformer son corps pour atteindre un idéal, mais d'affirmer son corps tel qu'il est, dans une logique de plaisir, de confiance et d'autodétermination.

Cette opposition est fondamentale. Le « *Summer Body* », s'inscrit dans une logique néolibérale de contrôle de soi, où le corps devient un projet à optimiser, souvent au prix d'une intériorisation des normes dominantes. À l'inverse, le « *Hot Girl Summer* » valorise une forme de lâcher-prise performatif, où l'*empowerment* passe par l'attitude « « Être une *Hot Girl*, c'est être toi-même sans t'excuser, t'amuser, avoir confiance en toi, vivre TA vérité et être l'âme de la fête, etc. » (voir annexe 2, fig. 28) plutôt que par la conformité physique. Dans *Body*, cette logique se prolonge : le corps n'est pas à corriger, mais à exhiber et célébrer.

Ainsi, il cristallise les paradoxes du féminisme pop : il met en scène une autonomie corporelle et une visibilité accrue, notamment des femmes noires, tout en inscrivant ces corps dans un dispositif de regard collectif et de validation sociale. Le corps y apparaît comme un espace de tension entre affirmation de soi et normalisation par la masse, révélant les ambivalences d'un *empowerment* profondément ancré dans la culture médiatique contemporaine.

Le corps y apparaît simultanément comme un espace de souveraineté et comme une surface de projection normative, façonnée par les attentes médiatiques, commerciales et sociales. La mise en scène du plaisir, si elle ouvre un espace de subversion, s'inscrit aussi dans des dispositifs visuels susceptibles de reconduire des formes d'objectification, même lorsqu'elles sont resignifiées.

En ce sens, *Body* ne se contente pas de célébrer une autonomie corporelle : il révèle les conditions complexes dans lesquelles celle-ci se performe. Le clip devient alors un lieu où se négocient des rapports de pouvoir contradictoires entre affirmation de soi et cadrage esthétique, entre liberté sexuelle et régimes de visibilité, entre politisation du corps et contraintes du marché pop. Il illustre parfaitement la logique ambivalente du féminisme pop, où l'*empowerment*, loin d'être un geste univoque, se construit toujours dans l'épaisseur des normes, des héritages et des regards qui le rendent à la fois possible et problématique.

B) *Brown Skins Girl* de Beyonce : Représentations des corps noirs, résistance visuelle et limites du féminisme pop

Le clip de *Brown Skin Girl* réalisée par Beyoncé et Jenn Nkiru, mis en ligne le 24 août 2020 sur YouTube et issu de l'album visuel *Black Is King* de Beyoncé, constitue un exemple de l'*empowerment* pop, où la célébration des corps noirs s'articule à une mise en scène esthétique sophistiquée et symboliquement chargée. À travers une succession de scènes mêlant références culturelles africaines et codes de la royauté. (Voir annexe 2, fig. 29) cette esthétique, à la fois élégante, chorégraphiée et hautement stylisée, participe à une affirmation de soi et à une réappropriation des normes de beauté, inscrivant l'œuvre dans une dynamique de féminisme pop.



Annexe 2, fig. 29 : Analyse : Extraits du clip *Brown Skin Girl* de Beyoncé

L'artiste propose une revalorisation des identités noires féminines, en particulier celles associées aux peaux foncées dans les paroles par exemple « Fille à la peau brune, Ta peau est comme des perles, la meilleure chose dans le monde, Je ne te changerai pour personne d'autre. »⁹¹ Le clip met en scène une pluralité de corps, de visages, de coiffures et de générations noires, inscrites dans des espaces à la fois luxueux, cérémoniels et intimes.

Ces espaces sont historiquement et symboliquement peu accessibles aux représentations dominantes des corps noirs dans les médias occidentaux. Le clip comptabilise 79 261 284 vues, il est donc important de prendre en compte *Brown Skin Girl* non seulement comme une œuvre esthétique mais comme un dispositif visuel discursif dans le sens foucaldien.

Comme expliquer auparavant *Brown Skin Girl* est un clip qui fonctionne comme une forme de résistance visuelle. À travers ses images et ses choix esthétiques, l'artiste propose une revalorisation des corps noirs, en particulier ceux des femmes et des jeunes filles à la peau foncée, longtemps marginalisés dans les représentations médiatiques mais aussi victime de misogynoir⁹² et colorisme⁹³. Le clip met en avant une diversité de teintes, de coiffures naturelles ou avec des coups de cheveux typique de la communauté noire (tresses, afro, locks) et de silhouettes non sexualisées, rompant ainsi avec les normes eurocentrées dominantes et aussi ceux de l'industrie musicale.



Annexe 2, fig. 29 : Analyse : Extraits du clip *Brown Skin Girl* de Beyoncé

Le clip renverse les imaginaires hérités du passé colonial. En montrant des femmes noires dans des postures de dignité, de beauté et de puissance. Beyoncé déconstruit certains

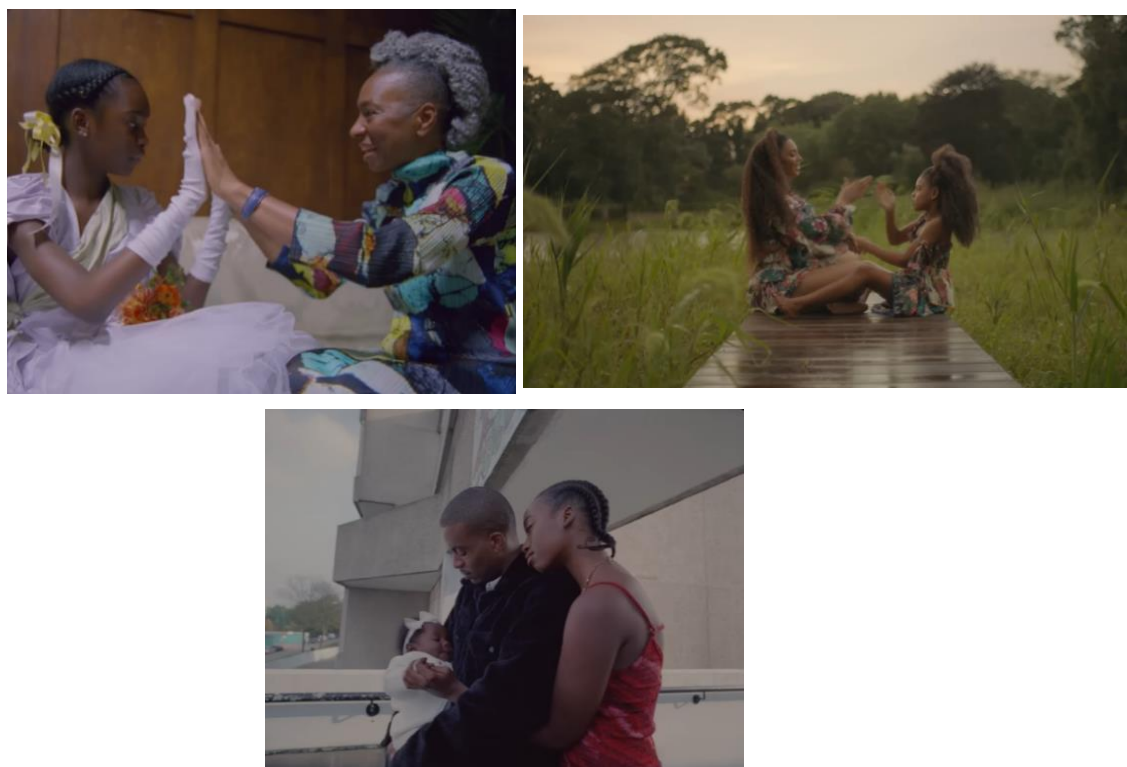
⁹¹ trad. Jessica Dufaud, Paroles originales : « Brown skin girl, ya skin just like pearls Your back against the world I never trade you for anybody else. »

⁹² Le terme *misogynoir* désigne une forme spécifique d'oppression résultant de l'imbrication du racisme et du sexisme, ciblant les femmes noires, telle que conceptualisée par Moya Bailey chercheuse et théoricienne féministe africaine-américaine, dans son livre *Misogynoir Transformed: Black Women's Digital Resistance*.

⁹³ Le *colorisme* désigne une forme de discrimination fondée sur la nuance de la couleur de peau au sein d'un même groupe racialisé, favorisant les personnes à la peau plus claire. Le concept a été popularisé par l'écrivaine américaine Alice Walker en 1983 dans son ouvrage *In Search of Our Mothers' Gardens*.

stéréotypes historiques qui ont longtemps assigné les corps noirs à des logiques d'exotisation ou de domination. Cette déconstruction participe d'une reconfiguration du regard, dans laquelle l'image devient un enjeu central. À cet égard, bell hooks souligne que « Le fait que le champ de la représentation demeure un lieu de lutte apparaît avec une acuité particulière lorsque l'on examine de manière critique les représentations contemporaines de la noirceur et des personnes noires. »⁹⁴

La présence de figures intergénérationnelles, notamment celle de Blue Ivy Carter, la fille de Beyoncé, renforce l'idée de transmission et inscrit le clip dans une continuité diasporique, faisant de celui-ci une véritable archive visuelle contemporaine. En effet, cette co-présence d'enfants, de mères et de femmes plus âgées ne relève pas seulement d'un choix esthétique, mais participe à une mise en scène de la transmission culturelle et symbolique au sein de la diaspora noire. Le clip ne montre pas simplement des corps noirs valorisés individuellement : il les inscrit dans une continuité historique, suggérant que la beauté, la dignité et la fierté noire se construisent et se transmettent de génération en génération.



Annexe 2, fig. 29 : Analyse : Extraits du clip *Brown Skin Girl* de Beyoncé

⁹⁴ HOOKS, bell, *Black Looks: Race and Representation*, Boston, South End Press, trad. Jessica Dufaud, 1992, p.03. Citation originale : « That the field of representation remains a place of struggle is most evident when we critically examine contemporary representations of blackness and black people.»

Cette dimension intergénérationnelle permet aussi de contrer une forme d'effacement historique. Les représentations dominantes ont souvent fragmenté ou invisibilisé les expériences noires dans le temps, en niant leur profondeur historique. Ici, au contraire, Beyoncé propose une sorte de temporalité élargie, où les jeunes filles deviennent les héritières d'une mémoire collective.

Néanmoins, cette démarche s'inscrit dans le cadre du féminisme pop, ce qui en révèle certaines limites. L'esthétique du clip, marquée par des codes de luxe et de sophistication. Dans *Brown Skin Girl*, Beyoncé mobilise une esthétique très travaillée, marquée par des codes de luxe, de haute couture et de mise en scène sophistiquée. Les décors, les costumes et les cadrages témoignent de comment ces visuelles produisent une image de perfection visuelle qui participe à la valorisation des corps noirs, mais qui repose aussi sur des standards élevés, difficilement accessibles.



Annexe 2, fig. 29 : Analyse : Extraits du clip *Brown Skin Girl* de Beyoncé

Cette esthétique peut ainsi être ambivalente : elle célèbre la beauté noire tout en l'inscrivant dans des logiques de distinction sociale, où la reconnaissance passe par l'élégance, la richesse et le raffinement.

C'est dans ce cadre que s'inscrit la notion de *Black excellence*⁹⁵. Le clip met en avant des figures noires associées à la réussite à la beauté et à l'exceptionnalité (Kelly Rowland chanteuse

⁹⁵ L'expression *Black excellence* désigne une stratégie discursive et symbolique de revalorisation des sujets noirs, fondée sur la mise en avant de la réussite, de l'exceptionnalité et de la visibilité, en réaction à des siècles de représentations dévalorisantes et d'exclusion structurelle.

américaine, Naomie Campbell supermodel anglaise, Lupita Nyong'o actrice et réalisatrice mexicano-kényo-américaine oscarisée), construisant une image de la réussite noire fondée sur l'excellence, la réussite sociale et la visibilité. Cette logique a une portée politique forte : elle vise à contrecarrer des siècles de représentations dévalorisantes en affirmant que les corps noirs sont non seulement dignes, mais remarquables. Cependant, cette valorisation par l'excellence peut aussi être ambivalente, car elle tend à privilégier des figures extraordinaires plutôt que des expériences ordinaires, ce qui peut invisibiliser une partie des réalités sociales. En effet, la mise en avant de la *Black excellence* ne se limite pas à une revalorisation symbolique : elle peut également produire une forme d'injonction implicite à la réussite. Dans ce cadre, les femmes noires ne sont plus seulement appelées à être visibles, mais à être exceptionnelles, irréprochables et performantes dans tous les domaines esthétique, professionnel, social. La représentation devient alors moins une image du réel qu'un idéal à atteindre, ce qui limite sa portée politique en termes de transformation sociale concrète.

Cette ambivalence de la valorisation par l'image peut être mise en perspective à la lumière des analyses de bell hooks. Celle-ci rappelle que les images produites au sein de la culture populaire sont toujours traversées par des rapports de pouvoir et qu'elles peuvent, selon les conditions de leur production et de leur circulation, contribuer autant à la revalorisation symbolique qu'à la reconduction de normes dominantes. Comme vu auparavant si bell hooks reconnaît le potentiel politique des images affirmant qu'« il y a du pouvoir dans le fait de regarder »⁹⁶ elle met également en garde contre certaines formes de mise en visibilité médiatique.

À propos de Beyoncé, elle indique ainsi percevoir « une part de Beyoncé qui est, en réalité, antiféministe »⁹⁷, attirant l'attention sur le risque que certaines mises en scène reconduisent, sous des formes renouvelées, des figures héritées de l'histoire esclavagiste.

Enfin, le féminisme pop tel qu'il apparaît ici, tend à privilégier une approche consensuelle et positive, centrée sur la célébration de soi et la confiance individuelle. Si cette dimension est importante, elle peut aussi occulter les structures de domination plus profondes, comme le racisme systémique, les inégalités économiques ou les violences institutionnelles. En ce sens,

⁹⁶ HOOKS, bell, op. cit., p.115. trad. Jessica Dufaud. Citation originale : « There is power in looking..»

⁹⁷ HOOKS, bell, *Are You Still a Slave? Liberating the Black Female Body*, conférence donnée à la New School (New York), 2014, vidéo en ligne, YouTube. Trad France Culture (Radio France), reprise éditoriale de la conférence. Citation originale : « I see a part of Beyoncé that is in fact anti-feminist, that is a terrorist, especially in terms of the impact on young girls. »

la résistance visuelle proposée par *Brown Skin Girl* reste en partie contenue dans un cadre esthétique et symbolique, sans nécessairement s'accompagner d'une critique explicite des rapports de pouvoir qui produisent ces inégalités.

Cette dimension renvoie à une critique plus large du féminisme pop, souvent associé à des figures médiatiques puissantes qui utilisent leur visibilité pour diffuser des messages d'*empowerment*, mais dans un cadre profondément lié à l'industrie culturelle. En effet, le clip ne se situe pas en dehors du système économique dominant : il en est un produit étant donné qu'il est intégré à l'album visuel *The Lion King : The Gift* et à l'univers de *The Walt Disney Company* qui diffuse l'album visuel sur sa plateforme. Donc il participe à une stratégie globale de production et de diffusion culturelle à grande échelle. Dès lors, la portée critique du message peut être en partie neutralisée par sa circulation dans des circuits commerciaux qui valorisent avant tout la rentabilité et l'image.

L'analyse de *Brown Skin Girl* permet de saisir toute la complexité des processus contemporains de reconfiguration des images des corps noirs dans la culture populaire. Le clip s'impose comme un dispositif visuel puissant, capable de produire des contre-images face à des siècles de dévalorisation, en affirmant la centralité, la dignité et la visibilité des femmes noires, et plus particulièrement des peaux foncées, dans un espace médiatique historiquement hostile. À travers ses choix esthétiques, sa dimension intergénérationnelle et sa circulation massive, fait que l'œuvre agit pleinement sur le champ des représentations, confirmant que l'image constitue un enjeu politique majeur.

Brown Skin Girl se situe ainsi dans un espace de tension, entre résistance visuelle et intégration aux logiques du marché, entre subversion symbolique et neutralisation critique. Cette ambivalence confirme la pertinence des analyses de bell hooks, pour qui le champ de la représentation demeure un lieu de lutte traversé par des rapports de pouvoir contradictoires. Le clip ne propose ni une rupture radicale avec les structures de domination, ni une simple reproduction des normes existantes ; il illustre plutôt les limites et les possibilités d'un féminisme médiatisé, où l'émancipation s'exprime avant tout à travers l'image.

Le clip *Brown Skin Girl* s'impose comme une tentative forte de reconfiguration des représentations des corps noirs féminins au sein de la culture populaire contemporaine. En proposant des images valorisantes, esthétiquement travaillées et largement diffusées. Beyoncé

contribue à offrir des figures identificatoires positives, en particulier pour les jeunes filles noires, dans un paysage médiatique où ces représentations demeurent rares et souvent stéréotypées. Cet enjeu est explicitement souligné par l'historienne Pamela Ohene-Nyako qui, commentant la pensée de bell hooks, insiste sur le fait que les jeunes filles noires sont appelées à évoluer dans une culture populaire « avec très peu d'autres représentations de femmes noires dans lesquelles elles pourraient s'imaginer »⁹⁸, et sur le désir de voir émerger pour elles « d'autres projets » que des rôles limitants et normés (voir annexe 2, fig.30).

Le clip invite à déplacer l'analyse du seul contenu des images vers les conditions de leur production et de leur circulation. En effet, les formes que prend la résistance visuelle dans le cadre du féminisme pop ne peuvent être dissociées des logiques industrielles qui organisent l'économie de la culture populaire contemporaine. Les images d'*empowerment*, aussi critiques soient-elles dans leur intention, sont produites, diffusées et valorisées au sein d'industries culturelles soumises à des impératifs de rentabilité, de visibilité et de cohérence de marque. Il devient dès lors nécessaire d'interroger la manière dont ces contraintes économiques et ces stratégies marketing participent à la fabrication de la féminité médiatique, et conditionnent les formes que peut prendre le discours féministe dans les productions mainstream.

⁹⁸ Pamela Ohene-Nyako, commentaire de la pensée de bell hooks dans *Avoir raison avec... bell hooks*, France Culture, épisode 2/5, « Une icône du féminisme noir », 19 août 2025 ; reformulation éditoriale diffusée par France Culture (Radio France). En ligne : <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/avoir-raison-avec/episode-2-lumiere-du-feminisme-noir-4371658> (consulté le 24 avril 2026).

III. Pop féminisme, industries culturelles et politiques de l'image

III.1. Logiques industrielles et production des féminités

A) Contraintes économiques et stratégies marketing

Le pop féminisme peut être appréhendé comme une culture située à l'intersection des industries culturelles, des discours féministes contemporains et des politiques de l'image. Dans ce cadre, il ne renvoie pas à un mouvement homogène, mais à un ensemble de signes, de références et de ressources discursives mobilisées au sein de productions médiatiques *mainstream* : musique pop, clips, publicité ou encore réseaux sociaux. Il s'agit dès lors d'analyser les conditions matérielles et symboliques dans lesquelles ces représentations de la féminité, qualifiées de « féministes », sont produites, formatées et diffusées.

Lors de l'entretien réalisé avec Mélissa Gérard-Mentest (voir annexe 3, fig.31), étudiante en master *Médias, Genre et Cultural Studies* à l'Université Sorbonne Nouvelle et fan de pop, celle-ci mobilise explicitement les travaux de Teresa de Lauretis pour souligner le caractère construit des identités de genre.

Teresa de Lauretis dit que le genre est produit par des représentations. Si je reprends ses idées, par exemple, une féminité hégémonique qui va être représentée et reproduite dans les clips va créer des standards de féminité hégémonique. Je suis assez d'accord avec ça, même s'il y a quand même des formes de résistance. Teresa de Lauretis s'inspire de Foucault. Il dit que là où il y a pouvoir, il y a toujours résistance. Donc, effectivement, ces représentations de la féminité sont des représentations du pouvoir qui imposent des standards. Mais on constate quand même qu'il y a de la résistance.

Elle rappelle ainsi que, dans la lignée de cette autrice, le genre ne saurait être envisagé comme une essence, mais comme le produit de représentations répétées : la mise en circulation d'une féminité hégémonique dans les clips contribue à fixer des standards dominants, présentés comme naturels et désirables. Cette analyse rejoint l'idée selon laquelle le genre fonctionne comme une technologie politique agissant sur les corps et les imaginaires.

Ces dynamiques s'inscrivent plus largement dans ce que l'enseignante-chercheuse américaine en sciences de la communication Sarah Banet-Weiser montre que l'intégration des discours féministes dans la culture populaire répond à des logiques de compatibilité économique. Elle souligne en effet que « Dans une économie capitaliste et corporative de la visibilité, les formes de féminisme les plus facilement marchandisables et brandables sont celles qui deviennent les plus visibles. »⁹⁹. Le féminisme populaire s'inscrit ainsi dans ce que l'autrice nomme une économie de la visibilité, dans laquelle la reconnaissance médiatique dépend étroitement de la capacité d'un discours à être intégré aux circuits dominants de production et de consommation.

Dans ce cadre, les formes de féminisme les plus critiques ou structurellement contestataires tendent à être marginalisées au profit de versions plus consensuelles. Banet-Weiser observe que le féminisme populaire « se déploie de façon particulièrement spectaculaire dans une économie de la visibilité, où il se réduit souvent à cela : la visibilité »¹⁰⁰ ce qui contribue à éclipser les analyses systémiques des rapports de domination. Cette visibilité, loin de garantir une transformation politique, tend ainsi à neutraliser le dissensus en rendant le féminisme compatible avec les normes économiques et culturelles néolibérales.

Il en résulte une reformulation des enjeux de domination en termes acceptables pour l'ordre économique dominant. Comme le note Banet-Weiser, « Les économies de la visibilité modifient en profondeur les politiques de la visibilité, au point que la visibilité devient une finalité en elle-même plutôt qu'un levier au service d'un projet politique »¹⁰¹. Le féminisme devient alors un répertoire mobilisable, un capital symbolique susceptible d'être investi dans des stratégies de communication. Les industries culturelles instrumentalisent en effet le féminisme comme un outil de *branding*, dans la mesure où, « Dans le cadre de la culture de marque néolibérale, certaines expressions et politiques féministes deviennent marchandisables et convertibles en marque, dans la mesure où elles s'accordent aux logiques du marché »¹⁰². L'affichage d'un

⁹⁹ BANET-WEISER, Sarah, op. cit., p.13. trad. Jessica Dufaud. Citation originale : « In a capitalist, corporate economy of visibility, those feminisms that are most easily commodified and branded are those that become most visible. »

¹⁰⁰ Ibid., p. 09. trad. Jessica Dufaud. Citation originale : « Popular feminism exists most spectacularly in an economy of visibility, where it often remains just that: visibility. »

¹⁰¹ Ibid., p. 23. trad. Jessica Dufaud. Citation originale : « Popular feminism exists most spectacularly in an economy of visibility, where it often remains just that: visibility. »

¹⁰² Ibid., p. 13. trad. Jessica Dufaud. Citation originale : « Within neoliberal brand culture, specific feminist expressions and politics are brandable, commensurate with market logics »

engagement féministe permet ainsi de construire une image progressiste, de renforcer l'identification affective des publics et de capter des segments de marché sensibles à ces valeurs, sans pour autant remettre en cause les structures de pouvoir existantes.

Les données quantitatives issues de l'ouvrage *Sociologie de Taylor Swift* du Sociologue français Arnaud Alessandrin, viennent apporter un éclairage empirique à cette analyse tout en appelant à une lecture méthodologiquement prudente de ses effets. Fondée sur un questionnaire administré auprès de 1 185 répondant-es entre septembre 2024 et février 2025¹⁰³, cette enquête avait pour objectif premier d'esquisser un portrait sociologique des fans de la chanteuse, et non de mesurer l'adhésion à un féminisme politiquement structuré ou à un positionnement idéologique stabilisé. Le protocole repose sur un outil méthodologique déjà éprouvé dans le cadre d'une enquête antérieure consacrée à Mylène Farmer, ainsi que sur une diffusion ciblée vers les espaces numériques effectivement investis par les communautés de fans, notamment Instagram, TikTok et des forums spécialisés.

La stabilisation des résultats entendue comme le moment où la poursuite de la collecte ne produisait plus de nouvelles tendances significatives permet ainsi d'appréhender ces données comme révélatrices de logiques de réception dominantes, sans pour autant leur conférer une valeur de représentativité statistique exhaustive.

Tableau 6 : selon vous, Taylor est-elle féministe ?

	Oui	Non	Ne se prononce pas
Moyenne	76 %	9 %	15 %

Tableau 8 : selon vous Taylor est-elle de droite ou de gauche ?

	De droite	De gauche	Ne se prononce pas
Moyenne	12 %	50 %	38 %

Tableau 9 : vous-même, vous considérez-vous...

	De gauche	Plutôt de gauche	Plutôt de droite	De droite	Ne se prononce pas
Moyenne	55 %	25 %	7 %	3 %	10 %

Annexe 3, fig. 32 : Données quantitatives issues de l'ouvrage *Sociologie de Taylor Swift* de Arnaud Alessandrin

¹⁰³ALESSANDRIN, Arnaud, *Sociologie de Taylor Swift*, Joinville-le-Pont, Éditions Double Ponctuation, 2025, p. 38-39.

Dans ce cadre, le fait que 76 % des répondant·es considèrent Taylor Swift comme féministe (tableau 6)¹⁰⁴, contre 9 % qui rejettent cette qualification et 15 % qui ne se prononcent pas, doit être interprété avec précaution. Cette reconnaissance massive témoigne moins d'une adhésion à un projet féministe conflictuel que de la forte circulation du terme « féministe » comme catégorie symbolique valorisée dans la culture populaire. Le féminisme apparaît ici comme un label largement consensuel, dont la signification demeure relativement ouverte et peu polarisante.

Cette lecture est renforcée par l'analyse croisée des positionnements politiques déclarés. Alors que 80 % des enquêté·es se situent eux-mêmes de gauche ou plutôt de gauche (55 % « de gauche », 25 % « plutôt de gauche », tableau 9)¹⁰⁵, la perception du positionnement politique de Taylor Swift apparaît beaucoup plus indéterminée. Si 50 % des répondant·es la perçoivent comme de gauche, 12 % la situent à droite, tandis qu'une proportion significative de 38 % ne se prononce pas (tableau 8)¹⁰⁶. Ce décalage entre les autos-positionnements politiques du public et l'attribution d'une orientation politique explicite à la chanteuse suggère que le féminisme reconnu chez Taylor Swift n'est pas nécessairement associé à une inscription idéologique claire, mais relève plutôt d'une reconnaissance symbolique diffuse.

Ces résultats empiriques permettent ainsi de préciser l'analyse proposée par Sarah Banet-Weiser : dans une économie de la visibilité, la reconnaissance du féminisme repose moins sur sa capacité à produire du dissensus que sur sa lisibilité médiatique et son potentiel d'identification affective. Le féminisme attribué à Taylor Swift fonctionne dès lors comme un capital symbolique mobilisable, suffisamment explicite pour être perçu comme progressiste, mais suffisamment indéterminé pour éviter la polarisation politique. Les données d'Arnaud Alessandrin montrent ainsi que la visibilité du féminisme peut produire une large adhésion symbolique sans se traduire par une conflictualité idéologique marquée, confirmant que les enjeux de domination sont reformulés dans des termes compatibles avec l'ordre économique et médiatique dominant, sans remise en cause frontale des structures de pouvoir existantes.

¹⁰⁴ Ibid., p. 92.

¹⁰⁵ Ibid., p. 99.

¹⁰⁶ Ibid., p.98.

Cette mobilisation du féminisme passe de manière privilégiée par des dispositifs visuels largement mobilisés dans les clips de pop *mainstream* valorisés comme féministes. Ceux-ci reposent sur une esthétisation marquée du discours militant : images léchées, corps maîtrisés, postures de puissance et signes immédiatement reconnaissables. La contestation y est souvent reformulée sous une forme visuelle lisible, à travers des références à l'*empowerment*, à la sororité ou à l'autonomie individuelle, ce qui permet une reconnaissance rapide du message tout en simplifiant les enjeux politiques.

Le clip musical joue ainsi un rôle central comme outil de traduction visuelle du féminisme. Par sa brièveté narrative, sa forte charge esthétique et son inscription dans des formats de diffusion standardisés, il privilégie des formes condensées et spectaculaires de l'émancipation. Le féminisme y est mis en scène par des signes iconiques, regard frontal, centralité du corps féminin, maîtrise du mouvement qui rendent le message attractif et partageable, mais déplacent la critique politique vers un registre principalement symbolique et émotionnel.

Si le pop féminisme s'inscrit largement dans les logiques de visibilité et de marchandisation des industries culturelles, il ne peut pour autant être réduit à une simple récupération économique des discours féministes. Les artistes évoluant au sein de la pop *mainstream* ne se contentent pas d'endosser passivement les formes de féminité promues par l'industrie : elles négocient, déplacent et parfois reconfigurent les normes qui leur sont imposées. Le clip devient alors un espace ambigu de transaction symbolique, où contraintes industrielles et stratégies d'agentivité coexistent.

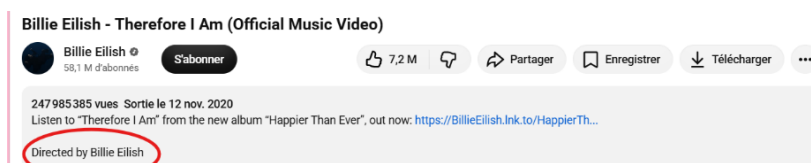
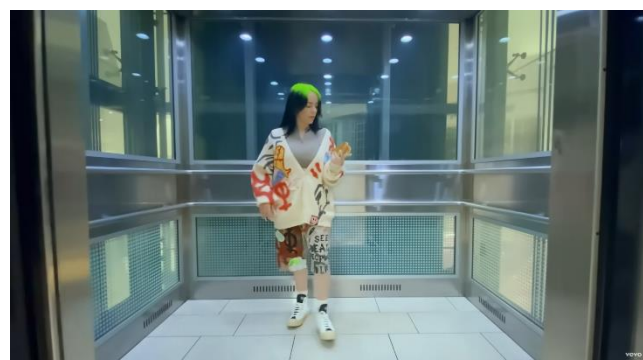
B) Négociation entre artistes et industrie

Durant l'entretien réalisé avec Mélissa Gérard-Mentest, il a paru essentiel d'interroger la question des formes de résistance possibles au sein même de l'industrie culturelle, en particulier à travers la négociation que certaines artistes peuvent entretenir avec leur image médiatique. À cette fin, la question suivante lui a été posée : « Dirais-tu que certaines artistes négocient consciemment leur image avec l'industrie ? Peux-tu en donner des exemples ? »

Elle souligne alors que toutes les formes de résistance ne passent pas nécessairement par une négociation explicite avec une féminité hégémonique déjà constituée. Elle propose

notamment l'exemple de la pop star américaine Billie Eilish (voir annexe 3, fig.33) dont la position médiatique relève, selon elle, d'une forme de résistance incorporée :

« Négocient leur image. Par-là, j'entends qu'elles ont déjà une image hégémonique et qu'elles essayent de la négocier. Billie Eilish, elle, n'est pas dans une image hégémonique. Sa simple représentation est une résistance, à mon avis. Même si elle est blanche, elle est neurodivergente, queer, anticapitaliste, avec une performance de genre qui n'est pas féminine. Je la trouve déjà assez en dehors de la normativité. »



Annexe 3, fig. 33 : Extrait du clip *Therefore I Am* (2020) réalisé par Billie Eilish

À l'inverse, le clip *Therefore I Am* (2020) réalisé par Eilish constitue une illustration marquante d'une résistance structurelle. L'artiste y apparaît seule, déambulant dans un espace vide, vêtue de vêtements amples et non normatifs, sans chorégraphie ni mise en scène du désir. Le photogramme extrait du clip montre un corps qui occupe l'espace sans se rendre lisible selon les codes attendus de la féminité pop. Elle a une posture relâchée, une absence de sexualisation et un rapport indifférent à la caméra. La résistance ne passe ici, ni par un discours militant explicite ni par une négociation visible des normes, mais par une présence corporelle et esthétique qui déroge d'emblée aux standards dominants, relevant ainsi d'une résistance incorporée.

Cette prise de position met en lumière une distinction centrale entre résistances intégrées et résistances structurelles. Elle permet également de penser la résistance, non comme un phénomène homogène, mais comme une résistance située, dépendante des positions sociales, corporelles et médiatiques occupées par les artistes. Cette approche s'inscrit dans la lignée des analyses foucaaldiennes du pouvoir, selon lesquelles « là où il y a pouvoir, il y a résistance »¹⁰⁷, celle-ci n'étant toutefois « jamais en position d'extériorité par rapport au pouvoir »¹⁰⁸. La

¹⁰⁷ FOUCAULT, Michel, *Histoire de la sexualité, tome 1 : La volonté de savoir*, Paris, Gallimard, 2014, p. 85.

¹⁰⁸ Ibid., p.85.

contestation varie ainsi selon les trajectoires individuelles, les contextes de production et les normes auxquelles les artistes sont confrontées, ce qui permet d'éviter toute conception abstraite ou universalisante du processus de résistance.

Au cours de l'entretien, Gérard-Mentest insiste précisément sur le caractère non totalisant du pouvoir, en paraphrasant l'analyse développée par Michel Foucault dans *Histoire de la sexualité, tome I : La volonté de savoir*. La résistance doit dès lors être comprise comme un phénomène immanent aux dispositifs de pouvoir, et non comme une position située hors de l'industrie culturelle. Cette lecture rejoint la notion de technologie du genre développée par Teresa de Lauretis, pour qui le genre n'est pas une essence, mais « l'effet d'une technologie politique complexe »¹⁰⁹ produite et stabilisée par les images, les récits et les dispositifs culturels. Les clips musicaux participent ainsi simultanément à la reproduction des normes de féminité et à l'ouverture d'espaces de déplacement et de réappropriation.

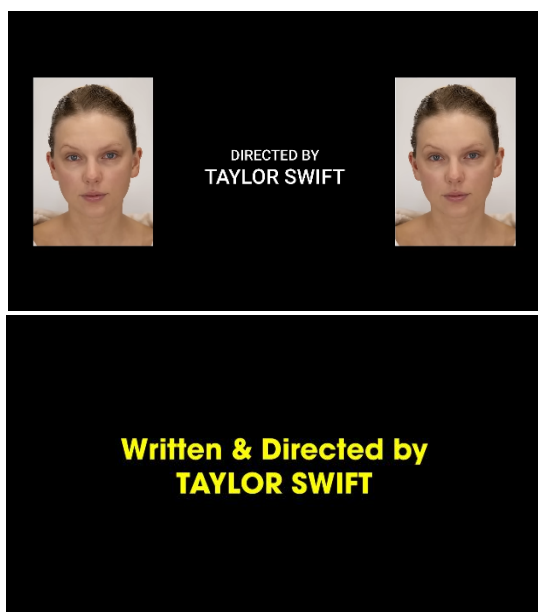
Dans cette perspective, certaines artistes négocient leur image à l'intérieur des normes dominantes, en infléchissant les codes, tandis que d'autres occupent d'emblée une position périphérique, dont la visibilité même constitue un geste de résistance. Ces formes d'action relèvent d'une agentivité contrainte : les artistes disposent bien d'une capacité d'agir sur leur image et sur les normes de genre, mais cette capacité s'exerce au sein de cadres industriels, économiques et médiatiques qui en limitent la portée. L'agentivité ne saurait ainsi être assimilée à une autonomie totale, mais à une marge de manœuvre située, proche de ce que Judith Butler conceptualise comme une subversion opérante « dans la répétition même des normes », plutôt que par leur abolition.

Les dispositifs visuels des clips rendent ces modalités particulièrement visibles. Le cas de Taylor Swift illustre une forme typique de résistance intégrée. Après le clip *Look What You Made Me Do* (2017), l'artiste réalise son premier clip en tant que réalisatrice, *The Man* (2020). Dans une interview vidéo menée dans le cadre de la série *Directors on Directors*, publiée sur la chaîne YouTube du magazine *Variety*, en dialogue avec le dramaturge et réalisateur Martin McDonagh, elle revient sur cette expérience :

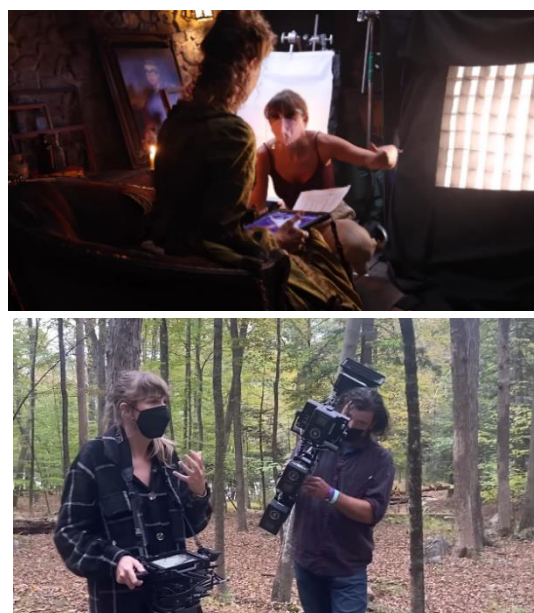
¹⁰⁹ TERESA DE, Lauretis, op. cit., p.38.

« J'ai écrit mes vidéos pendant des années, et j'avais un concept très précis que j'avais développé pour *The Man* : je voulais être transformée en homme par des prothèses et vivre ma vie en tant qu'homme. Je voulais aussi que ce soit une femme qui réalise ce clip. Les réalisatrices que j'ai contactées étaient heureusement très occupées. [...] Je me suis donc dit que je pouvais peut-être le faire moi-même. Et en le réalisant, je me suis rendu compte que c'était en réalité plus gratifiant que tout ce que j'aurais pu imaginer. »¹¹⁰

Depuis cette première expérience, Taylor Swift écrit et réalise elle-même plusieurs de ses clips, parmi lesquels *cardigan* (2020), *Bejeweled* (2022) (voir annexe 3, fig.35) ou encore *Opalite* (2026), ainsi que le court-métrage *All Too Well (The Short Film)* (2021) (voir annexe 3, fig.35). En prenant en charge la mise en scène, elle reconfigure sa représentation médiatique depuis l'intérieur du système industriel : elle infléchit les codes visuels de la féminité pop : contrôle du récit, autoréflexivité, mise à distance du regard médiatique tout en restant pleinement intégrée aux circuits dominants de production et de diffusion.



Annexe 3, fig. 34 : Extraits des génériques des clips *The Man* et *Opalite* réalisé par Taylor Swift



Annexe 3, fig. 35: Extraits des Making-of du clip *Bejeweled* et du court métrage *All Too Well: The Short Film*

Cette stratégie correspond à des formes de négociation avec l'hégémonie telles que les théorisent les *cultural studies*, où le pouvoir symbolique fonctionne par consentement et ne s'exerce jamais de manière totalement close : comme le souligne Stuart Hall, les cadres de

¹¹⁰ VARIETY, « Taylor Swift & Martin McDonagh | Directors on Directors », YouTube, 12 décembre 2022. Disponible sur : <https://youtu.be/x8zfsf4azLo> (consulté le 01/05/2026).

signification sont « structurés en dominance »¹¹¹, mais non fermés, ce qui rend les significations fondamentalement ouvertes à la négociation

Entre ces deux pôles, des stratégies plus ambivalentes se donnent à voir chez des artistes comme Sabrina Carpenter, notamment à travers le clip *House Tour* (2026), qui marque une étape significative dans sa trajectoire médiatique en tant que première réalisation qu'elle signe avec l'actrice et mannequin américaine Margaret Qualley (voir annexe 3, fig.36).



Annexe 3, fig. 36 : Intertitre du clip *House Tour* réalisé par Sabrina Carpenter et Margaret Qualley



Annexe 3, fig. 37 : Extrait des Making-of du clip *House Tour*

Le passage à la réalisation constitue ici un geste de reprise partielle de contrôle sur la mise en scène, tout en s'inscrivant dans les formats et les attentes de l'industrie pop *mainstream*. Dans ce projet, l'artiste mobilise les codes de l'hyperféminité et de la domesticité esthétique soignée : intérieurs aménagés, références rétro tout en jouant de l'excès et du second degré.



Annexe 3, fig. 38 : Extraits du clip *House Tour* de Sabrina Carpenter

Le fait que *House Tour* corresponde à sa première expérience de réalisation renforce la dimension négociée de cette posture : l'artiste n'opère pas de rupture franche avec les normes

¹¹¹ HALL, Stuart, « *Encoding/Decoding* » (1973), dans Stuart Hall et al. (dir.), *Culture, Media, Language*, Londres, Hutchinson, trad. Jessica Dufaud, 1980, p. 134. Citation originale : « These mappings are *structured in dominance* but not closed. »

dominantes, mais investit plutôt un espace de réappropriation progressive des codes qui façonnent son image publique.

Dans un entretien accordé au créateur de mode américain Marc Jacobs pour *The Perfect Magazine* (voir annexe 3, fig.39), celui-ci l'interroge sur l'étendue de son contrôle créatif : « Jusqu'à quel point contrôles-tu tes tournées, tes clips, les pochettes de tes albums ? ». Sabrina Carpenter répond :

« En 2021, j'ai signé chez *Island Records*. C'est vraiment à partir de là que tout a commencé à évoluer et que je me suis sentie réellement aux commandes de ce que je faisais. [...] Tout ce que tu viens de mentionner les clips, les pochettes, le merchandising, et surtout la tournée s'est imposée comme une évidence. [...] "C'est moi qui tiens les rênes." »¹¹²

Cette prise de parole ne se contente pas d'énoncer une progression professionnelle : elle opère une affirmation publique d'autorité créative. En insistant sur le moment de la signature comme point de bascule, le discours construit a posteriori une temporalité de légitimation, dans laquelle l'accès aux « rênes » coïncide avec l'inscription dans une structure industrielle reconnue. Le contrôle revendiqué ne se présente toutefois pas comme un geste de rupture ou de contestation frontale, mais comme une appropriation graduelle de domaines traditionnellement encadrés par l'industrie

Cette position relève moins d'une résistance structurelle que d'un travail de re-signification depuis l'intérieur de l'hégémonie, où la conformité apparente devient un support critique modulable. L'initiative de la réalisation apparaît ainsi comme une manifestation d'agentivité contrainte, illustrant l'ambivalence propre au féminisme pop : une tentative d'affirmation créative et symbolique, rendue possible et limitée à la fois par les cadres esthétiques et commerciaux de l'industrie culturelle.

Les modalités différenciées par lesquelles les artistes peuvent composer avec les cadres normatifs de l'industrie culturelle : soit en retravaillant une féminité hégémonique de

¹¹² THE PERFECT MAGAZINE, « *Sabrina Carpenter interviewed by Marc Jacobs* », entretien avec Marc Jacobs, article rédigé par Paul Flynn, 07 avril 2026. En ligne : <https://www.theperfectmagazine.com/features/sabrina-carpenter-interviewed-by-marc-jacobs> (consulté le 01/05/2026).

l'intérieur, soit en incarnant des formes de subjectivité qui y échappent partiellement. Ces dynamiques révèlent plus largement l'ambivalence du féminisme pop, pris dans une tension constante entre contestation symbolique et intégration aux logiques industrielles. Si le féminisme pop permet de rendre visibles certaines expériences et d'ouvrir des espaces de reconnaissance, il demeure simultanément inscrit dans des logiques de rentabilité, de normalisation et de visibilité marchande, ce qui explique pourquoi les résistances qui s'y manifestent sont le plus souvent négociées, partielles et situées, plutôt que radicales.

C'est précisément dans l'espace de cette négociation que se jouent les appropriations par les publics : loin d'adopter des lectures homogènes ou univoques, ceux-ci investissent les objets du féminisme pop de manière différenciée, en fonction de leurs expériences, de leurs attentes et de leurs positions sociales, faisant émerger des interprétations multiples, parfois critiques, parfois ambivalentes.

III.2. Réception, publics et lectures féministes

A) Appropriations par les publics

Réduire le pop féminisme à une simple dépolitisation serait insuffisant. La diffusion massive de ces images contribue également à rendre visibles des thématiques longtemps marginalisées dans l'espace médiatique dominant. Le pop féminisme se caractérise ainsi par une tension centrale entre ouverture symbolique et neutralisation du conflit : il ne supprime pas la dimension politique du féminisme, mais la reconfigure dans des formes esthétiques et discursives compatibles avec l'économie contemporaine de l'image.

Les appropriations par les publics prennent fréquemment la forme de processus d'identification et de reconnaissance, fondés sur une attention portée à certains éléments spécifiques des œuvres, tels que les figures mises en scène, les récits proposés ou encore des détails visuels et narratifs. Ces éléments acquièrent une valeur particulière lorsqu'ils entrent en résonance avec le vécu des spectateur·rices : trajectoires personnelles, expériences émotionnelles, rapports au genre ou situations de marginalité.

À cet égard, certains moments visuels fonctionnent comme de véritables signes autonomes, susceptibles de circuler indépendamment de l'œuvre dont ils sont extraits. Dans le clip *Taste*, le baiser entre Sabrina Carpenter et l'actrice Jenna Ortega illustre de manière particulièrement éclairante ce mécanisme (voir annexe 3, fig. 40). Narrativement, ce geste s'inscrit dans un registre provocateur mêlant rivalité, séduction et humour, et apparaît comme un point de rupture spectaculaire destiné à capter l'attention. Visuellement, le cadrage, l'éclairage et la gestuelle confèrent à la scène un caractère stylisé et immédiatement mémorisable, facilitant sa reprise et sa circulation sur les réseaux sociaux. L'implication de Jenna Ortega, actrice fortement médiatisée, renforce encore l'impact symbolique du geste en l'inscrivant dans un réseau de références partagées, contribuant à accroître la visibilité du clip.



Annexe 3, fig. 40 : Extraits du clip *Taste* de Sabrina Carpenter

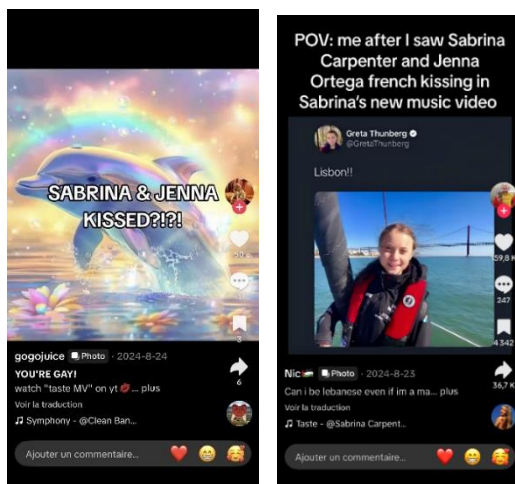
Ce moment peut également être analysé sous l'angle du *queerbaiting*¹¹³, en ce qu'il mobilise l'ambiguïté sexuelle et suggère une intimité entre deux femmes sans s'inscrire dans une narration romantique explicitement confirmée. Cette stratégie ne vise pas tant à produire un récit queer cohérent qu'à stimuler l'engagement du public, susciter la discussion et encourager la viralité. Le baiser fonctionne ainsi comme un fragment autonome, repris, commenté et partagé indépendamment du reste de la vidéo, illustrant ce que Railton et Watson¹¹⁴ décrivent comme une logique où le clip est simultanément produit culturel et outil de promotion.

Ce type de séquence montre que le clip ne se contente pas de relayer un message, mais fabrique des signes visuels destinés à circuler, à être réinvestis et requalifiés par les publics. En

¹¹³ Le *queerbaiting* désigne une pratique médiatique qui consiste à laisser entendre la possibilité de relations ou d'identités queer sans jamais les rendre explicites, afin d'attirer un public LGBTQ+ tout en évitant une représentation clairement engagée. démocratiser par Eve Ng dans *Between text, paratext, and context: Queerbaiting and the contemporary media landscape*

¹¹⁴ RAILTON Diane, WATSON Paul, op. cit., p. 02. trad. Jessica Dufaud, Citation originale : « Music videos are not simply advertisements; they are, rather, as Thomas Doherty suggests, both “promo and product” and, as such, have “revised the nature of contemporary music”. »

jouant avec les codes du genre et de la transgression, le clip participe à la construction de l'identité médiatique de l'artiste tout en s'inscrivant pleinement dans les logiques contemporaines d'engagement, de visibilité et de circulation virale.



Annexe 3, fig. 40 : Réactions sur TikTok au clip *Taste* de Sabrina Carpenter

Ce phénomène apparaît clairement dans l'entretien réalisé avec Mélissa Gérard-Menteste. Interrogée sur la question suivante : « Comment les clips produisent-ils une position de sujet pour le spectateur ? Dans la conception de Stuart Hall. », elle met en évidence le rôle central de l'expérience personnelle dans la construction du sens :

« Il va y avoir des détails ou des choses dans les clips auxquels on va donner du sens. Mais du coup, ça dépend un peu de notre expérience personnelle. [...] Moi, je fais de la danse. Moi, je fais de la danse. Quand j'ai vu Taylor Swift en tutu *Oh my God ! C'est trop stylé !* Et du coup, là, je me suis sentie investie parce que concernée. Quand on voit quelque chose qui nous concerne, on va interpréter. [...] je regarde un clip de Travis Scott ou de Kanye West [...] Je n'arrive pas à donner du sens à ça parce que je n'ai pas les codes. Ça ne fait pas miroir par rapport à ma propre expérience. »

La citation de Gérard-Menteste vient ici qualifier le décalage structurel entre intention et compréhension : le sens n'est pas un donné stable, mais le résultat d'un travail d'appropriation situé. Elle permet d'inscrire empiriquement le témoignage analysé dans une perspective théorique qui envisage la signification comme contingente, dépendante de conditions sociales et culturelles spécifiques, et irréductible à toute maîtrise du message par ses producteurs. L'enjeu n'est donc pas ce que le texte *dit*, mais ce qu'il devient au contact de trajectoires singulières.

On peut dès lors introduire la notion d'appropriations émotionnelles et affectives, pour désigner des modes de réception où les œuvres fonctionnent avant tout comme des supports d'expériences sensibles. Comme le souligne le chercheur américain Lawrence Grossberg, le pouvoir de la culture populaire réside précisément dans la place qu'elle occupe dans la vie affective des individus : « L'affect est ce qui donne de la “couleur”, du “ton” ou de “l'intensité” à nos expériences. »¹¹⁵. L'engagement des publics s'y manifeste ainsi par le plaisir, le sentiment d'*empowerment* ou des formes d'apaisement, sans qu'une interprétation politique explicite soit nécessairement formulée. Ces investissements affectifs participent pleinement à la construction du sens, en ancrant la relation aux images dans le vécu et les émotions plutôt que dans l'adhésion à un discours revendicatif.

L'entretien mené avec Mélissa Gérard-Menteste en offre une illustration particulièrement éclairante à propos du clip *Look What You Made Me Do* de Taylor Swift, qu'elle évoque comme un moment marquant de son parcours de spectatrice :

« Je pense que c'était le moment où je devenais vraiment fan de Taylor Swift. Je me suis dit *Oh my god !*, c'est ça Taylor Swift ? [...] En plus, j'étais dans mon *era Hunger Games*, donc j'aimais ce côté *badass*. Elle était trop stylée, c'est pour ça que je le regardais en boucle. »

L'intérêt exprimé ne repose ni sur une compréhension politique explicite du clip, ni sur l'identification consciente d'un discours féministe, mais sur une convergence entre esthétique imaginaire, fictionnel et moment biographique. La répétition du visionnage est liée à un sentiment d'enthousiasme et à une identification émotionnelle située. Cette dimension affective se prolonge lorsqu'elle est interrogée sur la notion d'*empowerment* :

« Ouais ! Moi, je trouve. En tout cas, ça m'a vraiment donné un sentiment d'*empowerment*, ça m'a beaucoup inspirée ![...] Peut-être aussi toute l'esthétique du clip, le fait que ce soit un peu sombre, avec des touches dorées [...] Et puis le fait que ce soit vraiment accrocheur. »

L'*empowerment* apparaît ici comme un effet ressenti, produit par l'atmosphère visuelle, la mise en scène de la chanteuse et l'efficacité sensorielle du dispositif audiovisuel. Le clip

¹¹⁵ GROSSBERG, Lawrence, *We Gotta Get Out of This Place. Popular Conservatism and Postmodern Culture*, New York, Routledge, trad. Jessica Dufaud, 1992, p. 81. Citation originale : « Affect is what gives 'color,' 'tone' or 'texture' to the lived. »

fonctionne ainsi comme un support d'émotions excitation, inspiration, sentiment de puissance indépendamment de l'énonciation d'un message politique formalisé. Cette modalité de réception n'exclut toutefois pas la coexistence de lectures différenciées au sein d'un même objet médiatique. Comme l'exprime Mélissa Gérard-Menteste à propos du clip *7 Rings* d'Ariana Grande :

« Si je prends un clip un peu plus vieux, *7 Rings* d'Ariana Grande, j'ai trouvé que le clip était cool parce que j'aime bien l'esthétique. Le discours capitaliste, flemme. Donc là, je suis dans la négociation. C'est vraiment une lecture négociée. »

Cette posture correspond à ce que Stuart Hall définit comme une lecture négociée, qui « combine des éléments d'adaptation et d'opposition : elle reconnaît la légitimité des définitions hégémoniques, tout en élaborant, à un niveau plus restreint et situé, ses propres règles d'interprétation »¹¹⁶. La remarque de met ainsi en évidence une réception ambivalente, où le plaisir esthétique et l'engagement affectif cohabitent avec une prise de distance critique vis-à-vis du discours idéologique véhiculé. Elle confirme que l'engagement des publics peut s'opérer prioritairement sur un registre affectif, le sens se construisant moins à partir de ce que les images déclarent explicitement que de ce qu'elles font éprouver.

Si la lecture négociée permet de penser la manière dont les publics articulent plaisir, adhésion partielle et distance critique, elle ne se limite pas au seul moment de la réception. Elle se prolonge dans des pratiques d'appropriation par l'usage et la circulation, à travers lesquelles les publics participent activement à la diffusion, à la transformation et à la reconfiguration des significations des œuvres. Dans les environnements numériques contemporains, les contenus médiatiques sont ainsi partagés, commentés et redéployés sur une pluralité de plateformes, inscrivant la réception dans des dynamiques sociales, relationnelles et collectives.

Cette centralité des usages et de la circulation est au cœur de l'analyse proposée par Mélanie Bourdaa, pour qui les fans constituent des publics actifs et engagés, dont les pratiques dépassent largement une réception passive des textes médiatiques. En citant le professeur en sociologie Patrice Flichy, elle souligne en effet que les fans « prolongent le moment de la

¹¹⁶ HALL, Stuart, op. cit., p.137. trad. Jessica Dufaud. Citation originale: « Decoding within the negotiated version contains a mixture of adaptive and oppositional elements: it acknowledges the legitimacy of the hegemonic definitions to make the grand significations (abstract), while, at a more restricted, situational (situated) level, it makes its own ground rules. »

réception par des activités de discussion, de partage, de création et de circulation des contenus culturels, contribuant à la diffusion et à la transformation des significations associées aux œuvres »¹¹⁷. L'appropriation ne se réduit donc pas à un décodage individuel du message : elle s'inscrit dans des usages socialement situés, où la circulation des contenus devient un espace de négociation du sens.

Partager un clip, commenter une scène ou relayer une image sur les réseaux sociaux constitue ainsi un acte à la fois expressif et relationnel, permettant aux publics de valoriser certains aspects de l'œuvre notamment esthétiques ou affectifs tout en en mettant d'autres à distance, en particulier sur le plan idéologique. Les appropriations par l'usage et la circulation apparaissent dès lors comme le prolongement concret des lectures négociées : elles inscrivent la construction du sens dans le temps, les interactions et les pratiques collectives des publics.

B) Lectures critiques et controverses

Au-delà des appropriations fondées sur l'identification et l'investissement affectif, la réception des images de pop féminisme donne également lieu à des lectures critiques explicites. Ces lectures déplacent l'analyse vers un registre normatif, dans lequel les œuvres sont évaluées au regard de critères féministes et deviennent des objets de débat, de désaccord et parfois de controverse dans l'espace public. La réception ne se définit alors plus principalement par les effets ressentis face aux images, mais par les jugements qu'elles suscitent et par les positions idéologiques qu'elles cristallisent.

Dans ce cadre, les images de pop féminisme ne produisent pas de significations stabilisées ou unanimement partagées. Comme le souligne Stuart Hall, « les codes de l'encodage et du décodage ne sont pas nécessairement parfaitement symétriques »¹¹⁸. Elles sont ainsi investies par des cadres analytiques différenciés, donnant lieu à des lectures concurrentes et parfois incompatibles. Les divergences portent à la fois sur la portée politique attribuée aux œuvres et sur la signification de leurs dispositifs visuels. Certaines interprétations mettent l'accent sur les limites de ces représentations, perçues comme ambiguës ou problématiques, tandis que d'autres soulignent leur capacité à déplacer certains imaginaires ou à rendre visibles des expériences

¹¹⁷ BOURDAA, Mélanie, op. cit., p. 37.

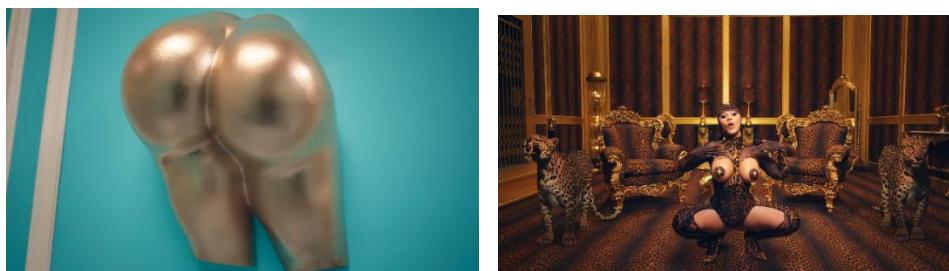
¹¹⁸ HALL, Stuart, op. cit., p.131. trad. Jessica Dufaud. Citation originale : « The codes of encoding and decoding may not be perfectly symmetrical.. »

marginalisées. Ces désaccords ne relèvent pas d'un simple malentendu ou d'une réception erronée, mais d'un conflit interprétatif structuré.

Dans cette perspective, la controverse n'apparaît pas comme un dysfonctionnement du processus communicationnel, mais comme une modalité ordinaire de la réception des objets médiatiques. Les désaccords interprétatifs constituent une dimension inhérente à la circulation des images, en particulier lorsque celles-ci mobilisent des référentiels idéologiques fortement investis politiquement. La réception devient ainsi un espace de confrontation symbolique où se négocient les significations, les valeurs et les normes associées aux représentations proposées.

Le clip *WAP* réunit plusieurs figures féminines de la pop et du hip-hop contemporains, dont Kylie Jenner, Rosalía, Normani, Rubi Rose, Latto et Sukihana, renforçant à la fois son caractère spectaculaire et sa visibilité médiatique. Cette mise en scène collective a toutefois contribué à l'intensification des controverses entourant le clip. En raison de son contenu jugé sexuellement explicite et de la « vulgarité » qui lui a été reprochée. La journaliste Violaine Schütz dans son article *Pourquoi il y aura un avant et un après "WAP" de Cardi B et Megan Thee Stallion* publiée en ligne sur *Les Inrockuptibles* elle écrit.

« Depuis, pas un jour ne passe sans que le clip ou la chanson ne fassent parler d'eux. [...] Chaque référence symbolique est décortiquée par les réseaux sociaux. [...] À l'approche de la présidentielle américaine, James Bradley, Républicain de Los Angeles, a tweeté : "*WAP* (que j'ai entendu par hasard) m'a donné envie de me verser de l'eau bénite dans les oreilles." » ¹¹⁹



Annexe 3, fig. 42 : Extraits du clip *Wap* feat. *Megan Thee Stallion* de Cardi B

WAP ne s'exprime pas uniquement dans les discours critiques, mais s'inscrit également dans des dispositifs institutionnels de régulation qui participent à la construction du sens et

¹¹⁹ SCHÜTZ, Violaine, « Pourquoi il y aura un avant et un après *WAP* de Cardi B et Megan Thee Stallion », *Les Inrockuptibles*, 8 septembre 2020, en ligne : <https://www.lesinrocks.com/cheek/wap-cardi-b-sexe-feminisme-rap-308268-08-09-2020/> (consulté le 14 mars 2026).

matérialisent les tensions normatives liées aux images de pop féminisme. La référence explicite aux « conservateurs américains » et à la réaction de James Bradley inscrit la controverse dans un espace idéologique polarisé, où le clip devient un support de projection de conflits moraux et politiques plus larges. La réaction citée ne vise pas à analyser l'œuvre, mais à produire un jugement normatif, mobilisant un registre religieux et moral. Cette prise de parole illustre la manière dont *WAP* est perçu comme symptôme d'un désordre culturel, dépassant largement la sphère musicale.

Concernant le Pop féminisme, cette conflictualité est particulièrement marquée. Le féminisme constitue en effet un champ théorique et militant traversé par une pluralité de courants, de traditions et de désaccords internes. Comme le souligne Angela McRobbie, « ce que signifie le féminisme varie littéralement d'une féministe à l'autre, sans que cette diversité ne réduise pour autant sa portée, bien au contraire »¹²⁰ Les images qui se réclament du féminisme populaire ne peuvent donc être appréhendées à partir d'une norme unique ou stabilisée.

Ces différenciations interprétatives se manifestent de manière particulièrement visible chez les publics disposant de ressources critiques et théoriques permettant d'interroger les images au-delà de leur impact immédiat. L'entretien réalisé avec Mélissa Gérard-Menteste, permet d'éclairer cette pluralité des lectures féministes critiques. Son discours témoigne d'une réception informée par une socialisation académique aux théories féministes et aux *cultural studies*, favorisant une posture réflexive à l'égard des productions de la culture populaire.

Cette conflictualité de la réception peut être analysée comme un travail d'évaluation interne aux dispositifs médiatiques. Les lectures critiques ne se situent pas en dehors des images de pop féminisme, mais s'inscrivent dans les mêmes cadres symboliques, tout en interrogeant les présupposés, les effets et les contradictions.

¹²⁰ MCROBBIE, Angela, op. cit., p.60. trad. Jessica Dufaud. Citation originale: « what feminism actually means varies, literally, from one self-declared feminist to the next, but this does not reduce its field of potential influence, quite the opposite. »

La critique ne prend pas nécessairement la forme d'un rejet frontal ou d'une opposition explicite ; elle peut également se manifester par des prises de distance ponctuelles, des réserves argumentées ou des réinterprétations partielles des représentations proposées.

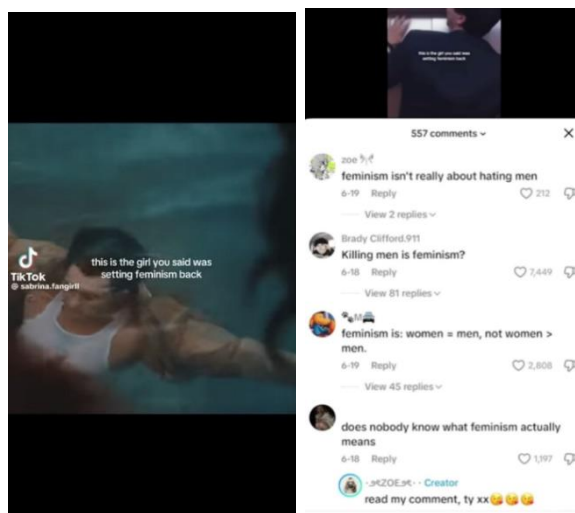
La pochette de l'album *Man's Best Friend* de Sabrina Carpenter, révélée en juin 2025, a déclenché une polémique intense, nourrie notamment par l'accusation selon laquelle elle ferait reculer le féminisme. L'image, qui montre la chanteuse à quatre pattes tandis qu'un homme en costume lui tire les cheveux.



Annexe 3, fig. 43 : Pochette de l'album *Man's Best Friend* de Sabrina Carpenter

Une mise en scène renforcée par le titre de l'album, qui fait écho à l'expression désignant le chien comme « le meilleur ami de l'homme ». Pour de nombreux internautes, critiques culturels et associations féministes, cette image renverrait à des stéréotypes sexistes, véhiculant une représentation dégradante des femmes et banalisant des rapports de domination, d'autant plus mal perçus dans un contexte politique et social tendu autour des droits des femmes. À l'inverse, une partie du public et de la presse a défendu la pochette comme une satire consciente des codes misogynes, voire comme une critique du regard masculin et de l'hypersexualisation imposée aux artistes féminines

En réaction à ces accusations, un exemple d'un edits TikTok mobilisent des extraits de clips dans lesquels Sabrina Carpenter met en scène des hommes qu'elle tue, élimine ou ridiculise. Ces images sont utilisées comme un véritable plaidoyer visuel : elles visent à montrer que l'univers artistique de la chanteuse relèverait davantage de la satire que de la glorification de la soumission féminine. Le texte superposé « C'est cette fille que vous accusiez de faire reculer le féminisme. » des scènes de domination inversée, présentées comme une critique ironique de la masculinité toxique.



Annexe 3, fig. 44 : Pochette de l'album *Man's Best Friend* de Sabrina Carpenter

Cet exemple illustre pleinement l'idée selon laquelle la réception d'une œuvre ne s'arrête pas à sa consommation initiale. À travers la circulation sur TikTok, la discussion dans les commentaires et la production d'édits, les publics prolongent et reconfigurent le sens des images. L'édit devient ainsi un outil d'argumentation et un espace de négociation symbolique, où l'œuvre est mobilisée pour défendre une position idéologique. Ce cas montre comment les pratiques de partage et de création participent activement à la transformation des significations associées aux œuvres culturelles contemporaines.

Ces interprétations ne relèvent donc pas d'une réception homogène, mais s'inscrivent dans des expériences situées à partir desquelles les publics construisent du sens en sélectionnant ce qui leur paraît le plus signifiant. Les œuvres deviennent ainsi des supports de reconnaissance symbolique, permettant aux individus de se projeter, de se sentir concernés ou légitimés, sans pour autant adhérer à l'ensemble du discours qu'elles véhiculent.

Dans cette perspective, la réception critique apparaît comme un processus dynamique, inscrit dans le temps, et susceptible d'évoluer en fonction des contextes sociaux, des savoirs mobilisés et des expériences personnelles des individus. Les controverses qui émergent autour des images de pop féminisme témoignent ainsi moins d'une instabilité intrinsèque du message que d'une instabilité des cadres interprétatifs eux-mêmes, étroitement liés aux débats contemporains sur les définitions du féminisme, de la représentation et du politique.

Ces controverses révèlent par ailleurs une politisation accrue de la réception des images de pop féminisme. Le débat ne porte plus uniquement sur les œuvres en tant qu'objets culturels, mais sur ce qu'elles sont autorisées à représenter, sur les attentes normatives projetées sur

certaines figures médiatiques, et sur la légitimité de certaines formes de mise en scène dans l'espace public. Les images deviennent ainsi des supports de projection de conflits idéologiques plus larges, qui excèdent largement leur contenu propre.

Dans cette perspective, les lectures critiques et les controverses ne constituent pas une limite de la réception du pop féminisme, mais l'un de ses révélateurs majeurs. Elles rendent visibles les tensions internes qui traversent les féminismes contemporains et mettent en lumière le caractère fondamentalement disputé des significations produites par les images de la culture populaire. Loin de produire un consensus interprétatif, ces images participent à la constitution d'un espace public conflictuel, dans lequel se rejouent les définitions légitimes du politique et du féminisme dans l'économie contemporaine des images.

III.3. Pop féminisme : *Empowerment* et autonomie

A) Empowerment et sexualisation

À partir du constat d'une réception fondamentalement conflictuelle des images de pop féminisme, il est possible de déplacer l'analyse vers les effets produits par ces représentations sur les publics, et plus particulièrement vers les notions d'*empowerment* et d'autonomie. Le pop féminisme ne se limite pas à susciter des débats ou des désaccords idéologiques ; il agit également sur un registre plus intime et expérientiel, en proposant des modèles de subjectivité, de puissance et de rapport au corps susceptibles d'être investis par les spectateur·rices. En ce sens, il s'inscrit pleinement dans une économie affective de la culture populaire, où les images fonctionnent comme des ressources symboliques capables de produire des sentiments de reconnaissance, de confiance et de légitimité.

L'*empowerment* qui se déploie dans le pop féminisme ne relève donc pas uniquement d'un projet politique collectif ou d'une stratégie militante explicite. Il se manifeste avant tout comme une expérience vécue, subjective et affective : se sentir fort·e, visible, assuré·e ou légitime à travers l'identification à des figures médiatiques présentées comme puissantes et autonomes. Cet *empowerment* repose largement sur des mécanismes d'identification, de plaisir esthétique, d'admiration ou d'inspiration, plus que sur l'adhésion consciente à un corpus théorique féministe. Comme l'a montré la chercheuse Janice Radway dans son analyse des pratiques de

lecture, les lectrices construisent l'acte de lecture lui-même comme une forme de subjectivation et de puissance individuelle.

« C'est la manière dont les lectrices conçoivent l'acte même de la lecture romanesque comme une "*déclaration d'indépendance*" qui m'a conduite à comprendre que la signification de leurs usages médiatiques est multiple, située et traversée de contradictions internes. »¹²¹

Il s'agit moins d'un savoir politique formalisé que d'un ressenti, inscrit dans le corps et dans les émotions. Cette citation montre que la puissance ressentie ne provient pas d'un contenu féministe explicite, mais de l'appropriation subjective de l'acte de réception lui-même. En parlant de « déclaration d'indépendance », elle désigne une autonomie vécue, affective et située, qui se construit dans l'expérience plutôt que dans l'adhésion idéologique. Le caractère « multiple » et « contradictoire » de ces usages permet ainsi de penser un *réel* dans ses effets subjectifs, mais fondamentalement ambivalent, ce qui éclaire le fonctionnement du pop féminisme comme féminisme du ressenti et de l'identification.

Dans cette perspective, le pop féminisme agit comme une médiation entre des idéaux féministes et des expériences individuelles. Les images proposées ne fonctionnent pas uniquement comme des discours normatifs, mais comme des supports d'investissement affectif permettant aux publics de se projeter dans des figures de féminité. Comme l'a montré la théoricienne des *cultural studies* Ien Ang dans ses travaux sur la réception des cultures populaires, l'efficacité de ces représentations repose moins sur la transmission d'un savoir politique que sur la reconnaissance d'une expérience vécue : « ce qui est reconnu comme réel n'est pas une connaissance du monde, mais une expérience subjective du monde : une "structure de sentiment" »¹²² L'*empowerment* se déploie alors au niveau du ressenti, de l'identification et de l'émotion partagée, plutôt que dans l'adhésion explicite à un corpus féministe théorisé.

Cette dimension expérientielle permet de comprendre l'attrait du pop féminisme, mais aussi les tensions qu'il suscite : ce qui est vécu comme empowerant par certain·es peut

¹²¹ RADWAY, Janice A., *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*, [1984], Chapel Hill, The University of North Carolina Press, trad. Jessica Dufaud, 1991, p.07. « it was the women readers' construction of the act of romance reading as a "declaration of independence" that surprised me into the realization that the meaning of their media use was multiply determined and internally contradictory »

¹²² ANG, Ien, *Watching Dallas*, Londres/Methuen, University Paperbacks, trad. Jessica Dufaud, 1985, p. 45. Citation originale : « what is recognized as real is not knowledge of the world, but a subjective experience of the world: a 'structure of feeling'. »

apparaître comme politiquement ambigu, voire problématique. Cette ambivalence renvoie à ce qu'Angela McRobbie décrit comme un féminisme désormais intégré aux normes culturelles dominantes, mais simultanément récusé dans sa portée critique et collective : «Le féminisme est pris en compte, mais seulement pour être montré comme n'étant plus nécessaire.»¹²³. L'adhésion subjective à des formes de féminité présentées comme autonomes ou libérées coexiste ainsi avec un affaiblissement des cadres politiques et structurels du féminisme.

Ces dynamiques ont des effets directs sur les représentations de la féminité produites dans ce cadre. Le pop féminisme valorise des figures féminines présentées comme autonomes, sûres d'elles et responsables individuellement de leur trajectoire et de leur image. Comme l'analyse Rosalind Gill, la sensibilité post féministe repose sur « la conception de la féminité comme une propriété corporelle [...] une emphase sur l'auto-surveillance et l'auto-discipline, ainsi qu'un accent mis sur l'individualisme, le choix et l'empowerment »¹²⁴. L'*empowerment* y est ainsi étroitement lié à la performance de soi, la maîtrise de l'apparence et la visibilité du corps devenant des indicateurs centraux de l'émancipation.

La citation de Rosalind Gill met en évidence la manière dont la sexualisation est intégrée au cadre post féministe à travers des pratiques d'auto-contrôle et de mise en conformité corporelle. En liant féminité, individualisme et auto-discipline, elle souligne que l'*empowerment* repose sur une performance visible de soi plutôt que sur une remise en cause des normes qui structurent ces représentations.

La sexualisation des corps féminins occupe une place centrale dans ces représentations. Loin d'être abandonnée, elle est fréquemment maintenue et requalifiée comme un choix personnel, une forme d'expression de soi et un signe d'émancipation. Rosalind Gill souligne en effet que les femmes ne sont plus présentées comme des objets sexuels passifs, mais comme des sujets actifs et désirants, « non pas simplement objectifiés, mais [...] choisissant de se

¹²³ MCROBBIE, Angela, op. cit., p. 17. trad. Jessica Dufaud. Citation originale: « Feminism is taken into account, but only to be shown to be no longer necessary. »

¹²⁴ GILL, Rosalind, op. cit., p. 04. trad. Jessica Dufaud. Citation originale: « These include the notion that femininity is a bodily property; [...] an emphasis upon self-surveillance, monitoring and self-discipline; a focus on individualism, choice and empowerment. » »

présenter de manière apparemment objectifiée parce que cela correspondrait à leurs intérêts présentés comme libérés »¹²⁵

L'analyse proposée par Rosalind Gill met en lumière un déplacement majeur des régimes de sexualisation dans la culture post féministe. La sexualisation n'est plus pensée comme une contrainte extérieure imposée aux femmes, mais comme un acte revendiqué, inscrit dans une logique de subjectivation et de choix. En présentant les femmes comme des « sujets sexuels actifs et désirants », la citation montre que la mise en scène du corps et de la sexualité est requalifiée comme une pratique volontaire, supposément alignée sur des intérêts dits « libérés ». Cette reconfiguration brouille la frontière entre émancipation et norme, en rendant la conformité aux codes sexuels dominants lisible comme une expression de pouvoir personnel.

Montrer son corps, mettre en scène sa sensualité ou affirmer son désir sont présentés comme des gestes de réappropriation, rompant avec des normes antérieures associant féminité, retenue et passivité. Dans cette logique, la sexualité devient un langage visuel et symbolique de *l'empowerment*.

Cette tension constitue l'un des points nodaux de l'ambivalence du pop féminisme. D'un côté, la sexualisation peut être investie comme une ressource de réappropriation subjective, permettant aux femmes de se présenter comme des sujets désirants, actifs et visibles. De l'autre, elle repose sur des codes esthétiques et des logiques marchandes largement préexistantes, qui conditionnent l'accès à la reconnaissance médiatique, dans la mesure où, comme le souligne Sarah Banet-Weiser, « pour que certaines images et pratiques deviennent visibles, d'autres doivent nécessairement être rendues invisibles »¹²⁶

Cette citation met en évidence le caractère fondamentalement non neutre de la visibilité dans les cultures médiatiques contemporaines. En affirmant que certaines images et pratiques n'accèdent à la reconnaissance qu'au prix de l'invisibilisation d'autres, elle souligne que la visibilité fonctionne comme un mécanisme de sélection et de hiérarchisation, inscrit dans des

¹²⁵ Ibid., p.10. trad. Jessica Dufaud. Citation originale: « Women are not straightforwardly objectified but are presented as active, desiring sexual subjects [...] who choose to present themselves in a seemingly objectified manner because it suits their liberated interests to do so. »

¹²⁶ BANET-WEISER, Sarah, op. cit., p.11. trad. Jessica Dufaud. Citation originale : « In order for some images and practices to become visible, others must be rendered invisible.»

rapports de pouvoir préexistants. La reconnaissance n'est donc pas simplement une question d'expression ou de présence, mais le résultat de dispositifs qui définissent ce qui est montrable, désirable et légitime, et ce qui doit rester en marge.

Le corps, même réapproprié, demeure alors pris dans des dispositifs de pouvoir qui en limitent la portée subversive. Comme l'a montré Pierre Bourdieu, sociologue majeur de l'analyse des rapports de domination, le pouvoir s'exerce moins par la contrainte directe que par des mécanismes symboliques incorporés, dès lors que « les effets et les conditions de l'efficacité de la domination symbolique sont durablement inscrits dans les corps sous forme de dispositions »¹²⁷

Donc la domination symbolique ne relève pas uniquement de cadres discursifs ou institutionnels, mais s'exerce à travers des dispositions incorporées qui orientent durablement les usages du corps. En ce sens, les pratiques corporelles ne peuvent être appréhendées indépendamment des rapports de pouvoir qui les façonnent et en conditionnent les effets.

Ces dynamiques doivent toutefois être mises en relation avec les contraintes différenciées qui pèsent sur les artistes, notamment en matière de sexualisation. Interrogée sur ce point, Gérard Mentest souligne que la sexualisation constitue fréquemment une norme pesante, en particulier pour les artistes racisées :

« Je pense que, pour les pop stars racisées, c'est une norme. Pour percer, il faut correspondre à l'image qu'on attend d'elles. [...] par rapport aux féminités plus blanches, je crois que la sexualisation est un peu moins forcée. C'est une image qui est un peu plus lisse et un peu plus conforme. Parce qu'il y a cette idée d'une féminité blanche qui est respectable. »

Cette analyse révèle une asymétrie structurelle des régimes de visibilité : toutes les féminités ne disposent pas des mêmes marges de manœuvre pour négocier leur image et leur rapport à la sexualisation. Certaines identités sont contraintes de se conformer à des attentes normatives plus strictes afin d'accéder à la reconnaissance médiatique, tandis que d'autres bénéficient d'une visibilité appuyée sur des formes perçues comme légitimes ou respectables.

¹²⁷ BOURDIEU, Pierre, *La domination masculine*, [1998], Paris, Éditions Seuil, 2016, p.36.

Ces observations rejoignent les travaux de Sarah Banet-Weiser sur le féminisme populaire dans une économie capitaliste de la visibilité, où les formes de féminisme les plus visibles sont celles qui sont les plus facilement compatibles avec le marché ¹²⁸. La sexualisation apparaît ainsi moins comme un choix individuel que comme une contrainte systémique, révélatrice de rapports de pouvoir imbriqués de genre et de race, qui conditionnent les possibilités mêmes de visibilité et de résistance. L'*empowerment* sexuel promu par le pop féminisme se révèle dès lors profondément ambivalent : s'il peut produire des effets subjectifs réels de puissance, de reconnaissance et de légitimité, il demeure étroitement encadré par des logiques marchandes qui limitent sa portée critique.

Loin de garantir une émancipation pleine et entière, l'*empowerment* du pop féminisme se présente dès lors comme une autonomie encadrée, conditionnelle et inégalement distribuée dans l'économie contemporaine des images. Il constitue moins une rupture radicale avec les rapports de pouvoir existants qu'un espace de négociation, au sein duquel les individus composent avec des normes parfois contradictoires. Cette ambivalence ouvre directement sur la question du contrôle de l'image, qui constitue l'enjeu central de la sous-partie suivante.

Cette distinction permet de mieux comprendre les ambivalences du pop féminisme contemporain. Celui-ci ne rompt pas avec les codes de la sexualisation, mais tente de les reconfigurer en les articulant à un discours d'agentivité et de choix. Toutefois, comme le montrent les contraintes structurelles précédemment évoquées, cette agentivité demeure profondément située et inégalement distribuée. La reconnaissance du corps féminin comme lieu de pouvoir et d'expression de soi peut ainsi coexister avec des formes persistantes d'objectivation et de normalisation, révélant les limites d'un *empowerment* largement inscrit dans l'économie marchande de la visibilité.

B) Autonomie et contrôle de l'image

Dans cette perspective, il est utile de revenir aux critères à partir desquels les représentations sexualisées ont historiquement été qualifiées de problématiques dans les analyses féministes des images de la culture populaire. Diane Railton et Paul Watson soulignent ainsi que

¹²⁸ BANET-WEISER, Sarah, op. cit., p.09. trad. Jessica Dufaud. Citation originale : « Popular feminism exists most spectacularly in an economy of visibility, »

« Dans le cas du clip musical, les images négatives et les formes de mauvaise représentation sont souvent celles identifiées comme des images sexuellement exploitantes, dans lesquelles les femmes sont représentées uniquement comme des corps ou des fragments de corps destinés à être regardés et désirés, plutôt que comme des agentes sociales dotées de désirs et de motivations propres. »¹²⁹

Les représentations jugées problématiques dans les clips musicaux sont généralement celles où les femmes sont réduites à des corps ou à des fragments de corps destinés à être regardés et désirés, plutôt qu'à des sujets sociaux dotés de désirs, de motivations et d'une véritable agentivité. Cette critique ne porte pas tant sur la présence de la sexualité en elle-même que sur le statut conféré aux femmes dans l'image : sont-elles présentées comme de simples objets de regard, ou comme des sujets capables d'agir, de se définir et de maîtriser leur représentation ? Cette question du statut et de l'agentivité se prolonge dans le débat sur l'autonomie des artistes féminines au sein de l'industrie musicale.

Lors d'un entretien, j'ai interrogé Gérard-Mentest sur la nature de cette autonomie dans la pop contemporaine : est-elle réelle, partielle, stratégique ou essentiellement symbolique ? Elle répond alors :

« Je pense que l'autonomie pure, c'est vraiment symbolique. Parce que je pense qu'à un certain stade, tu ne peux pas être cent pour cent autonome. [...] à partir du moment où tu commences à faire des clips, tu n'es pas autonome. Tu as besoin d'avoir une équipe, tu as besoin d'avoir des directeurs, tu as besoin d'avoir un label. [...] Et puis, tous les choix que tu vas faire vont être validés par ton label. [...] Je crois que c'est plutôt symbolique. Ça va être davantage l'image qu'elles vont envoyer Regardez, on est autonomes. Mais au final, je crois qu'elles ne sont pas vraiment autonomes.

L'entretien met au jour une dissociation nette entre l'autonomie affichée des artistes féminines et les conditions matérielles de production des images pop. L'inscription de la création musicale dans des dispositifs collectifs, industriels et hiérarchisés souligne que le pouvoir d'agir revendiquer relève avant tout d'un registre symbolique, étroitement encadré par des instances économiques et décisionnelles.

¹²⁹ RAILTON Diane, WATSON Paul, op. cit., p. 18. trad. Jessica Dufaud. Citation originale : In terms of music video, negative images and misrepresentations are often those that are identified as sexually exploitative images in which women are depicted simply as bodies or body parts to be observed and desired rather than social agents who have complex desires and drives of their own. »

La valorisation de l'autonomie apparaît ainsi comme une construction visuelle et discursive, rendue légitime dans un contexte où les marges de décision restent fortement conditionnées, négociées et validées par des structures extérieures.

Cette distinction permet de mieux comprendre les ambivalences du pop féminisme contemporain. Celui-ci ne rompt pas avec les codes de la sexualisation, mais tente de les reconfigurer en les articulant à un discours d'agentivité et de choix. Toutefois, comme le montrent les contraintes structurelles précédemment évoquées, cette agentivité demeure profondément située et inégalement distribuée.

La réussite personnelle, la confiance affichée et la visibilité médiatique apparaissent ainsi comme des marqueurs privilégiés de la puissance féminine contemporaine

L'autonomie promue par le pop féminisme contemporain apparaît avant tout comme une autonomie symbolique et stratégique, construite dans et par les dispositifs de visibilité médiatique. Elle ne se définit pas principalement par un pouvoir décisionnel effectif sur les conditions de production, mais par la capacité à se présenter comme autonome, à donner à voir une maîtrise de soi, de son corps et de son image. Comme le souligne Sarah Banet-Weiser, ces espaces sont aussi « des espaces qui rendent possible la visibilité du corps, qui demandent d'évaluer et de juger le corps, et qui fonctionnent comme des espaces de mise au pilori public »¹³⁰.

Cette formulation met en évidence le fait que les dispositifs de visibilité médiatique ne se contentent pas d'exposer les corps, mais organisent activement leur évaluation, leur jugement et leur mise en conformité. En soulignant que la visibilité s'accompagne de mécanismes de surveillance et de sanction symbolique, la citation montre que l'exposition du corps s'inscrit dans un régime normatif où être visible implique d'être mesurable, lisible et socialement validable. L'autonomie attribuée aux sujets visibles se construit ainsi dans un espace paradoxal : elle repose sur la maîtrise apparente de l'image de soi, tout en étant conditionnée par des attentes externes qui définissent ce qui est montrable, valorisé ou sanctionné.

¹³⁰ BANET-WEISER, Sarah, op. cit., p.27. trad. Jessica Dufaud. Citation originale : « These are also the spaces that enable visibility of the body, that ask users to evaluate and judge the body, that function as spaces for public shaming. »

Cette autonomie fonctionne ainsi comme une performance, lisible par le public, qui sert de preuve visuelle d'*empowerment*.

Dans ce cadre, l'autonomie devient un outil narratif et iconographique permettant de requalifier des pratiques historiquement perçues comme contraignantes notamment la sexualisation des corps féminins en actes de choix et d'affirmation individuelle. Comme l'écrit Rosalind Gill, « l'idée selon laquelle toutes nos pratiques seraient librement choisies est centrale dans les discours post féministes »¹³¹, construisant l'autonomie comme un attribut individuel détaché des rapports de pouvoir structurels.

La citation souligne une opération discursive centrale des cultures post féministes : la transformation de pratiques socialement situées en expressions supposées de la volonté individuelle. En insistant sur le caractère « librement choisi » des pratiques, elle met en lumière un cadrage qui déplace l'attention des rapports de pouvoir vers la responsabilité et l'initiative personnelles, instaurant l'autonomie comme norme de lecture des conduites féminines.

La mise en scène de l'indépendance, de la confiance ou du contrôle de l'image permet de maintenir les codes dominants de la visibilité tout en les inscrivant dans un discours féministe centré sur l'agentivité. L'autonomie ne réside donc pas tant dans la transformation des structures que dans la gestion symbolique de leur perception.

Cette forme d'autonomie joue un rôle stratégique central : elle rend compatibles les exigences de l'industrie culturelle en matière de rentabilité, de lisibilité et de désirabilité avec un discours d'émancipation féminine. Comme l'écrit Angela McRobbie, « des éléments du féminisme ont été pris en compte et pleinement intégrés dans la vie politique et institutionnelle », au point de fonctionner « comme une forme de substitut au féminisme »¹³²

¹³¹ GILL, Rosalind, op. cit., p. 13. Traduction Jessica Dufaud. Citation originale: « The notion that all our practices are freely chosen is central to postfeminist discourses which present women as autonomous agents no longer constrained by any inequalities or power imbalances whatsoever. »

¹³² BANET-WEISER, Sarah, op. cit., p.04. trad. Jessica Dufaud. Citation originale : « Elements of feminism have been taken into account and have been absolutely incorporated into political and institutional life.»

McRobbie met en lumière un déplacement central opéré par les cultures post féministes : le féminisme n'est pas rejeté frontalement, mais absorbé dans les cadres institutionnels et culturels dominants. Cette intégration sélective transforme un projet politique collectif en un ensemble de valeurs compatibles avec l'ordre existant, en particulier à travers un vocabulaire de l'autonomie, du choix et de l'initiative individuelle. Le fait que des éléments du féminisme soient « pris en compte » et « pleinement intégrés » indique moins un aboutissement émancipateur qu'un processus de reconfiguration, par lequel les rapports de pouvoir structurels cessent d'être interrogés au profit de récits individualisés de réussite et de liberté.

En ce sens, l'autonomie affichée ne supprime pas les contraintes structurelles qui encadrent la production des images pop, mais elle permet de les neutraliser discursivement, en les traduisant en récits de choix personnels.

Dans les clips musicaux associés au pop féminisme, l'autonomie se donne d'abord à voir à travers une mise en scène maîtrisée du corps, du regard et du désir. Les artistes y sont fréquemment représentées comme sûres d'elles, conscientes de leur image et actrices de leur propre sexualisation. Ces dispositifs visuels construisent une figure de sujet autonome, capable de se définir et de se représenter elle-même, sans pour autant rompre avec les normes esthétiques préexistantes ; comme le soulignent Diane Railton et Paul Watson, le clip musical tend ainsi à « (re)produire une image de femmes qui contrôlent leur propre corps, leurs désirs, leurs relations avec les hommes et leurs relations amicales entre femmes »¹³³

L'un des traits récurrents des représentations féminines dans les clips musicaux contemporains réside dans une construction qui repose sur une grammaire visuelle désormais stabilisée, qui associe maîtrise corporelle, assurance sexuelle et lisibilité identitaire, contribuant à faire de l'autonomie une qualité perceptible et valorisée. Toutefois, cette agentivité doit être comprise comme un effet de représentation : elle correspond à une performance symbolique de la liberté et du contrôle, inscrite dans des codes esthétiques et narratifs qui rendent cette autonomie visible et intelligible, sans nécessairement interroger les conditions matérielles et structurelles de son exercice.

¹³³ RAILTON Diane, WATSON Paul, op. cit., p. 18. trad. Jessica Dufaud. Citation originale : «The video (re)establishes an image of women who are in control of their own bodies, their own desires, their relationships with men and their friendships with women,»

Cependant, cette autonomie visible relève avant tout d'un registre symbolique. Les clips produisent une image d'indépendance et de maîtrise qui masque leur inscription dans des cadres industriels collectifs et hiérarchisés. L'autonomie affichée fonctionne ainsi moins comme un pouvoir décisionnel effectif que comme une image à projeter, reconnue comme légitime dans un système structuré par des rapports de pouvoir invisibilisés. Elle relève de ce que Pierre Bourdieu analyse comme des mécanismes de domination symbolique, fondés sur des actes de reconnaissance par lesquels les dominés contribuent eux-mêmes à la légitimation de l'ordre social qui les contraint « les actes de connaissance des dominés sont aussi des actes de reconnaissance et de soumission »¹³⁴

La reconnaissance apparaît ici comme une condition centrale de l'efficacité du pouvoir symbolique, en ce qu'elle engage les agents dans un rapport d'adhésion aux catégories mêmes qui organisent leur position. L'autonomie, lorsqu'elle se donne à voir et à reconnaître dans un espace structuré par des rapports de pouvoir, ne s'exerce pas en dehors de ces cadres : elle se construit à l'intérieur de normes de visibilité, de légitimité et de valorisation préexistantes. La reconnaissance n'annule pas la domination ; elle en constitue l'un des ressorts, en permettant l'expression de formes d'affirmation de soi compatibles avec la hiérarchie symbolique qui les encadre.

Ainsi, l'autonomie mobilisée par le pop féminisme apparaît comme située, négociée et inégalement distribuée. Elle s'inscrit dans un espace de négociation plus que de rupture, révélant les ambivalences constitutives d'un féminisme médiatisé où l'*empowerment* se déploie principalement dans le champ des représentations, sans nécessairement transformer les structures qui organisent la production des images et des carrières artistiques.

La réussite personnelle, la confiance affichée et la visibilité médiatique apparaissent ainsi comme des marqueurs privilégiés de la puissance féminine contemporaine

¹³⁴ BOURDIEU, Pierre, op. cit., p. 36.

Conclusion

Dans le prolongement des analyses menées tout au long de ce mémoire, il apparaît nécessaire de replacer les résultats obtenus dans une perspective plus large, attentive aux transformations structurelles du régime de visibilité contemporain. En effet, le développement des technologies numériques, associé à la généralisation des plateformes de diffusion telles que YouTube, TikTok ou Instagram, a profondément modifié les conditions de circulation des images. Cette évolution ne se limite pas à une simple transformation des supports techniques : elle engage une reconfiguration plus profonde des modalités de production, de diffusion et de réception des contenus audiovisuels.

Dans ce contexte, le clip musical a connu une mutation significative qui justifie pleinement son analyse en tant qu'objet central de la culture visuelle contemporaine. Longtemps considéré comme un outil promotionnel secondaire, dépendant des circuits traditionnels de diffusion musicale, il s'impose aujourd'hui comme un dispositif stratégique au cœur de l'économie culturelle globale. Il ne se contente plus d'accompagner la musique : il participe activement à la construction des identités médiatiques, à la mise en circulation des représentations et à la structuration des imaginaires collectifs à grande échelle.

Dans cette perspective, la problématique qui a guidé cette recherche **comment le pop féminisme se manifeste-t-il dans les clips pop contemporains, et dans quelle mesure ces représentations participent-elles à la fois à la redéfinition et à la reproduction des normes de genre ?** prend une dimension particulière. Elle ne peut être dissociée des mutations du paysage médiatique actuel, dans lequel la visibilité occupe une place centrale.

Le travail développé au sein de ce mémoire permet de revenir de manière détaillée sur les hypothèses formulées en introduction, afin d'en évaluer la pertinence et les limites à la lumière du corpus étudié. Plus qu'une simple validation ou invalidation, cette mise à l'épreuve révèle la complexité des dynamiques à l'œuvre dans les clips pop contemporains, ainsi que les tensions qui structurent les formes actuelles du pop féminisme.

Afin de répondre à la problématique posée dans ce mémoire, il a été nécessaire de formuler un ensemble d'hypothèses permettant d'orienter l'analyse et de structurer la réflexion. Ces hypothèses s'inscrivent dans un cadre théorique qui considère les clips musicaux non seulement

comme des objets esthétiques ou promotionnels, mais comme des dispositifs culturels complexes, capables de produire, diffuser et transformer des représentations sociales. Dans ce contexte, elles ne doivent pas être envisagées comme de simples propositions à valider ou à invalider, mais comme des outils d'analyse permettant de saisir les logiques à l'œuvre dans la mise en scène contemporaine du féminin.

La première hypothèse repose sur l'idée que les clips pop contemporains constituent des espaces privilégiés de mise en scène de l'*empowerment* féminin. Cette hypothèse s'inscrit dans un contexte où la culture visuelle occupe une place centrale dans la construction des identités. Le clip musical, en tant que format court, intensément visuel et hautement diffusé, offre aux artistes une visibilité importante et un contrôle relatif sur leur image. À travers ce dispositif, les figures féminines ne sont plus seulement présentées comme objets du regard, mais comme des sujets capables d'occuper l'espace médiatique et d'y exercer une forme de pouvoir.

Ce pouvoir se manifeste à plusieurs niveaux. Il s'incarne d'abord dans la centralité de l'artiste, qui devient le point focal de l'image, contrôlant à la fois la narration, l'esthétique et le rythme du clip. Il se manifeste également dans la mise en scène du corps, qui n'est plus seulement exposé, mais performé, maîtrisé et revendiqué. Enfin, il s'exprime dans la capacité de l'artiste à produire une image cohérente et reconnaissable, participant ainsi à la construction de sa *persona* médiatique. Cette hypothèse conduit donc à considérer les clips comme des espaces d'affirmation de soi, où la féminité peut être associée à la puissance, à l'autonomie et à la maîtrise de l'image.

Cependant, cette première hypothèse ne peut être pleinement comprise sans être mise en relation avec la seconde, qui constitue un élément central de la réflexion développée dans ce mémoire. Cette deuxième hypothèse repose sur l'idée que les formes d'*empowerment* observées dans les clips pop sont traversées par une tension structurelle entre discours d'émancipation et logiques industrielles. En effet, les clips ne sont pas des productions autonomes ; ils s'inscrivent dans des industries culturelles soumises à des impératifs économiques, médiatiques et technologiques.

Les conditions de production et de diffusion des clips influencent directement leurs formes. Les plateformes numériques imposent des contraintes spécifiques, liées notamment à la nécessité de capter rapidement l'attention et de favoriser l'engagement des publics. Dans ce

contexte, les contenus doivent être immédiatement compréhensibles, visuellement attractifs et facilement partageables. Cette logique favorise des formes d'expression qui privilégient l'efficacité visuelle et la lisibilité, au détriment d'une complexité discursive plus élaborée.

Dès lors, le pop féminisme apparaît comme un phénomène profondément inscrit dans les logiques du système médiatique dans lequel il se déploie. Il ne s'agit pas d'un discours extérieur aux industries culturelles, mais d'une forme de féminisme adaptée à leurs contraintes. Cette hypothèse permet ainsi de mettre en évidence le caractère ambivalent de l'*empowerment* médiatisé : celui-ci constitue à la fois une forme d'affirmation et une adaptation aux normes de visibilité.

La troisième hypothèse prolonge cette réflexion en s'intéressant à la nature des représentations du féminin produites par les clips. Elle postule que les clips pop contemporains participent à une reconfiguration des modèles de féminité, en proposant une pluralité de figures. Cette diversité constitue un élément particulièrement important, dans la mesure où les représentations médiatiques jouent un rôle central dans la construction des imaginaires sociaux.

L'analyse du corpus montre en effet que les clips mettent en scène des formes variées de féminité : puissance collective, autonomie individuelle, sexualité revendiquée, affirmation identitaire ou encore valorisation de la diversité des corps et des identités. Cette pluralité permet d'élargir les modèles de féminité visibles dans la culture populaire, en proposant des figures qui ne se limitent plus aux stéréotypes traditionnels.

Cependant, cette diversification ne s'accompagne pas nécessairement d'une rupture avec les normes dominantes. Elle s'inscrit plutôt dans un processus de recomposition, dans lequel coexistent des éléments de transformation et de continuité. Les nouvelles figures féminines restent souvent inscrites dans des cadres esthétiques spécifiques, qui valorisent certains types de corps, certaines formes de performance ou certaines modalités de visibilité. Cette hypothèse permet donc de penser la reconfiguration du féminin comme un processus complexe, marqué par des tensions entre innovation et reproduction.

Enfin, la quatrième hypothèse porte sur les modalités d'expression du pop féminisme dans les clips. Elle affirme que celui-ci se manifeste principalement à travers des dispositifs visuels, qui jouent un rôle central dans la production de sens. Contrairement à d'autres formes de

discours féministes, qui reposent sur l'argumentation ou la théorisation, le pop féminisme dans les clips s'exprime avant tout par l'image, la performance et la mise en scène.

Les choix de cadrage, les chorégraphies, les jeux de lumière, les costumes ou encore les décors participent à la construction des significations. Ces éléments ne se contentent pas d'illustrer un discours : ils en constituent le mode d'expression principal. L'image devient ainsi un vecteur de communication particulièrement efficace, capable de transmettre des messages de manière rapide et intuitive.

Toutefois, cette efficacité visuelle implique également des limites. Le passage par l'image transforme des enjeux complexes en signes simplifiés, facilement identifiables et partageables. Cette transformation favorise la diffusion du pop féminisme, mais peut également en réduire la portée critique, en privilégiant des formes de représentation plus consensuelles.

Dans leur ensemble, ces quatre hypothèses permettent de structurer l'analyse en mettant en évidence les dimensions essentielles du phénomène étudié : l'affirmation de l'*empowerment*, les contraintes industrielles, la reconfiguration des représentations et le rôle des dispositifs visuels. Elles montrent que le pop féminisme ne peut être envisagé comme un phénomène homogène, mais comme un espace de tensions, dans lequel se rencontrent des logiques diverses.

Ainsi, l'étude des hypothèses ne conduit pas à des conclusions simples, mais à une compréhension nuancée du phénomène. Le pop féminisme apparaît comme un processus dynamique, en constante évolution, qui se construit à la croisée des pratiques artistiques, des logiques médiatiques et des transformations sociales contemporaines.

Dans un environnement saturé d'images, l'enjeu ne réside plus uniquement dans la production de contenus, mais dans leur capacité à être vus, reconnus et partagés. La visibilité devient ainsi simultanément un facteur de pouvoir et une source de contrainte, structurant en profondeur les possibilités d'expression des artistes.

Le clip musical doit ainsi être envisagé comme un objet inscrit dans un écosystème médiatique interconnecté, caractérisé par la continuité des flux et la multiplicité des interactions. Les images ne circulent plus selon une logique linéaire et stable, mais s'inscrivent dans un mouvement permanent où elles sont produites, diffusées, transformées et réappropriées

par des publics diversifiés. Cette dynamique transforme leur statut : le clip devient un objet ouvert, évolutif, dont la signification est constamment reconfigurée en fonction des contextes d'usage et des modalités de réception.

C'est dans ce cadre qu'il convient d'analyser les formes contemporaines du pop féminisme. L'étude du corpus permet tout d'abord de confirmer la première hypothèse du mémoire, selon laquelle les clips pop contemporains constituent des espaces privilégiés de mise en scène de l'*empowerment* féminin. Les artistes y occupent une position centrale, maîtrisent leur image et produisent activement leur propre représentation.

Elles apparaissent ainsi comme des sujets du regard, capables de structurer l'espace visuel et de redéfinir les modalités de leur visibilité. Dans *Woman* de Doja Cat, par exemple, la mise en scène d'un univers féminin collectif et souverain témoigne d'une volonté de déplacer les rapports de pouvoir traditionnels. Dans *God Is a Woman*, Ariana Grande mobilise une iconographie ambitieuse pour construire une figure féminine centrale, tandis que dans *Body*, Megan Thee Stallion affirme une corporalité active et maîtrisée.

Toutefois, ces formes d'affirmation ne peuvent être dissociées des conditions médiatiques dans lesquelles elles s'inscrivent. La seconde hypothèse du mémoire, relative à la tension entre discours d'émancipation et logiques industrielles, apparaît ici déterminante. Les plateformes numériques jouent un rôle structurant dans la hiérarchisation de la visibilité. Elles favorisent des contenus immédiatement lisibles, visuellement marquants et susceptibles de générer un fort engagement. Cette contrainte influence directement les choix esthétiques et narratifs des artistes.

Ainsi, des clips comme *Espresso* de Sabrina Carpenter ou *Body* de Megan Thee Stallion illustrent cette adaptation aux logiques de viralité. Les chorégraphies, les cadrages ou les séquences visuelles sont pensés pour être facilement appropriés, partagés et reproduits. Il en résulte une forme d'esthétisation du féminisme, qui privilégie l'efficacité visuelle au détriment d'une complexité discursive plus approfondie.

Cette articulation entre visibilité et contrainte est particulièrement éclairée par le discours de Taylor Swift lors de la cérémonie *Woman of the Decade* en 2019 :

« Les artistes féminines dans la musique ont dominé cette décennie [...]. Alors pourquoi réussissons-nous aussi bien ? [...] Les femmes dans la musique, sur scène comme en coulisses, n'ont pas le droit de se reposer : on nous impose des standards plus élevés, parfois presque impossibles à atteindre. [...] On dirait que la pression qui aurait pu nous écraser nous a transformées en diamants à la place. »¹³⁵

Ce passage met en évidence un paradoxe central : loin de conduire à une disparition des contraintes, la visibilité accrue des femmes s'accompagne d'une intensification des exigences. L'*empowerment* apparaît ainsi comme conditionné par une capacité à répondre en permanence à des standards élevés. Le pouvoir féminin devient indissociable d'une performance continue, inscrite dans les logiques du système médiatique.

Dans le même temps, l'analyse confirme la troisième hypothèse du mémoire, selon laquelle les clips participent à une reconfiguration des représentations du féminin. Les figures proposées sont multiples : puissance collective, autonomie individuelle, sexualité assumée, affirmation identitaire. Cette diversité constitue un apport majeur du pop féminisme. Toutefois, elle ne s'accompagne pas nécessairement d'une remise en cause des normes dominantes, mais plutôt d'une recomposition de celles-ci. C'est précisément dans cette coexistence entre transformation et continuité que se situent les limites du phénomène étudié.

La première limite concerne la persistance de normes esthétiques fortes. Les représentations proposées restent largement encadrées par des critères de beauté, de maîtrise et de performance. Même lorsque la diversité est mise en avant, elle s'inscrit dans des formats visuels codifiés, qui tendent à homogénéiser les différences.

La deuxième limite réside dans la transformation du féminisme en langage visuel simplifié. En se traduisant sous forme d'images et de symboles, il devient plus accessible, mais perd partiellement sa dimension critique. Cette simplification favorise sa diffusion, tout en réduisant sa portée politique.

La troisième limite tient à l'inscription du pop féminisme dans une logique économique. Les formes d'*empowerment* mises en avant valorisent souvent la réussite individuelle et l'autonomie personnelle, au détriment d'une réflexion sur les structures sociales. Dans certains

¹³⁵ BILLBOARD, « Taylor Swift Accepts Woman of the Decade Award | Women In Music », YouTube, 13 décembre 2019. Disponible sur : <https://youtu.be/ZVpkFb9-fts> (consulté le 01/05/2026).

cas, comme *dans Espresso*, le pouvoir féminin est associé à des logiques de consommation, révélant l'influence des modèles néolibéraux.

La quatrième limite concerne la distribution inégale de la visibilité. Certaines formes de féminité dominent l'espace médiatique, tandis que d'autres restent marginalisées, ce qui limite la représentativité du phénomène.

Enfin, la question de la réception introduit une cinquième limite importante. Bien que les publics participent activement à la circulation des images, leurs pratiques restent encadrées par les dispositifs techniques des plateformes. La viralité ne garantit pas la diversité des interprétations, mais tend à privilégier les contenus les plus normés.

Au-delà de ces constats, ce travail ouvre des perspectives de réflexion plus larges. L'évolution rapide des technologies médiatiques, notamment l'essor de TikTok et des outils liés à l'intelligence artificielle, invite à interroger les transformations futures des formes visuelles et discursives du féminisme dans la culture populaire. Ces mutations pourraient redéfinir la place du corps, de l'image et de l'identité dans les productions culturelles.

Les publics eux-mêmes occupent une place croissante dans ces transformations. En participant à la production, à la circulation et à la transformation des images, ils contribuent à faire du pop féminisme un phénomène collectif et dynamique. Toutefois, cette participation s'inscrit dans des structures qui continuent d'organiser la visibilité et d'en réguler l'accès.

Dans cette perspective, l'ensemble des résultats développés au sein de ce mémoire invite à dépasser une lecture simplifiée du pop féminisme pour en saisir toute la complexité. Loin de constituer une catégorie homogène ou stabilisée, celui-ci doit être appréhendé comme un processus dynamique, inscrit dans des transformations plus larges de la culture médiatique contemporaine. Les analyses menées mettent en évidence un phénomène profondément ambivalent, qui ne peut être réduit ni à une simple manifestation d'émancipation ni à une récupération purement commerciale par les industries culturelles.

Il apparaît au contraire comme un espace de tension structurant, dans lequel se croisent et s'articulent des logiques multiples, parfois contradictoires.

D'une part, le pop féminisme participe à une reconfiguration des représentations du féminin, en rendant visibles des figures jusque-là marginalisées ou invisibilisées. Il ouvre des espaces d'identification, propose de nouveaux récits et contribue à la diffusion de discours liés à l'autonomie, à la sororité ou encore à la réappropriation du corps.

À travers les dispositifs visuels des clips, les artistes investissent l'image comme un outil de production de sens, capable de transformer les cadres traditionnels du regard et de proposer d'autres modalités de représentation.

D'autre part, cette dynamique s'inscrit dans un environnement médiatique marqué par des contraintes fortes, liées aux logiques économiques, techniques et algorithmiques qui structurent la circulation des contenus. Les formes d'*empowerment* visibles ne peuvent être dissociées de ces conditions de production et de diffusion, qui orientent les esthétiques, sélectionnent les contenus et déterminent les modalités d'accès à la visibilité. Cette situation génère une tension constante entre affirmation de nouvelles formes de subjectivité et adaptation aux normes dominantes de la culture médiatique.

Cette tension traverse également les dimensions esthétiques, corporelles et narratives des clips analysés. Si les images proposées contribuent à diversifier les représentations du féminin, elles s'inscrivent simultanément dans des cadres visuels normatifs, qui tendent à homogénéiser les formes d'expression. Le pouvoir féminin, dans ce contexte, apparaît souvent conditionné par des exigences de lisibilité, de performance et de désirabilité, révélant ainsi les limites de l'émancipation médiatisée.

Par ailleurs, l'intégration du féminisme dans les industries culturelles entraîne une transformation de ses modalités d'expression. En devenant un langage visuel largement diffusé, le féminisme gagne en visibilité et en accessibilité, mais se trouve également soumis à des processus de simplification et de stylisation, qui peuvent en atténuer la portée critique. Cette évolution invite à repenser le féminisme non seulement comme un ensemble de revendications politiques, mais aussi comme un ensemble de pratiques médiatiques, inscrites dans des logiques de circulation spécifiques.

Ainsi, le pop féminisme se déploie dans un espace intermédiaire, situé entre transformation et reproduction, entre affirmation et normalisation, entre innovation symbolique et contraintes

structurelles. Il met en lumière les relations complexes entre pouvoir, représentation et visibilité, en montrant que ces dimensions ne peuvent être dissociées les unes des autres. Plus largement, il révèle la manière dont la culture médiatique contemporaine participe à la fabrication des imaginaires sociaux, en configurant les formes mêmes de ce qui peut être vu, dit et reconnu.

Dès lors, l'étude du pop féminisme ne peut se limiter à une opposition binaire entre domination et résistance. Elle doit être envisagée comme l'analyse d'un champ de pratiques et de significations, au sein duquel se négocient en permanence les modalités du pouvoir symbolique. Ce champ apparaît comme un espace en mouvement, traversé par des forces multiples, où les représentations ne cessent d'être produites, transformées et redéfinies.

L'ensemble des analyses menées dans ce mémoire montre que les clips musicaux constituent un espace central de mise en scène du pop féminisme, à la croisée des logiques artistiques, médiatiques et économiques. Dans cet environnement structuré par la visibilité, les artistes apparaissent comme des sujets actifs de leur propre représentation, mobilisant l'image, la performance et la narration pour affirmer une forme de pouvoir et s'inscrire durablement dans l'espace médiatique contemporain.

Cependant, cette mise en visibilité ne peut être envisagée comme un processus d'émancipation univoque. Elle s'inscrit dans un cadre contraint, organisé par les logiques des industries culturelles et par les exigences de circulation propres aux plateformes numériques. L'un des apports majeurs de ce travail réside ainsi dans la mise en évidence du caractère profondément ambivalent du pop féminisme, pris dans une tension constante entre affirmation de nouvelles formes de subjectivité et adaptation aux normes de visibilité.

Dans ce contexte, l'analyse met en évidence non pas l'émergence d'un féminin unique, mais bien une pluralité de formes du féminin. Les clips étudiés donnent à voir des féminités multiples, qui prennent des formes variées : puissance collective, autonomie individuelle, sexualité revendiquée, affirmation identitaire ou encore valorisation de certaines appartenances culturelles et raciales. Cette diversité constitue un élément central du pop féminisme contemporain, dans la mesure où elle contribue à élargir les cadres de représentation et à proposer de nouvelles possibilités d'identification.

Toutefois, cette pluralité des féminins ne doit pas être confondue avec une remise en cause totale des normes. Les formes de représentation observées restent largement encadrées par des exigences esthétiques et médiatiques spécifiques, qui privilégient certaines modalités de visibilité. Les corps féminins, même dans leur diversité apparente, sont souvent soumis à des critères de lisibilité, de performance et de désirabilité qui limitent l'ampleur des transformations possibles. Ainsi, les féminités mises en scène ne sont pas libres de toute contrainte, mais s'inscrivent dans des cadres qui orientent leur apparition et leur circulation.

Dès lors, le pop féminisme apparaît moins comme un espace de rupture que comme un espace de recomposition, dans lequel se déploient des formes plurielles du féminin. Ces féminités ne sont ni totalement subversives, ni entièrement conformes aux normes dominantes : elles se situent dans un entre-deux, où elles participent à la fois à leur transformation et à leur reproduction.

En ce sens, ce mémoire propose une lecture nuancée du phénomène, en montrant que le pop féminisme ne renvoie pas à une définition stable du féminin, mais à un ensemble de pratiques et de représentations en constante évolution. Les féminités qui s'y expriment se construisent à travers les dispositifs médiatiques, dans un processus dynamique d'ajustement aux normes de visibilité.

Elles se développent ainsi dans un espace de négociation, où se croisent des logiques parfois contradictoires entre affirmation de nouvelles subjectivités, contraintes médiatiques et cadres esthétiques dominants. Le pop féminisme apparaît dès lors comme un phénomène ambivalent, révélateur des transformations contemporaines de la culture médiatique et des conditions dans lesquelles se redéfinissent les formes du pouvoir féminin.

Ainsi, le pop féminisme dans les clips musicaux contemporains ne constitue ni une simple émancipation ni une pure récupération, mais un espace de tension où se redéfinissent, au cœur de la culture médiatique, les formes contemporaines du pouvoir féminin. Dès lors, dans quelle mesure ces formes de visibilité médiatique permettent-elles réellement de transformer les rapports de pouvoir qu'elles semblent contester ?

CORPUS

BEYONCÉ, *Brown Skin Girl*. Jenn Nkiru. Parkwood Entertainment / Columbia Records, 2020.

Lien : <https://youtu.be/vRFS0MYTC1I?list=RDvRFS0MYTC1I>

DOJA CAT, *Woman*. Child. RCA Records, 2021.

Lien : <https://youtu.be/yxW5yuzVi8w>

CARPENTER, Sabrina, *Espresso*. Dave Meyers. Island Records, 2024.

Lien : <https://youtu.be/eVli-tstM5E?list=RDeVli-tstM5E>

- GRANDE, Ariana, *God Is a Woman*. Dave Meyers. Republic Records, 2018.

Lien: <https://youtu.be/kHLHSIExFis?list=RDkHLHSIExFis>

MEGAN THEE STALLION, *Body*. Colin Tilley. 300 Entertainment, 2020.

Lien : <https://youtu.be/7PBYGu4Az8s?list=RD7PBYGu4Az8s>

SWIFT, Taylor, *Look What You Made Me Do*. Joseph Kahn. Big Machine Records, 2017.

Lien: <https://youtu.be/3tmd-ClpJxA?list=RD3tmd-ClpJxA>

BILIOGRAPHIE

I. Clip musical, culture visuelle et médias

BOIDY, Maxime, *Les Études visuelles*, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, 2023.

Cet ouvrage propose une introduction claire et synthétique aux *visual studies*, courant interdisciplinaire qui analyse les images comme des objets culturels porteurs de sens. Boidy montre que les images ne sont pas de simples représentations mais des dispositifs actifs qui organisent le regard, produisent des normes et participent à la construction des identités.

JULLIER, Laurent ; PÉQUIGNOT, Julien, *Le clip : Histoire et esthétique*, Paris, Armand Colin, 2013.

Cet ouvrage constitue une référence incontournable pour l'analyse du clip musical. Les auteurs y retracent son évolution historique, depuis ses formes précurseurs jusqu'à son intégration dans les industries culturelles contemporaines, en passant par le rôle déterminant de MTV.

KAISER Marc; SPANU, Michael, *Watching Music: Cultures du clip musical*, Volume! La revue des musiques populaires, vol. 14, n° 2, Bordeaux, Éditions Mélanie Seteun, 2018
Marc Kaiser et Michael Spanu proposent une synthèse des principaux travaux consacrés au clip musical. Ils mettent en évidence la place croissante du clip dans les industries culturelles et numériques, ainsi que le rôle déterminant des plateformes comme YouTube dans l'évolution de ses formes, de sa circulation et de ses usages.

RAILTON, Diane ; WATSON, Paul, *Music Video and the Politics of Representation*, Édimbourg, Edinburgh University Press, 2011.

Diane Railton et Paul Watson analysent les clips musicaux comme formes culturelles et politiques, montrant comment ils construisent et négocient des représentations de genre, de race et de sexualité. À travers des exemples concrets, ils explorent les tensions entre créativité esthétique, industries culturelles et enjeux de pouvoir dans les vidéos musicales.

II. Féminisme pop, postféminisme et empowerment

BANET-WEISER, Sarah, *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*, Durham, Duke University Press, 2018.

Sarah Banet-Weiser analyse les formes contemporaines du féminisme dans la culture populaire, qu'elle qualifie de « féminisme populaire ». Elle montre que ce féminisme gagne en visibilité grâce aux médias, aux célébrités et aux réseaux sociaux, mais qu'il reste profondément ambivalent.

CALVÈS, Anne-Emmanuèle, *Empowerment : généalogie d'un concept clé du discours contemporain sur le développement*, Genève, Institut de hautes études internationales et du développement, 2009.

Anne-Emmanuèle Calvès retrace la généalogie et les différentes significations du concept d'*empowerment*. Elle distingue notamment plusieurs formes de pouvoir (individuel, collectif, intérieur), ce qui permet de dépasser une vision simplifiée du terme.

GALAND, Sandrine, *Le féminisme pop : La défaillance de nos étoiles*, Montréal, Remue-ménage, 2022.

Sandrine Galand explore le pop féminisme, montrant comment les célébrités peuvent à la fois utiliser le féminisme pour le marketing et créer des espaces de réflexion critique sur le genre et l'identité.

MCROBBIE, Angela, *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*, Londres, Sage, 2009.

McRobbie analyse la culture postféministe, caractérisée par une intégration apparente des acquis du féminisme dans les médias. Elle montre que cette intégration s'accompagne souvent d'une dépolitisation des revendications féministes, transformées en discours individualistes et centrés sur le choix personnel.

ZEISLER, Andi, *We Were Feminists Once*, New York, PublicAffairs, 2016.

Andi Zeisler explore le lien entre le féminisme et la culture populaire depuis les années 1940. Elle montre comment la pop culture les médias et formes culturelles rend le féminisme visible et concret dans la vie quotidienne, tout en influençant notre perception du genre et du rôle des femmes dans la société.

GILL, Rosalind, *Gender and the Media*, Cambridge, Polity Press, 2007.

Rosalind Gill décrit le postféminisme dans les médias comme une sensibilité culturelle : une façon de penser la féminité qui met l'accent sur l'autonomie, le choix, la performance et l'apparence, tout en intégrant des éléments critiques du féminisme mais souvent dépourvus de remise en cause profonde des normes de genre.

III. Genre, performativité et représentations

BUTLER, Judith, *Bodies That Matter*, New York, Routledge, 1993.

Judith Butler développe sa théorie de la performativité en approfondissant la question du corps. Elle montre que le corps n'est pas une réalité naturelle, mais une construction produite par des normes sociales et discursives. Le genre se construit ainsi à travers la répétition de pratiques et de représentations.

BUTLER, Judith, *Trouble dans le genre*, Paris, La Découverte, 2019.

Dans cet ouvrage fondateur des *gender studies*, Judith Butler remet en cause l'idée d'un genre naturel ou stable. Elle développe le concept de performativité, selon lequel le genre est produit à travers la répétition de pratiques, de gestes et de normes sociales. L'identité de genre n'est donc pas innée, mais construite et rejouée dans les interactions sociales.

DE LAURETIS, Teresa, *La technologie du genre*, dans *Théorie queer et cultures populaires*, Paris, La Dispute, 2023.

Teresa De Lauretis explore comment le genre est produit et représenté à travers le cinéma, la littérature et les théories culturelles. Elle analyse les mécanismes par lesquels les textes et les images contribuent à construire des identités de genre et à façonner les relations de pouvoir dans la société.

HALL, Stuart, *Representation*, Londres, Sage, 1997.

Dans cet ouvrage fondamental des *cultural studies*, Stuart Hall montre que les représentations ne sont pas de simples reflets de la réalité, mais des processus actifs de production de sens. Les médias construisent des significations et proposent des « positions de sujet » auxquelles les individus peuvent s'identifier.

MULVEY, Laura, *Visual and Other Pleasures*, Londres, Palgrave, 1989.

Dans cet ouvrage, Laura Mulvey développe notamment la théorie du *male gaze*, selon laquelle les images audiovisuelles sont structurées par un regard masculin dominant qui sexualise et objectifie les femmes.

HARAWAY, Donna, *Manifeste cyborg et autres essais*, Paris, Exils, 2007.

Donna Haraway propose une réflexion sur les identités hybrides et la remise en cause des catégories fixes (genre, nature, technologie). Elle montre que les récits dominants peuvent être réécrits et détournés à travers des figures comme le cyborg.

IV. Corps, hyperféminité et normes esthétiques

BORDO, Susan, *Unbearable Weight*, Berkeley, University of California Press, 1993.

Susan Bordo analyse le corps féminin dans la culture occidentale comme un lieu de contrôle et de normalisation sociale. Elle montre que les normes esthétiques (minceur, discipline du corps) sont profondément liées à des rapports de pouvoir.

BROWNMILLER, Susan, *Femininity*, New York, Linden Press, 1984.

Susan Brownmiller montre que la féminité n'est pas innée mais apprise, à travers des pratiques, des codes et des comportements socialement imposés.

WOLF, Naomi, *The Beauty Myth*, New York, HarperCollins, 1991.

Naomi Wolf critique les normes de beauté imposées aux femmes dans les sociétés contemporaines, en montrant qu'elles constituent une forme de contrôle social.

V. Stars, célébrités et culture médiatique

DEBORD, Guy, *La Société du spectacle*, Paris, Gallimard, 1967.

Guy Debord développe l'idée que la société contemporaine est dominée par les images, qui médiatisent les relations sociales. Cet ouvrage est essentiel pour comprendre le rôle des clips musicaux dans la culture visuelle, ainsi que la manière dont les stars deviennent des figures centrales du spectacle médiatique.

DYER, Richard, *Stars*, Londres, BFI, 1979.

Richard Dyer montre que les stars sont des constructions médiatiques produites par les industries culturelles. Leur image est composée d'un ensemble de signes, de récits et de

représentations. Dans ce mémoire, cet ouvrage est fondamental pour analyser la construction de la persona des artistes à travers les clips.

GOFFMAN, Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne. Tome I*, Paris, Minuit, 1973.

Erving Goffman analyse la vie sociale comme une forme de performance, où les individus présentent une image d'eux-mêmes en fonction des contextes

VI. Pouvoir, domination et dispositifs sociaux

BOURDIEU, Pierre, *La domination masculine*, Paris, Seuil, 1998.

Pierre Bourdieu analyse les mécanismes de domination symbolique entre les sexes, en montrant comment les inégalités sont intériorisées et reproduites.

FOUCAULT, Michel, *Histoire de la sexualité, tome 1 : La volonté de savoir*, Paris, Gallimard, 2014.

Michel Foucault analyse la manière dont la sexualité est devenue un objet de savoir et de pouvoir dans les sociétés modernes. Il montre que le pouvoir ne s'exerce pas seulement par la répression, mais aussi par la production de discours, de normes et de catégories qui façonnent les comportements individuels.

FOUCAULT, Michel, *Surveiller et punir*, Paris, Gallimard, 1975.

Michel Foucault étudie les formes modernes de pouvoir, notamment à travers le contrôle des corps et la discipline. Cet ouvrage permet de comprendre comment les corps représentés dans les clips sont soumis à des normes de visibilité, de contrôle et de normalisation.

VII. Féminismes noirs et intersectionnalité

COLLINS, Patricia Hill, *Black Feminist Thought*, New York, Routledge, 2000 [1990].

Patricia Hill Collins développe une théorie de l'intersectionnalité, en analysant l'articulation entre genre, race et classe.

HOOKS, bell, *Black Looks*, Boston, South End Press, 1992.

bell hooks analyse le regard et les représentations dans la culture visuelle, en mettant en évidence les rapports de pouvoir liés à la race et au genre.

HOOKS, bell, *Ain't I a Woman*, Boston, South End Press, 1981.

Dans cet ouvrage, bell hooks revient sur l'histoire de l'oppression des femmes noires et sur leur invisibilisation dans les mouvements féministes dominants.

VIII. Cultural studies, réception et publics

BOURDAA, Mélanie, *Les fans : Publics actifs et engagés*, Paris, C&F Éditions, 2021.

Mélanie Bourdaa analyse les pratiques des fans et leur rôle actif dans la production et la circulation des contenus culturels.

GROSSBERG, Lawrence, *We Gotta Get Out of This Place*, New York, Routledge, 1992.

Lawrence Grossberg s'intéresse à l'engagement affectif des publics dans la culture populaire.

HALL, Stuart, *Representation*, Londres, Sage, 1997.

Stuart Hall montre que les médias produisent du sens et construisent des identités à travers les représentations.

ANG, Ien, *Watching Dallas*, Londres, Methuen, 1985.

Ien Ang montre que les publics ne sont pas passifs, mais participent activement à l'interprétation des contenus médiatiques.

SITOGRAPHIE

Articles de presse et médias généralistes

DUCURTIEUX, Cécile, *Les majors du disque lancent Vevo, le "MTV du Web"*, Le Monde, 9 décembre 2009.

Lien : https://www.lemonde.fr/technologies/article/2009/12/09/les-majors-du-disque-lancent-vevo-le-mtv-du-web_1278115_651865.html

LAUSSON, Julien, *Dailymotion reçoit 75 000 nouveaux clips suite à un accord avec VEVO*, Numerama, 1^{er} août 2013.

Lien : <https://www.numerama.com/pop-culture/26657-dailymotion-recoit-75-000-nouveaux-clips-suite-a-un-accord-avec-vevo.html>

MCINTYRE, Hugh, *Taylor Swift Beats An All-Time Record With Her Massive New No. 1 Album*, Forbes, 14 octobre 2025.

Lien : <https://www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2025/10/14/taylor-swift-beats-an-all-time-record-with-her-massive-new-no-1-album/>

MOURIQUAND, David, *Taylor Swift's 'The Life of a Showgirl' shatters sales and streaming records*, Euronews, 6 octobre 2025.

Lien : <https://www.euronews.com/culture/2025/10/06/taylor-swifts-the-life-of-a-showgirl-shatters-sales-and-streaming-records>

ROETTIGERS, Janko, *Vevo Is Killing Off Its Mobile Apps, Website to Refocus on YouTube*, Variety, 24 mai 2018.

Lien : <https://variety.com/2018/digital/news/vevo-shutting-down-apps-1202820772/>

Blogs et médias spécialisés

FRANK, Alex, *Petra Collins' Aesthetic Has Taken Over the World; Now She Must Destroy It* », Highsnobiety, 16 décembre 2020.

Lien : <https://www.highsnobiety.com/p/petra-collins-interview/>

Communiqués de presse et sites institutionnels

BILLBOARD, *Billboard charts to add more weight to on-demand streaming in 2026* », communiqué méthodologique, 16 décembre 2025.

Lien : <https://www.billboard.com/pro/billboard-charts-add-more-weight-on-demand-streaming-2026/>

SONY MUSIC, *VEVO partners with Abu Dhabi Media Company* », communiqué de presse, 18 octobre 2009.

Lien : <https://www.sonymusic.com/sonymusic/vevo-partners-with-abu-dhabi-media-company/>

VIVENDI, *Vivendi finalizes the acquisition of Dailymotion* », communiqué de presse, 30 juin 2015.

Lien : <https://www.vivendi.com/en/press-release/vivendi-finalizes-the-acquisition-of-dailymotion-en/>

Plateformes numériques et industries musicales

MAXCY, Chris, *Announcing VEVO, a Partnership with Universal Music Group* », YouTube Official Blog, 09 avril 2009.

Lien : <https://blog.youtube/news-and-events/announcing-vevo-partnership-with/>

Documentaires

BAUDOUIN Élise, WIZMAN Ariel, *Pop féminisme – Des militantes aux icônes pop*, ARTE France, 2020

WILSON Lana, *Miss Americana*, Tremolo Productions / Netflix, 202

Clips

ADELE, *Hello* . Xavier Dolan. XL Recordings, 2015.

Lien : <https://youtu.be/YQHsXMglC9A?list=RDYQHsXMglC9A>

BJÖRK, *Army of Me*. Michel Gondry. One Little Indian Records, 1995.

Lien : https://youtu.be/jPeheoBa2_Y?list=RDjPeheoBa2_Y

CARDI B, *WAP feat. Megan Thee Stallion*. Colin Tilley. Atlantic Records, 2020.

Lien : <https://youtu.be/hsm4poTWjMs?list=RDhsm4poTWjMs>

CARPENTER, Sabrina, *Manchild*. Vania Heymann et Gal Muggia. Island Records, 2025.

Lien : <https://youtu.be/aSugSGCC12I?list=RDaSugSGCC12I>

CARPENTER, Sabrina, *Taste*. Dave Meyers. Island Records, 2024.

Lien : <https://youtu.be/KEG7b851Ric?list=RDKEG7b851Ric>

CARPENTER, Sabrina, *Tears*. Bardia Zeinali. Island Records, 2025

Lien : <https://youtu.be/V9vuCByb6js?list=RDV9vuCByb6js>

CARPENTER, Sabrina, *House Tour*. Sabrina Carpenter et Margaret Qualley. Island Records, 2026.

Lien : <https://youtu.be/KWoTyfPsgbE?list=RDKWoTyfPsgbE>

DESTINY'S CHILD, *Independent Women Part I*. Francis Lawrence. Columbia Records, 2000.

Lien : <https://youtu.be/0lPQZni7I18?list=RD0lPQZni7I18>

DOJA CAT, *Get Into It (Yuh)* . Mike Diva. Kemosabe Records, 2022.

Lien : <https://youtu.be/9Ko-nEYJ1GE?list=RD9Ko-nEYJ1GE>

DOJA CAT, *Need to Know*. Quentin Deronzier. Kemosabe Records, 2021.

Lien : <https://youtu.be/dl3xkL7qUAc?list=RDdl3xkL7qUAc>

EILISH, Billie, *Therefore I Am*. Billie Eilish. Darkroom/Interscope Records, 2020.

Lien : <https://youtu.be/RUQl6YcMalg?list=RDRUQl6YcMalg>

GRANDE, Ariana, *7 Rings*. Hannah Lux Davis. Republic Records, 2019.

Lien : <https://youtu.be/QYh6mYIJG2Y?list=RDQYh6mYIJG2Y>

GRANDE, Ariana, *No Tears Left to Cry*. Dave Meyers. Republic Records, 2018.

Lien : <https://youtu.be/ffxKSjUwKdU?list=RDffxKSjUwKdU>

ARIANA GRANDE, *Hate That I Made You Love Me*. Christian Breslauer. Republic Records, 2026.

Lien : <https://youtu.be/82-jTNka3uc?list=RD82-jTNka3uc>

JACKSON, Michael, *Thriller*. John Landis. Epic Records, 1983.

Lien : <https://youtu.be/sOnqjkJTMaA?list=RDsOnqjkJTMaA>

LAUPER, Cyndi, *Girls Just Want to Have Fun*. Edd Griles. Portrait Records, 1983.

Lien : <https://youtu.be/PIb6AZdTr-A?list=RDPIb6AZdTr-A>

LIL NASX, *MONTERO (Call Me by Your Name)*. Tanu Muino et Lil Nas X. Columbia Records, 2021.

Lien : <https://youtu.be/6swmTBVI83k?list=RD6swmTBVI83k>

MADONNA, *Papa Don't Preach*. James Foley. Sire Records, 1986.

Lien : <https://youtu.be/G333Is7VPOg?list=RDG333Is7VPOg>

PHOENIX, *Chloroform*. Sofia Coppola. Glassnote Records, 2013.

Lien : <https://youtu.be/jc5VCu0ECsI?list=RDjc5VCu0ECsI>

RODRIGO, Olivia, *drop dead (stalked you on the internet)*. Petra Collins. Geffen Records, 2026.

Lien : <https://youtu.be/CK7sl4dwN04?list=RDCK7sl4dwN04>

RODRIGO, Olivia, *drop dead (taken that eurostar to france)*. Réalisateur non crédité. Geffen Records, 2026.

Lien : <https://youtu.be/CK7sl4dwN04?list=RDCK7sl4dwN04>

RODRIGO, Olivia, *good 4 u*. Petra Collins. Geffen Records, 2021.

Lien : https://youtu.be/gNi_6U5Pm_o?list=RDgNi_6U5Pm_o

SELENA GOMEZ, *Fetish (feat. Gucci Mane)*. Petra Collins. Interscope Records, 2017.

Lien : <https://youtu.be/STO4-8vkG0U?list=RDSTO4-8vkG0U>

SWIFT, Taylor, *All Too Well: The Short Film*. Taylor Swift. Republic Records, 2021.

Lien : <https://youtu.be/tollGa3S0o8?list=RDtollGa3S0o8>

SWIFT, Taylor, *Bejeweled*. Taylor Swift. Republic Records, 2022.

Lien : <https://youtu.be/wIft-t-MQuE?list=RDwIft-t-MQuE>

SWIFT, Taylor, *cardigan*. Taylor Swift. Republic Records, 2020.

Lien : <https://youtu.be/K-a8s8OLBSE?list=RDK-a8s8OLBSE>

SWIFT, Taylor, *Lover*. Drew Kirsch. Republic Records, 2019.

Lien : <https://youtu.be/-BjZmE2gtdo?list=RD-BjZmE2gtdo>

SWIFT, Taylor, *ME! (feat. Brendon Urie)*. Dave Meyers et Taylor Swift. Republic Records, 2019.

Lien : <https://youtu.be/FuXNumBwDOM?list=RDFuXNumBwDOM>

SWIFT, Taylor, ...*Ready for It?* Joseph Kahn. Big Machine Records, 2017.

Lien : <https://youtu.be/wIft-t-MQuE?list=RDwIft-t-MQuE>

SWIFT, Taylor, *Out of the Woods*. Joseph Kahn. Big Machine Records, 2016.

Lien : <https://youtu.be/JLf9q36UsBk?list=RDJLf9q36UsBk>

SWIFT, Taylor, *Opalite*. Taylor Swift. Republic Records, 2026

Lien : <https://youtu.be/1FVF-9KQiPo?list=RD1FVF-9KQiPo>

SWIFT, Taylor, *The Man*. Taylor Swift. Republic Records, 2020.

Lien : <https://youtu.be/AqAJLh9wuZ0?list=RDAqAJLh9wuZ0>

SWIFT, Taylor, *The Fate of Ophelia*. Taylor Swift. Republic Records, 2025.

Lien : <https://youtu.be/ko70cExuzZM?list=RDko70cExuzZM>

THE BUGGLES, *Video Killed the Radio Star*. Russell Mulcahy. Island Records, 1979.

Lien : <https://youtu.be/W8r-tXRLazs?list=RDW8r-tXRLazs>

TLC, *No Scrubs*. Hype Williams. LaFace Records, 1999.

Lien : <https://youtu.be/FrLequ6dUdM?list=RDFrLequ6dUdM>

Vidéos

BILLBOARD, *Taylor Swift Accepts Woman of the Decade Award | Women In Music* », YouTube, 13 décembre 2019.

Lien : <https://youtu.be/ZVpkFb9-fts>

CARPENTER, Sabrina, *House Tour (Behind The Scenes)*, YouTube, 28 avril 2026.

Lien : <https://youtu.be/PTOejkbK5Tk?list=RDPTOejkbK5Tk>

SWIFT, Taylor, *All Too Well: The Short Film (Behind The Scenes)*, YouTube, 8 décembre 2022.

Lien : https://youtu.be/M0Ku_op-LXI

SWIFT, Taylor, *Bejeweled (Behind the Scenes with Laura Dern)*, YouTube, 13 décembre 2024.

Lien : <https://youtu.be/K-8dOw7yuPo>

VARIETY, *Taylor Swift & Martin McDonagh | Directors on Directors* », YouTube, 12 décembre 2022.

Lien : <https://www.youtube.com/watch?v=x8zfsf4azLo>

ANNEXE

Annexe 1 : Le clip musical : espace de représentation et problématisation

<i>Figure 1 : Scopitone de marque Tel-A-Sign (Chicago), modèle n° 450.....</i>	<i>P.157</i>
<i>Figure 2: Esthétique de Petra Collins : Selena Gomez Fetish ft. Gucci Mane (26/07/2017) / Olivia Rodrigo good 4 U (14/05/2021).....</i>	<i>P.158</i>
<i>Figure 3 : Annonce exclusivité sur Apple Music et Spotify.....</i>	<i>P.159</i>
<i>Figure 4: Première des clips sur YouTube : House Tour Sabrina Carpenter (06/04/2026) / Hate That I Made You Love Me Ariana Grande (01/06/2026).....</i>	<i>P.161</i>
<i>Figure 5 : Reprises des clips sur les réseaux sociaux : exemple de la chorégraphie du clip Espresso de Sabrina Carpenter.....</i>	<i>P.162</i>
<i>Figure 6 : Diffusion des clips au cinéma : exemple Something Beautiful de Miley Cyrus et The Fate of Ophelia de Taylor Swift.....</i>	<i>P.163</i>
<i>Figure 7 : Réappropriations des tenues portées dans les clips aux concerts par les fans : exemple de The Eras Tour de Taylor Swift et les clips Look What You Made Me Do (28/08/2017) et ME! (feat. Brendon Urie of Panic! At The Disco) ft. Brendon Urie (26/04/2019).....</i>	<i>P.164</i>
<i>Figure 8 : Les clips créent le persona de la star : exemple de l'humour de Sabrina Carpenter dans le clip Manchild (06/06/2025).....</i>	<i>P.165</i>
<i>Figure 9 : Les clips créent le persona de la star : exemple de l'esthétique visuelle rétro de Sabrina Carpenter dans le clip Tears (29/08/2025).....</i>	<i>P.166</i>
<i>Figure 10 : Les eras : exemple de l'esthétique visuelle de l'ère Planet Her de Doja Cat avec les clips Get Into It (Yuh) (31/01/2022) et Need to Know (11/06/2021).....</i>	<i>P.167</i>
<i>Figure 11 : Exemple des différences esthétiques des eras : les eras Reputation et Lover de Taylor Swift avec les clips ...Ready For It? (27/10/2017) et Lover (22/08/2019).....</i>	<i>P.168</i>
<i>Figure 12 : Vidéoclip un espace où les identités se rejouent et se réinventent : exemples extraits du clip MONTERO (Call Me By Your Name) (26/03/2021) de Lil Nas X.....</i>	<i>P.169</i>

Annexe 2 :Analyse des représentations des féminités dans le clip pop

<i>Figure 13 : Analyse : Extraits du clip Woman de Doja Cat.....</i>	<i>P.173</i>
<i>Figure 14 : Référence extérieure : Photo du Groupe des « Amazones du Dahomey » lors de leur séjour à Paris, photographie (vers 1890–1891).....</i>	<i>P.174</i>
<i>Figure 15: Analyse: Extraits du clip Look What You Made Me Do de Taylor Swift.....</i>	<i>P.175</i>
<i>Figure 16 : Extraits du clip Out Of The Woods (01/01/2016) de Taylor Swift.....</i>	<i>P.182</i>
<i>Figure 17 : Référence extérieure : Tweet de Kim Kardashian qualifiant Taylor Swift de « Serpent ».....</i>	<i>P.183</i>
<i>Figure 18 : Post Instagram de Taylor Swift montrant son soutien à la candidate Kamala Harris.....</i>	<i>P.184</i>

<i>Figure 19 : Analyse : Extraits du clip God Is A Woman de Ariana Grande.....</i>	<i>P.185</i>
<i>Figure 20 : Référence extérieure : Le Penseur de Rodin.....</i>	<i>P.190</i>
<i>Figure 21 : Référence extérieure : la Création d'Adam de Michel-Ange.....</i>	<i>P.191</i>
<i>Figure 22 : Référence extérieure : La Louve capitoline.....</i>	<i>P.192</i>
<i>Figure 23 : Analyse : Extraits du clip Espresso de Sabrina Carpenter.....</i>	<i>P.193</i>
<i>Figure 24 : Référence extérieure : Elizabeth Taylor dans le film Boom (1968) réalisée par Joseph Losey.....</i>	<i>P.198</i>
<i>Figure 25 : Référence extérieure : photo de Maryline Moneroe Pin-up par Bruno Bernard (1952).....</i>	<i>P.199</i>
<i>Figure 26 : Référence extérieure : Extrait du film Beach party réalisée par William Asher (1968).....</i>	<i>P.200</i>
<i>Figure 27 : Extraits du clip Body de Megan Thee Stallion.....</i>	<i>P.201</i>
<i>Figure 28 : Référence extérieure : Tweet de Megan Thee Stallion définissant le concept de « Hot Girl Summer ».....</i>	<i>P.204</i>
<i>Figure 29 : Extraits du clip Brown Skin Girl de Beyoncé.....</i>	<i>P.205</i>
<i>Figure 30 : Référence extérieure : post instagram France Culture Pourquoi bell hooks a-t-elle qualifié Beyoncé de « terroriste » pour jeunes filles ?.....</i>	<i>P.209</i>

Annexe 3 : Pop féminisme, industries culturelles et politiques de l'image

<i>Figure 31 : Entretien réalisé avec Mélissa Gérard-Mentest.....</i>	<i>P.216</i>
<i>Figure 32 : Données quantitatives issues de l'ouvrage Sociologie de Taylor Swift de Arnaud Alessandrin.....</i>	<i>P.243</i>
<i>Figure 33 : Extrait du clip Therefore I Am (2020) réalisé par Billie Eilish.....</i>	<i>P.244</i>
<i>Figure 34 : Extraits des génériques des clips The Man et Opalite réalisé par Taylor Swift.....</i>	<i>P.245</i>
<i>Figure 35 : Extraits des Making-of du clip Bejeweled et du court métrage All Too Well: The Short Film.....</i>	<i>P.246</i>
<i>Figure 36 : Intertitre du clip House Tour réalisé par Sabrina Carpenter et Margaret Qualley.....</i>	<i>P.247</i>
<i>Figure 37 : Extrait des Making-of du clip House Tour.....</i>	<i>P.248</i>
<i>Figure 38 : Extraits du clip House Tour de Sabrina Carpenter.....</i>	<i>P.249</i>
<i>Figure 39 : The Perfect Magazine, « Sabrina Carpenter interviewed by Marc Jacobs » entretien avec Marc Jacobs, article rédigé par Paul Flynn.....</i>	<i>P.250</i>
<i>Figure 40 : Extraits du clip Taste de Sabrina Carpenter.....</i>	<i>P.251</i>
<i>Figure 41 : Réactions sur TikTok au clip Taste de Sabrina Carpenter.....</i>	<i>P.252</i>
<i>Figure 42 : Extraits du clip Wap feat. Megan Thee Stallion de Cardi B.....</i>	<i>P.253</i>
<i>Figure 43 : Pochette de l'album Man's Best Friend de Sabrina Carpenter.....</i>	<i>P.254</i>
<i>Figure 44 : Réactions sur TikTok à la pochette de Man's Best Friend de Sabrina Carpenter.....</i>	<i>P.255</i>

Annexe 1, Fig. 1 : Scopitone de marque Tel-A-Sign
(Chicago), modèle n° 450



Annexe 1, Fig. 2: Esthétique de Petra Collins : Selena Gomez *Fetish* ft. Gucci Mane (26/07/2017) / Olivia Rodrigo *good 4 U* (14/05/2021)



Annexe 1, Fig. 3 : Annonce exclusivité sur Apple Music et Spotify



taylornation  Taylor Swift • Opalite

taylornation  The #OpaliteMusicVideo is out now, and it's picture perfect! ✨ Watch on @spotify Premium and @applemusic and let us know who you spot in the cast. 🌵

7 sem

Pour vous ▾

swiftiesforeternity  IT'S SO GOOD 🍌🍌🍌

7 sem 3 515 J'aime Répondre

— Afficher les réponses (5)

1989_girl13 🍌🍌🍌

7 sem Répondre

the_life_of_ashowgirl This Time the easter eggs were created on the @thegrahamnortonshowofficial Then and There 🍌🍌🍌 props To Tay as always

7 sem 56 J'aime Répondre

👍 💬 🗑️ 📌



taylornation  Taylor Swift • Elizabeth Taylor

taylornation  What could you possibly get for the girl on the last day of Women's History Month? We have something in mind! The Elizabeth Taylor Music Video is out now on @Spotify Premium and @applemusic. 🍌

1 h

Pour vous ▾

holylbae_m GIRLL WHAT

1 h 27 J'aime Répondre

swiftieforever_13 LOVE youuu

1 h Répondre

swiftieforever_13 Omggg

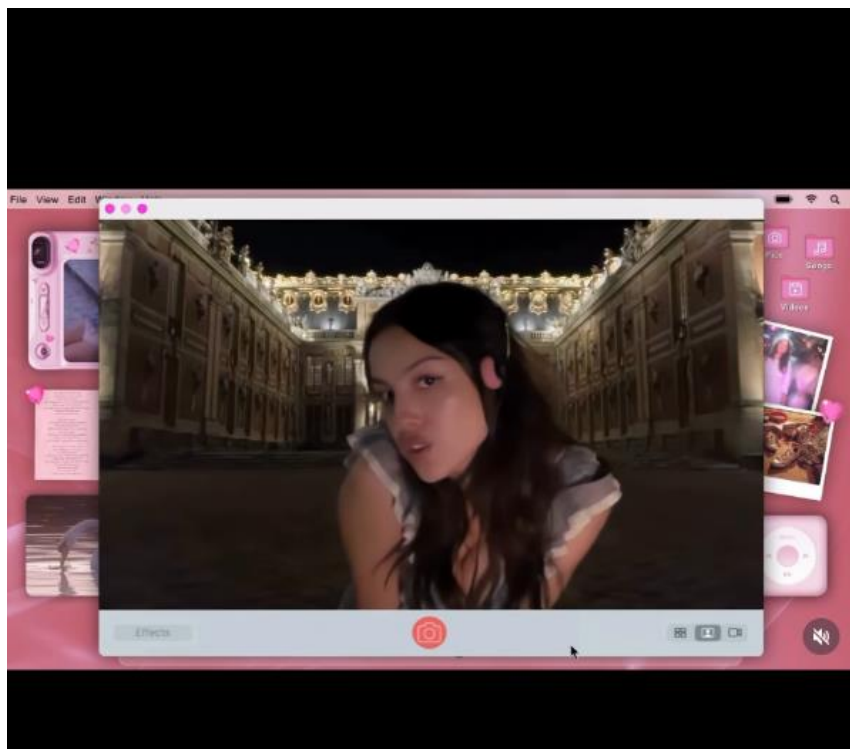
1 h Répondre

swiftieforever_13 WHATT

1 h Répondre

👍 💬 🗑️ 📌

 Aimé par all_too_well_tmvtvftvsgav et 214 k autres personnes



oliviardrigo  Olivia Rodrigo • drop dead ...

oliviardrigo  versailles was so beautiful I didn't wanna stop filming lol! drop dead (stalked you on the internet) vid is out now only on Apple Music! 🎧💖 @petrafcollins
Modifié · 4 sem

Pour vous ▾

mechibitzer  TE AMO MAMAAAAA ♥

4 sem 821 J'aime Répondre

— Afficher les réponses (10)

livieshq  cutest ever. stalking you on apple music rn. ♥

4 sem 5 271 J'aime Répondre

— Afficher les réponses (4)

maybelline  This is a masterpiece ♥

4 sem 113 J'aime Répondre

♥ 💬 ↺ 🗒 🔖

 Aimé par ivy.swiiftt et 1,5 M autres personnes



oliviardrigo  ...

oliviardrigo  drop dead (taken that Eurostar to France) video is out now only on Spotify 🎧💖 ♥

4 sem

Pour vous ▾

lacyliv I love it !!! ♥

4 sem 177 J'aime Répondre

vrnn_2202                         ♥

4 sem 1 J'aime Répondre

johnkennethcruz    ♥

4 sem 1 J'aime Répondre

livieshq  we're taking that eurostar to spotify to watch right now!! ♥

4 sem 4 049 J'aime Répondre

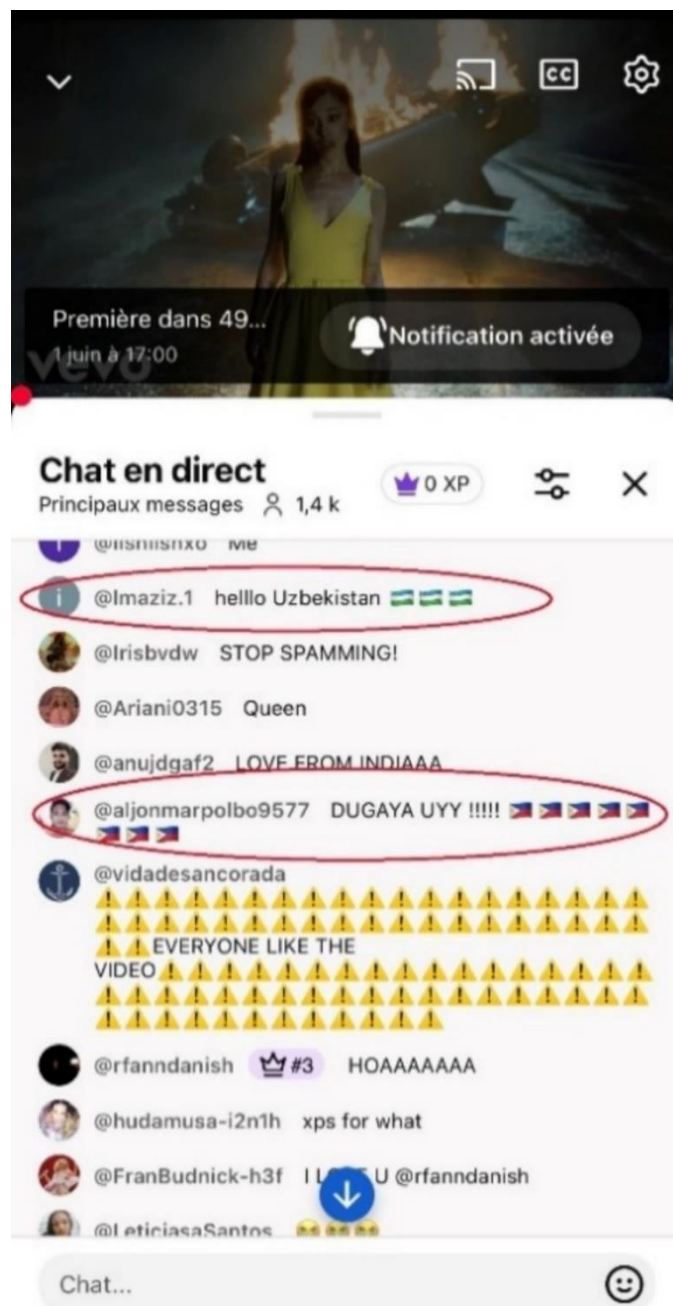
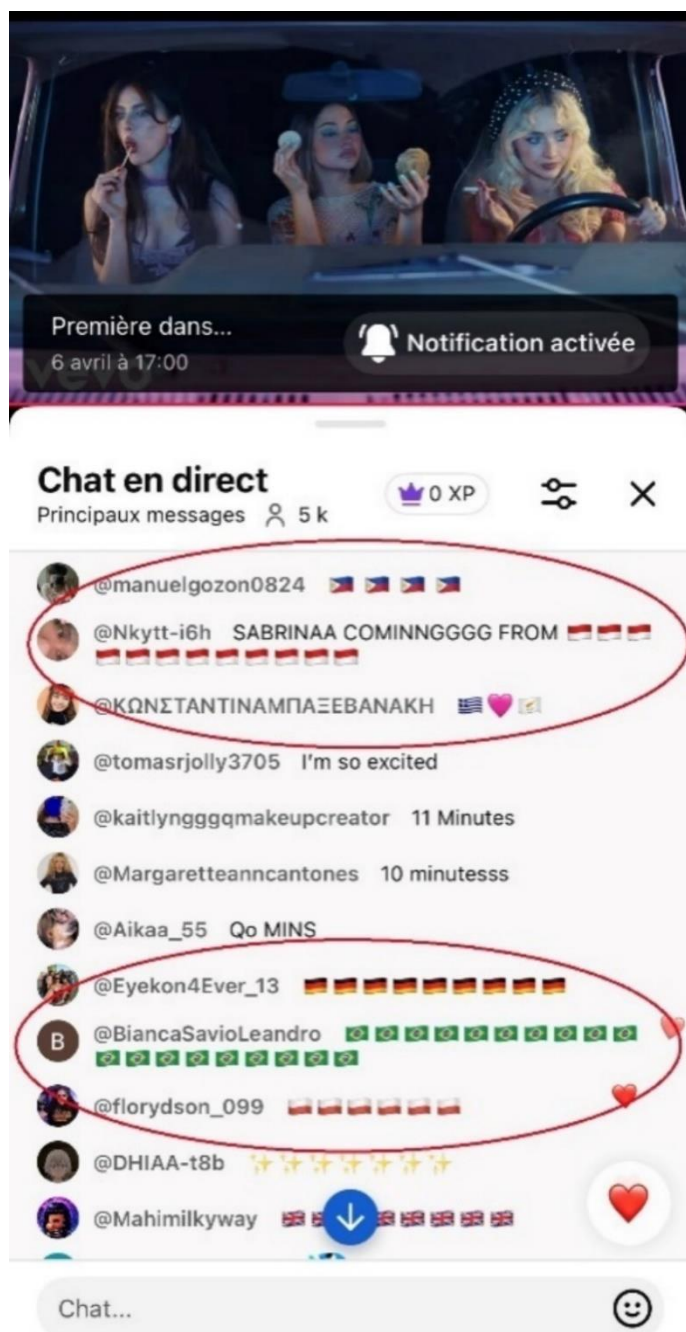
— Afficher les réponses (4)

♥ 💬 ↺ 🗒 🔖

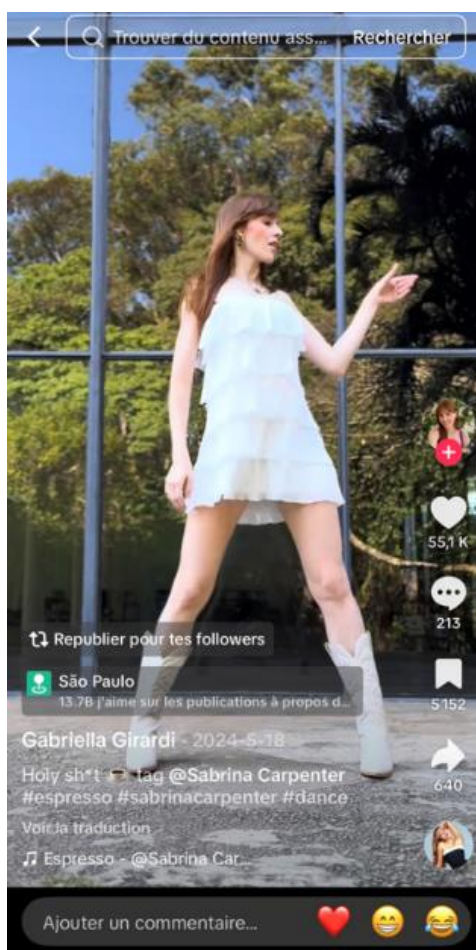
 Aimé par ivy.swiiftt et 2,6 M autres personnes
20 avril

 Ajouter un commentaire... Publier

Annexe 1, Fig. 4 : Première des clips sur YouTube :
*House Tour Sabrina Carpenter (06/04/2026) / Hate That
 I Made You Love Me Ariana Grande (01/06/2026)*



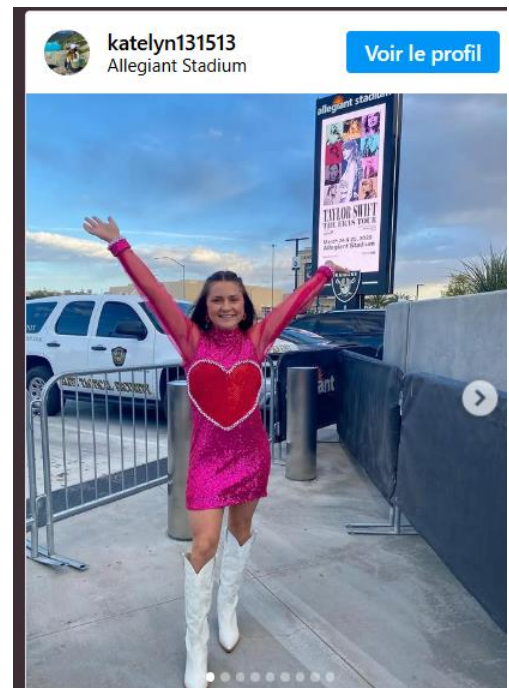
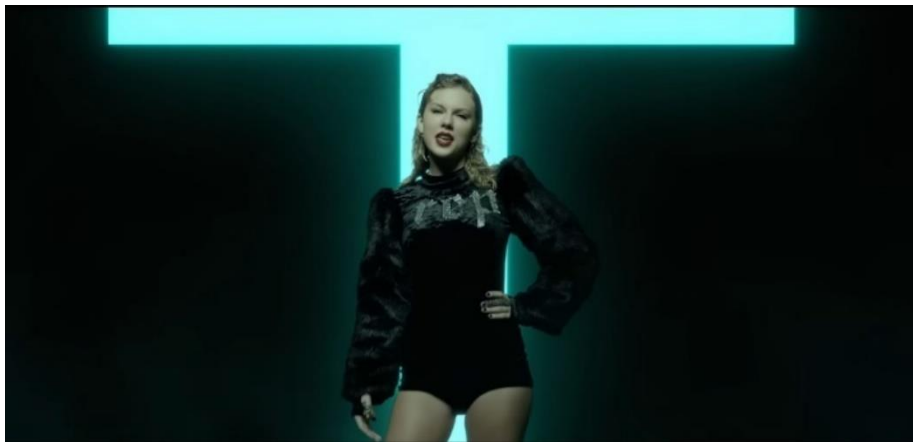
Annexe 1, Fig. 5 : Reprises des clips sur les réseaux sociaux : exemple de la chorégraphie du clip *Espresso* de Sabrina Carpenter.



Annexe 1, Fig. 6 : Diffusion des clips au cinéma :
exemple *Something Beautiful* de Miley Cyrus et *The
Fate of Ophelia* de Taylor Swift



Annexe 1, Fig. 7 : Réappropriations des tenues portées dans les clips aux concerts par les fans : exemple de The Eras Tour de Taylor Swift et les clips *Look What You Made Me Do* (28/08/2017) et *ME! (feat. Brendon Urie of Panic! At The Disco) ft. Brendon Urie* (26/04/2019)



Annexe 1, Fig. 8 : Les clips créent le persona de la star
: exemple de l'humour de Sabrina Carpenter dans le clip
Manchild (06/06/2025)



Annexe 1, Fig. 9 : Les clips créent le persona de la star
: exemple de l'esthétique visuelle rétro de Sabrina
Carpenter dans le clip *Tears* (29/08/2025)



Annexe 1, Fig. 10 : Les eras : exemple de l'esthétique visuelle de l'ère Planet Her de Doja Cat avec les clips Get Into It (Yuh) (31/01/2022) et Need to Know (11/06/2021)



Annexe 1, Fig. 11 : Exemple des différences esthétiques des eras : les eras *Reputation* et *Lover* de Taylor Swift avec les clips *...Ready For It?* (27/10/2017) et *Lover* (22/08/2019)



Annexe 1, Fig. 12 : Vidéoclip un espace où les identités se jouent et se réinventent : exemples extraits du clip *MONTERO (Call Me By Your Name)* (26/03/2021) de Lil Nas X

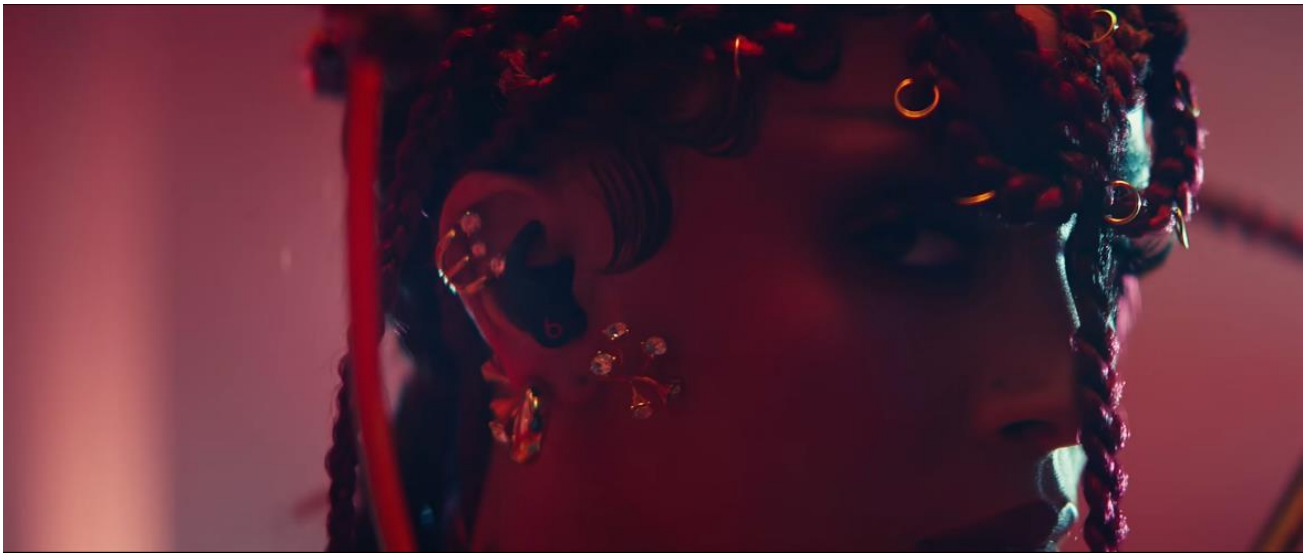


Annexe 2, Fig. 13 : Analyse : Extraits du clip *Woman* de Doja Cat

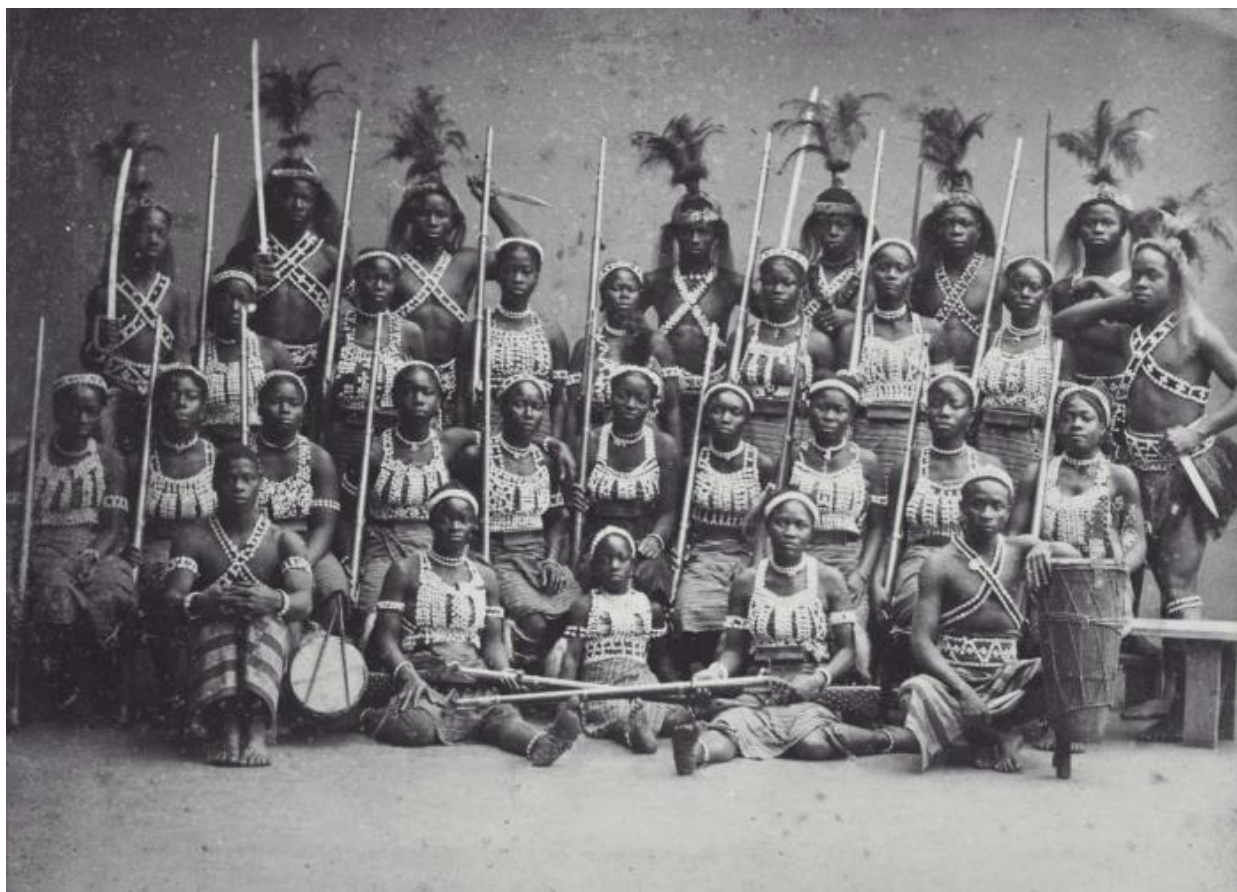




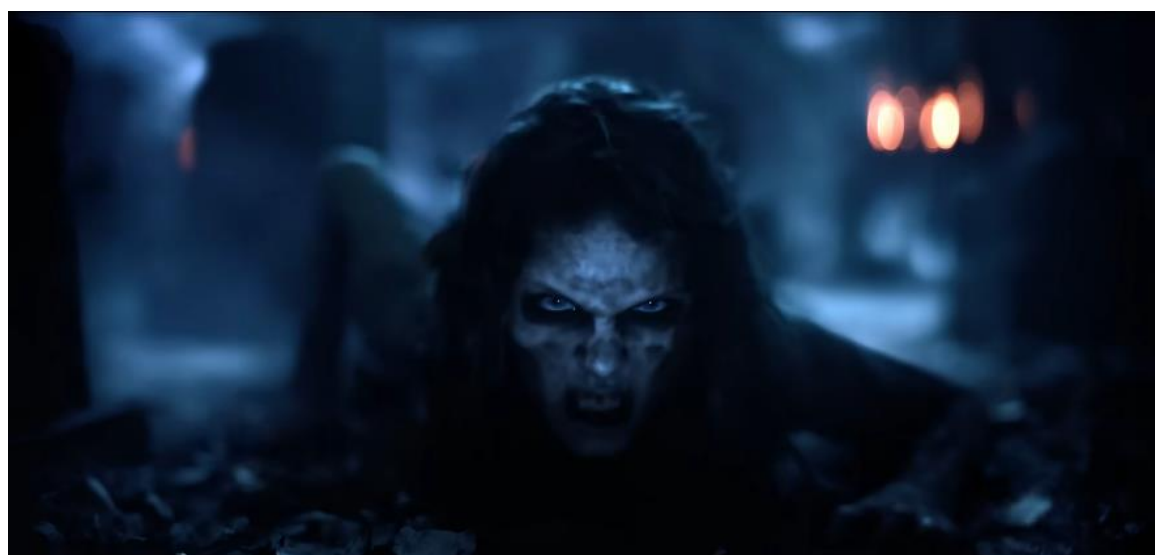




Annexe 2, Fig. 14 : Référence extérieure : Photo du Groupe des « Amazones du Dahomey » lors de leur séjour à Paris, photographie (vers 1890–1891)



Annexe 2, Fig.15 : Analyse: Extraits du clip *Look What You Made Me Do* de Taylor Swift

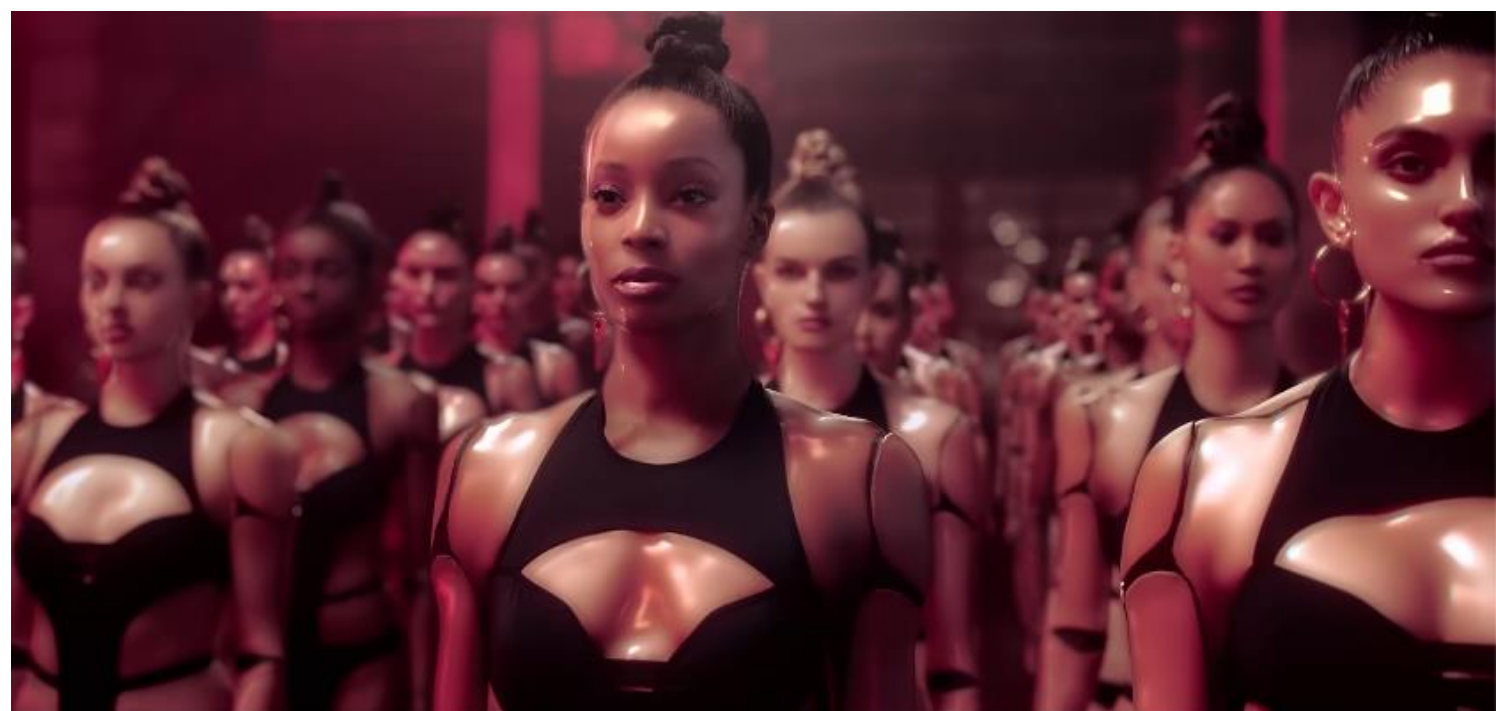














Annexe 2, Fig.16: Extraits du clip *Out of The Woods*
(01/01/2016) de Taylor Swift



Annexe 2, Fig.16: Référence extérieure : Tweet de Kim Kadashian qualifiant Taylor Swift de « Serpent »



Kim Kardashian West @KimKardashian 3h

Wait it's legit National Snake Day?!?!?

They have holidays for everybody, I

mean everything these days! 🐍🐍🐍

🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍

🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍

🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍🐍



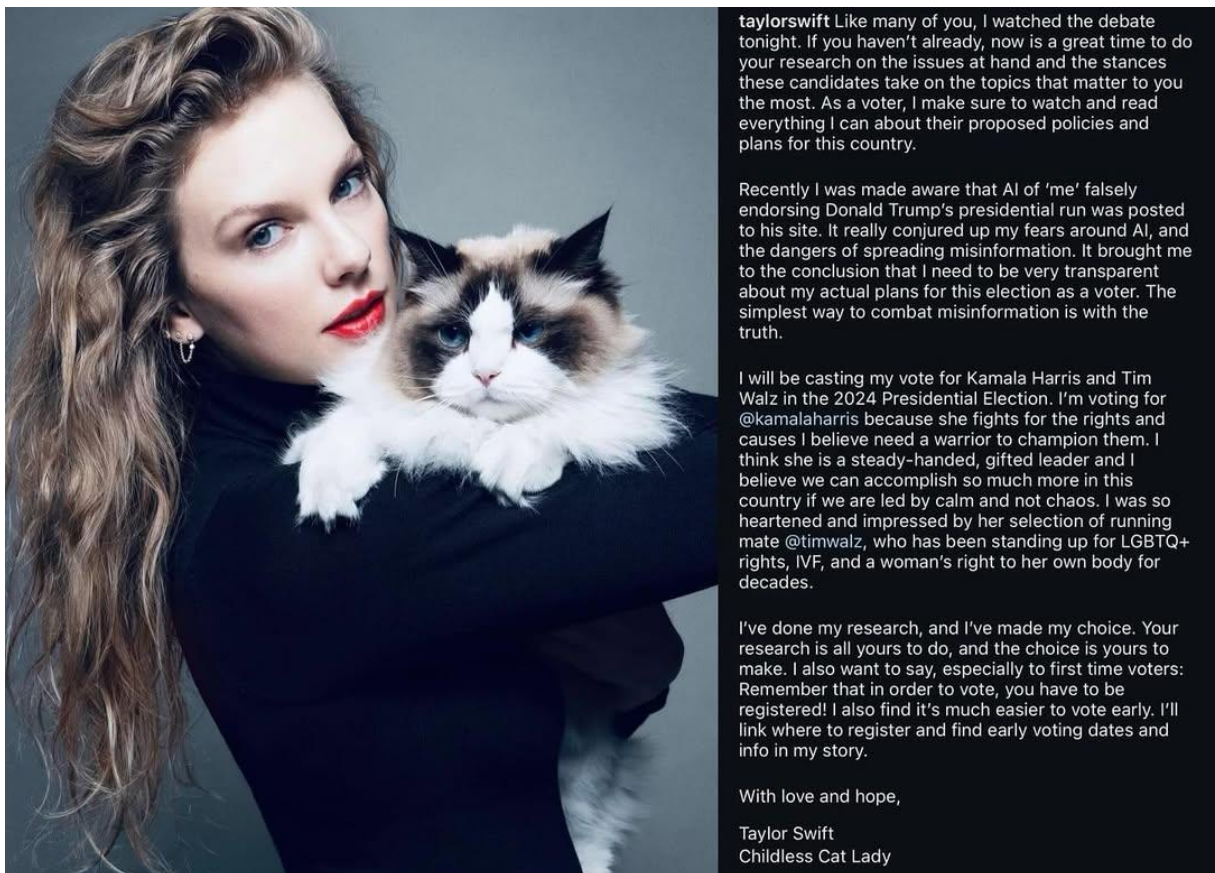
44.4K



51.3K



Annexe 2, Fig.18: Post Instagram de Taylor Swift montrant son soutien à la candidate Kamala Harris



Annexe 2, Fig.19 : Analyse : Extraits du clip *God Is A Woman* de Ariana Grande



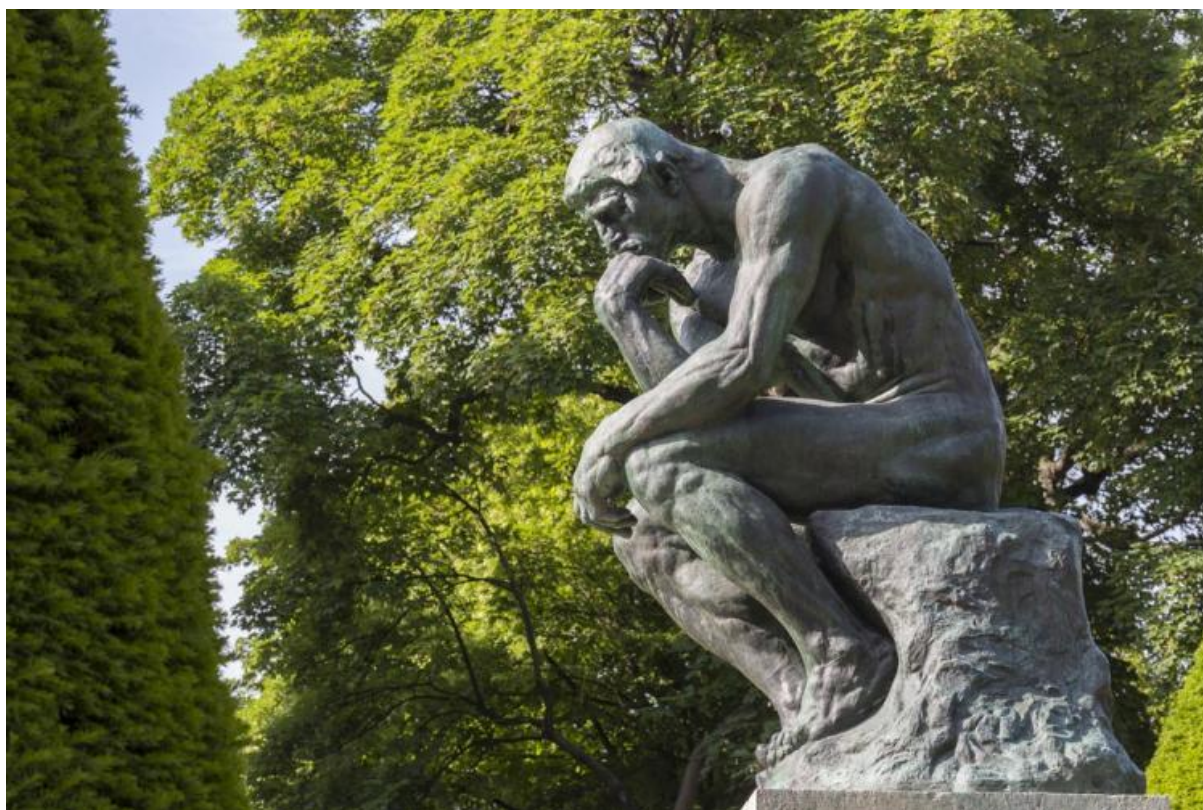








Annexe 2, Fig. 20 : Référence extérieure : *Le Penseur*
de Rodin



Annexe 2, Fig. 21 : Référence extérieure : *la Création d'Adam* de Michel-Ange



Annexe 2, Fig. 22 : Référence extérieure : *La Louve capitoline*



Annexe 2, Fig. 23 : Extraits du clip *Espresso* de Sabrina Carpenter











Annexe 2, Fig. 24 : Référence extérieure : Elizabeth Taylor dans le film *Boom* (1968) réalisée par Joseph Losey



Annexe 2, Fig. 25 : Référence extérieure : photo de Maryline Moneroe *Pin-up* par Bruno Bernard (1952)



Annexe 2, Fig. 26 : Référence extérieure : Extrait du film *Beach party* réalisée par William Asher (1968)



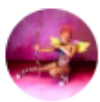
Annexe 2, Fig. 27 : Extraits du clip *Body* de Megan Thee Stallion







Annexe 2, Fig. 28 : Référence extérieure : Tweet de Megan Thee Stallion définissant le concept de « Hot Girl Summer ».



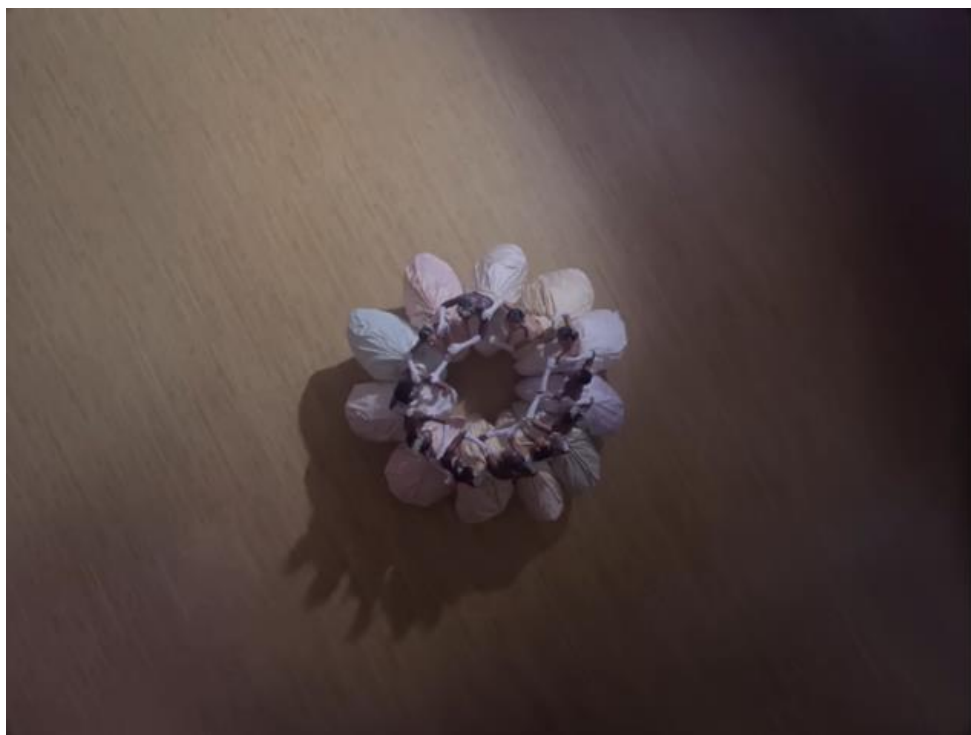
TINA SNOW ✓
@theestallion



Being a Hot Girl is about being unapologetically YOU, having fun, being confident, living YOUR truth , being the life of the party etc

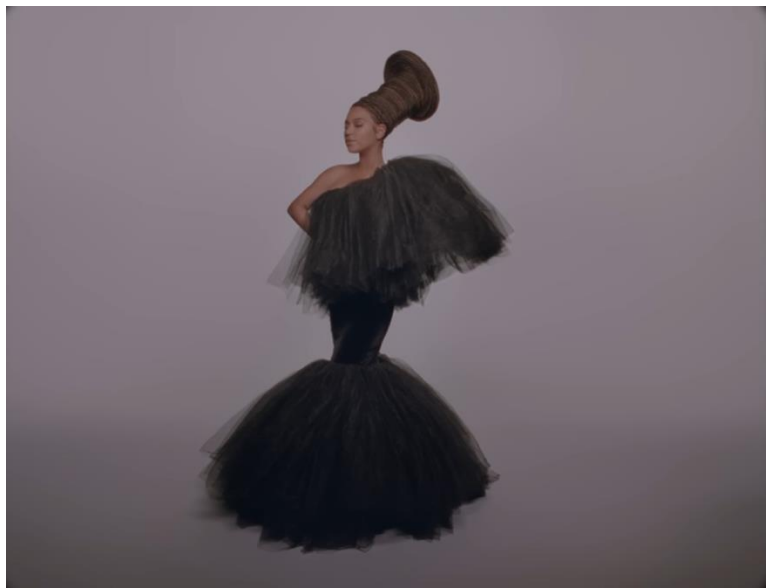
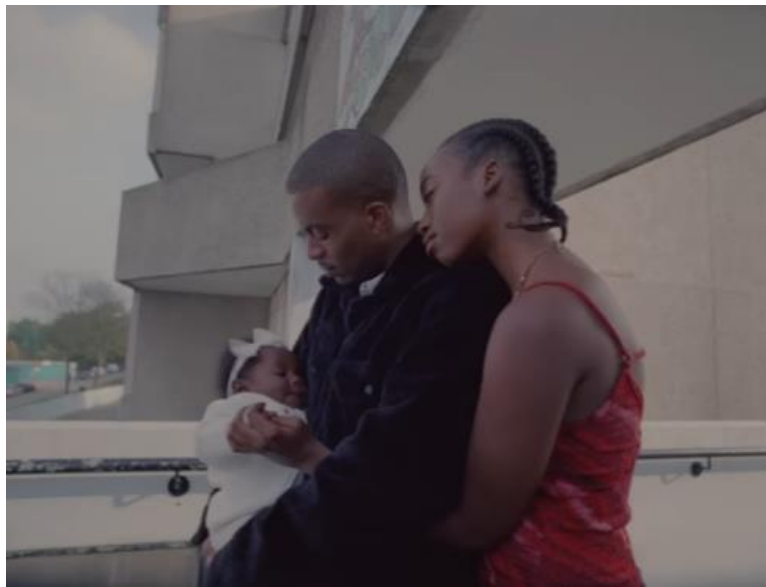
6:27 PM · Jul 17, 2019

Annexe 2, Fig. 29 : Extraits du clip *Brown Skin Girl* de Beyoncé









Annexe 2, Fig. 30 : Référence extérieure : post
instagram France Culture



En 2014, lors de la conférence
*"Êtes-vous toujours une esclave ?
Libérer le corps de la femme noire"*
donnée à la New School de New York,
la théoricienne **bell hooks** a déclaré :

“

*Une partie de Beyoncé
est en réalité antiféministe
et même terroriste, surtout
au regard de son influence
sur les jeunes filles.*

”

*["I see a part of Beyoncé
that is in fact anti-feminist,
that is a terrorist, especially
in terms of the impact
on young girls."]*

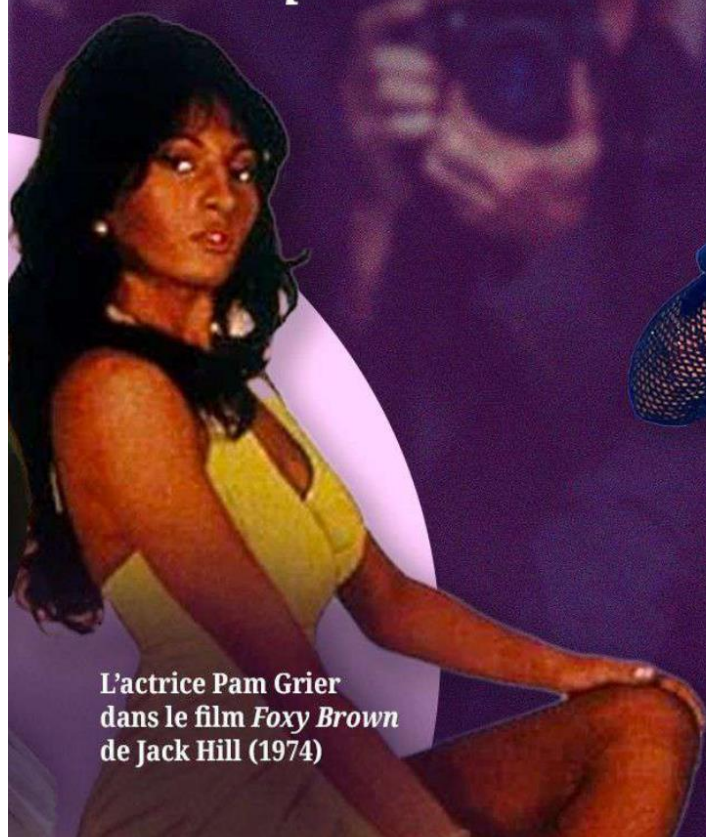
Volontairement provocatrice,
bell hooks alerte ici sur la persistance
**des images stigmatisantes associées
aux femmes noires** lorsqu'elles
sont représentées dans l'espace public,
au sein d'une société capitaliste,
raciste et patriarcale.

Parmi **ces stéréotypes**,
il existe par exemple celui
de la "*black mama*",
corpulente et aimante.

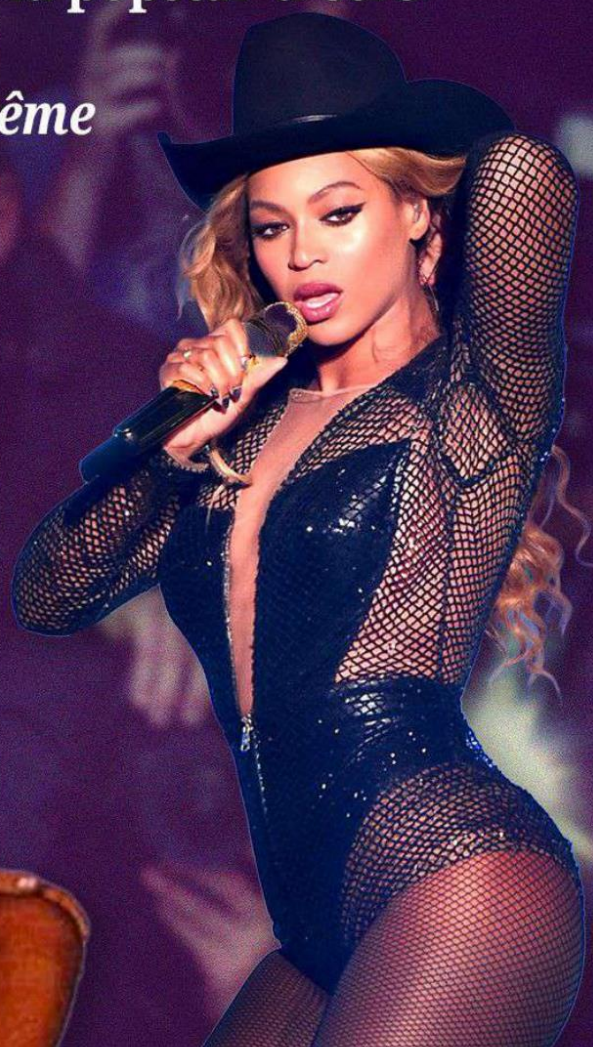


L'actrice Hattie McDaniel
dans le film *Autant en emporte le vent*
de Victor Fleming (1939)

Beyoncé hériterait quant à elle du **cliché de la "Jézabel"**, femme claire de peau, tentatrice et **hyper-sexualisée**.
L'autrice accuse ainsi la popstar d'être *"complice dans cette construction d'elle-même en tant qu'esclave."*



L'actrice Pam Grier
dans le film *Foxy Brown*
de Jack Hill (1974)



“

*Qui dit une image hyper-sexualisée, s'inscrivant dans l'histoire de l'esclavage états-unien, dit aussi une manière politique de **justifier la violence sexuelle à l'égard des femmes noires.** Ce qu'il se passe dans la pop culture peut ensuite se refléter dans le quotidien de personnes.*

”

PAMELA OHENE-NYAKO
Historienne

“

*bell hooks parle des petites filles qui vont être **confrontées à cette culture populaire**, avec très peu d'autres représentations de femmes noires dans lesquelles elles pourraient s'imaginer. Elle voudrait **qu'il y ait d'autres projets pour elles** que d'être en body, sur scène, à flatter un homme qui les a trompées et qui a cassé leur voiture.*

”

PAMELA OHENE-NYAKO
Historienne

À ÉCOUTER



À retrouver en suivant le lien en bio
ou sur l'application Radio France

Annexe 3, Fig. 31 : Entretien réalisé avec Mélissa Gérard-Mentest

Jessica Dufaud

Master Études culturelles : image, espace, média

Panthéon Sorbonne Université Paris 1

Melissa Girard Mantes

Étudiante Master MGCS

Médias, Genre et Cultural Studies

Université Sorbonne Nouvelle Paris 3

À Paris, le 02 Mai, 2025

- Enregistrer l'entretien audio effectué le 04 avril 2026 et de diffuser les résultats à des fins académique encadrés dans le mémoire de master en cours.

Cela dans le cadre **strictement académique** du mémoire sur le *pop féminisme dans les clips de pop* de Master 2 Études culturelles : image, espace, média pour une diffusion scientifique restreinte a cette année 2026 **sans aucune visée ou finalité commerciale.**

Le 26 Mars 2026 à Paris, France,

Signature :



Entretien avec Mélissa Gérard-Menteste

Jessica Dufaud

Peux-tu te présenter brièvement, nom, âge, spécialité d'études ?

Mélissa Gérard-Menteste

Je m'appelle Mélissa Gérard-Menteste, j'ai vingt-deux ans et je suis étudiante en deuxième master de média genre et *cultural studies* à la Sorbonne Nouvelle.

Jessica Dufaud

Quel est ton parcours universitaire avant le master MGCS ?

Mélissa Gérard-Menteste

J'ai fait une licence info-com à l'Université catholique de l'Ouest à Nantes, puis ensuite un master 1 à la Sorbonne Nouvelle en information communication.

Jessica Dufaud

Y a-t-il des cours ou auteurs ou approches théoriques du master qui ont particulièrement influencé ta manière d'analyser les médias ?

Mélissa Gérard-Menteste

Tout ce qui est autour des *cultural studies*, j'aime bien travailler sur les sociologies des identités, du coup, ce qui m'intéresse particulièrement quand j'analyse les médias, c'est les représentations et les rapports sociaux, genre, classe, race et handicap.

Jessica Dufaud

Travailles-tu, sur des sujets liés aux représentations, au genre ou aux industries culturelles dans tes propres recherches ? Si oui, lesquelles ?

Mélissa Gérard-Menteste

L'année dernière, j'ai fait mon mémoire sur les représentations des danseurs et danseuses classiques dans les films par le prisme du genre et de la sexualité.

Ce sont des objets issus des industries culturelles : des films, notamment *Black Swan*, *Billy Elliot* et *Birds of Paradise*. C'était super intéressant.

J'essayais de faire un petit peu d'intersectionnalité dans mon analyse, même s'il n'y en avait pas beaucoup parce que c'était très blanc.

En fait, ce qui est particulier dans mon travail de l'année dernière, c'est que, les films de l'industrie du cinéma on peut y croiser beaucoup de représentations très diverses, mais dans mon corpus, particulièrement, travaillait sur des danseurs et danseuses, c'est que ça s'inscrit dans le modèle très classique du ballet, historiquement situé aussi, très hégémonique très blanc.

Quand on voit par exemple des compagnies de danse comme l'Opéra Paris, c'est très homogène : tout le monde se ressemble.

L'idée de croiser les deux pour voir si le cinéma qui peut mettre en avant des représentations moins hégémoniques le faisait aussi dans les films de danse. J'ai remarqué que c'était le cas, d'autres il y avait des nuances. C'était vraiment super intéressant.

Jessica Dufaud

Quel concept ou outil théorique mobilises-tu le plus spontanément lorsque tu analyses, ces objets de pop culture et de ces représentations de genre hégémonique ?

Mélissa Gérard-Menteste

De l'analyse de discours. Les discours des représentations. Donc Foucault, Stuart Hall pour les représentations. Je n'ai pas tant travaillé sur la réception, j'aimerais le faire l'année prochaine en thèse, si je suis prise.

Teresa De Lauretis aussi : les médias créent le genre, ce qui rejoint Foucault, technologie de pouvoir, technologie de genre.

Jessica Dufaud

Comment tu réconcilies les deux ? par exemple, pour le féminisme pop, c'est du féminisme, certes, mais dans un discours ancré dans toute une hégémonie.

Mélissa Gérard-Menteste

Je pense que ça a lieu, au niveau de ce qu'on appelle les résistances. Foucault dit que quand il y a pouvoir, il y a résistance. C'est intéressant de creuser ça : même si d'apparence, on pense que ce sont des représentations hégémoniques, il y a de la négociation.

C'est ça qui est intéressant de voir dans les discours, les détails, les choses un peu cachées qui font qu'en fait ces discours s'extraient de l'hégémonie, parfois.

Mais il faut toujours nuancer. Par exemple, lorsqu'on regarde un film comme *Black Swan*, c'est une meuf qui est un peu fragile, qui est abusée par son prof de danse, mais au final, on voit qu'il y a quand même de la résistance parce que la protagoniste a une relations lesbiennes avec sa collègue.

La visibilité de la sexualité lesbienne est quelque chose de très rare ; en tout cas, ce n'est pas du tout le cas dans la culture du ballet, où tout est très hétéronormé. Le simple fait de montrer cela constitue déjà une forme de résistance.

Mais, d'un autre côté, on peut aussi interroger cette représentation. Est-ce qu'il ne s'agit pas simplement d'un fantasme hétérosexuel mettant en scène des danseuses qui couchent ensemble ? C'est précisément ce qui rend ces représentations intéressantes à analyser. En ce moment, je travaille justement sur les représentations lesbiennes, et il existe beaucoup de nuances à prendre en compte. C'est quelque chose d'assez récurrent : j'ai analysé trois films, et deux d'entre eux mettaient en scène des représentations lesbiennes. Il faut donc les analyser, mais aussi prendre une certaine distance critique par rapport à l'ensemble du dispositif et à la logique dans laquelle ces représentations s'inscrivent.

Jessica Dufaud

Quelle place la musique pop occupe-t-elle dans ta vie quotidienne ?

Mélissa Gérard-Menteste

J'écoute de la pop tous les jours. J'aime beaucoup, ça me permet de penser à autre chose.

J'écoute vraiment beaucoup beaucoup de choses, beaucoup de genres différents. Souvent, j'écoute de la musique pour me calmer ou quand je ressens quelque chose de très fort, et j'arrive à trouver une chanson ou un artiste qui me fait sentir mieux par rapport à mon état d'esprit du moment.

Ce que je vais plutôt critiquer chez les pop stars qui sont un peu plus populaires, *mainstream*, ce n'est pas tant la qualité de leur musique, mais leur personnalité, leur engagement politique ou comment elles se mettent en scène.

Mais au niveau de la musique en elle-même, apart si ça me *cringe* au niveau des paroles, je ne vais pas détester une artiste populaire.

Jessica Dufaud

Pour être plus précise, quand tu dis Populaire tu parles de qui ? Quelle artistes?

Mélissa Gérard-Menteste

Par exemple Taylor Swift. J'aime beaucoup la musique de Taylor Swift, depuis le début.

Son dernier album, je vais parler franchement, ça m'a *cringe* un peu. Et maintenant même si j'étais vraiment *swiftie*, je vois aussi la façon dont elle se met en scène, elle est très, très lisse, à tel point qu'en fait elle ne fait pas de politique, elle ne parle jamais.

Et du coup, ça commence à m'énerver un peu. Mais ça ne veut pas dire que j'aime moins sa musique. Sauf le dernier album, Mais sinon, ça m'arrive encore de l'écouter.

Jessica Dufaud

Justement, ce qui est intéressant avec Taylor Swift, puisque j'ai regardé son documentaire *Miss Americana*, c'est qu'elle disait que, venant de l'industrie country, on lui avait inculqué qu'il ne fallait pas imposer sa politique aux autres. Il fallait être une gentille fille, dire « merci » et « s'il vous plaît ». Je me dis que son engagement politique est aussi conditionné par toute une industrie qui est derrière elle.

Mélissa Gérard-Menteste

Oui, c'est vrai. Mais d'un autre côté, tu vois, il y a des *eras* où elle parlait plus que d'autres, *Red*, *Lover*.

Elle prenait position. C'est difficile de voir qu'il y a des personnes qui lissent leur image alors qu'il y a des moments de leur vie où elles l'ont moins fait, tu vois ?

Jessica Dufaud

Surtout dans des périodes politiques comme ce qui se passe maintenant.

Mélissa Gérard-Menteste

C'est ça ! Exactement ! ça montre vraiment une volonté de s'effacer et de rentrer dans les cases.

Au début de sa carrière, c'était différent : elle faisait de la country, c'était ce qu'on attendait d'elle, et on ne la connaissait pas encore. Du coup, ça me choquait moins.

Jessica Dufaud

Regardes-tu des clips régulièrement ? Pourquoi ? Et sur quelle plateforme ?

Mélissa Gérard-Menteste

Plutôt YouTube, même si, en réalité, je ne regarde pas énormément de clips. J'ai remarqué que j'en regardais beaucoup quand j'étais plus jeune, notamment au collège. Le matin, avant d'aller à l'école, je mettais des clips sur mon ordinateur et je me préparais en les regardant et en écoutant la musique. C'étaient toujours les mêmes clips.

Mais je pense que si j'en regarde moins aujourd'hui, c'est surtout parce que la plateforme m'énerve. Ce n'est pas tant les clips qui me dérangent, mais plutôt le fait qu'il y ait tellement de publicités. Je trouve que ce n'est pas agréable de devoir regarder plusieurs minutes de publicité avant un clip qui dure entre trois et dix minutes, tu vois ?

Après, j'avoue que, quand j'aime vraiment un clip, je suis capable de le regarder en boucle.

Jessica Dufaud

Peux-tu citer des artistes ou des clips qui t'ont marquée personnellement ?

Mélissa Gérard-Menteste

Look What You Made Me Do, par exemple. Je le regardais en boucle.

Jessica Dufaud

Qu'est-ce qui t'a fascinée, dans ce clip, justement ?

Mélissa Gérard-Menteste

Je pense que c'était le moment où je devenais vraiment fan de Taylor Swift

je me suis dit : *Oh my god !*, c'est ça Taylor Swift ? J'adore ! C'était trop bien.

En plus, j'étais dans mon *era Hunger Games*, donc j'aimais ce côté badass. Elle était trop stylée, c'est pour ça que je le regardais en boucle.

Jessica Dufaud

Est-ce que tu trouves qu'il y a de l'*empowerment* dans ce clip ?

Mélissa Gérard-Menteste

Ouais ! Moi, je trouve. En tout cas, ça m'a vraiment donné un sentiment d'*empowerment*, ça m'a beaucoup inspirée !

C'est peut-être aussi toute l'esthétique du clip : le fait que ce soit un peu sombre, avec des touches dorées, et qu'elle soit un petit peu... comment on peut dire ? Une *femme fatale*.

Et puis le fait que ce soit vraiment accrocheur. Il y avait le clip de *Bad Blood* [Taylor Swift], qui m'avait fait un peu le même effet. Je trouvais qu'elles étaient toutes très stylées aussi.

Le seul problème, c'est que c'était uniquement des mannequins, grandes et minces.

Dans *Look What You Made Me Do*, je trouve qu'il y a un peu plus de diversité, notamment chez les danseurs. C'est un peu plus *queer*, et c'est cool !

Jessica Dufaud

Comment as-tu découvert ton intérêt pour la culture pop en tant qu'objet d'analyse et pas seulement de consommation ?

Mélissa Gérard-Mentest

Au lycée. J'ai eu des professeurs géniaux qui me faisaient déjà travailler sur les *cultural studies* à cette époque. Par exemple, j'ai réalisé l'un de mes grands oraux du baccalauréat sur les films américains et la représentation de la conquête de l'espace par les États-Unis. C'est très *cultural studies* parce qu'il s'agit d'une industrie qui met en scène des enjeux géopolitiques.

Mon deuxième sujet portait sur la reprise de l'image de la Servante dans *The Handmaid's Tale* lors des manifestations féministes. Là aussi, on est pleinement dans les *cultural studies*. Je sais qu'avec mes professeurs d'anglais et d'histoire-géographie, nous étudions beaucoup d'objets issus de la culture populaire. Avec ma professeure d'histoire-géographie, par exemple, nous avons étudié le clip *Balance ton quoi* d'Angèle.

C'est également à ce moment-là que je me suis dit que la musique était profondément politique. J'ai vraiment eu des professeurs formidables qui nous ont montré beaucoup de films et avec lesquels nous analysions de nombreuses musiques et chansons. Je me suis alors rendu compte que la culture populaire avait un véritable impact et qu'elle était chargée de significations.

À l'origine, je voulais faire du journalisme culturel pour étudier ce type d'objets. C'est d'ailleurs pour cette raison que je me suis orientée vers l'info-com. Je trouve que les *cultural studies*, c'est exactement cela : analyser la portée politique des objets médiatiques

Jessica Dufaud

Est-ce que ton regard sur les clips a changé depuis que tu as commencé le master MGSC ? Si oui, comment ?

Mélissa Gérard-Mentest

Je ne sais pas si c'était spécialement sur les clips, mais j'ai eu un moment, l'année dernière, où, à chaque fois que je voyais un film, une publicité ou n'importe quel contenu médiatique, j'étais obligée de l'analyser sous le prisme du genre.

Ça m'a un peu saoulée à un moment, j'ai voulu « fermer mon cerveau », parce que je n'arrivais plus à apprécier les choses telles qu'elles étaient.

À chaque fois, je me demandais : qu'est-ce que ça dit au niveau des représentations de genre ? Au niveau des corps ? Est-ce qu'il y a des corps différents ? Même au niveau des couleurs... Je me posais toujours des questions.

Même aujourd'hui, quand je vais au cinéma, les commentaires que je mets sur Letterboxd, c'est souvent : « Il y a trop d'hommes », « C'est trop blanc ».

Concernant les clips, je sais que quand j'étais au lycée, j'écoutais énormément de chanteuses pop blanches, auxquelles je pouvais m'identifier, puisque je suis blanche. Mais je trouve que c'est un peu une *white girl music* qui manque de saveur.

À ce moment-là, j'ai commencé à diversifier mes écoutes et à découvrir d'autres artistes, comme Kali Uchis, ou davantage de R'n'B. C'est vrai que dans ces genres musicaux, on retrouve aussi plus de « diversité », entre guillemets.

C'est pour ça qu'aujourd'hui, j'écoute vraiment de tout et que j'essaie de regarder le plus de choses possibles, en évitant de me cantonner à des contenus très hégémoniques.

Jessica Dufaud

Ce *white girl* dont tu parles, c'est intéressant quand on dit pop music on pense forcément à des figures blanches

Mélissa Gérard-Mentest

Ouais, C'est vrai

Jessica Dufaud

Au final, il y a aussi des figures noires dans la pop. Elles existent, mais elles sont rarement considérées comme pop. On les classe plutôt en rap ou en R'n'B.

Mélissa Gérard-Mentest

Oui, mais tu vois, le R'n'B est historiquement un genre musical associé aux personnes racisées. Je ne sais pas si je t'en avais déjà parlé, mais Renée Rapp est une artiste pop qui fait parfois des reprises très influencées par le R'n'B. Pourtant, elle a déclaré publiquement qu'elle ne souhaitait pas faire de R'n'B, parce qu'elle considérait que cela pourrait relever de l'appropriation culturelle.

Jessica Dufaud

On peut aussi penser à Doja Cat, pendant les cérémonies et concours son album *Hot Pink*, je crois, ou *Planet Her*, qui sont des albums qui sont pop. Je les considère pop. Ils ont concouru dans les catégories R'n'B ou rap.

Mélissa Gérard-Mentest

Même Kali Uchis, qui fait quand même beaucoup plus de la pop que du R'n'B. Elle est Latina, elle est Colombienne, mais elle est rarement mise dans des catégories pop. Je la considère quand même plus pop que R'n'B.

Jessica Dufaud

La définition de pop music, elle est assez...

Mélissa Gérard-Mentest

En soi, c'est musique populaire, mais ça veut dire quoi ? On peut mettre presque tous les genres de musique là-dedans.

Jessica Dufaud

Avant même d'étudier les questions de genre à l'université, avais-tu déjà remarqué des dimensions féministes dans les clips pop ?

Mélissa Gérard-Mentest

Ouais. En seconde, quand on a analysé le clip de *Balance Ton quoi*, je me suis dit Putain ! c'est tellement féministe. Je pense que ces à partir de ce moment-là, je me suis dit : Purée, en fait, une musique, un clip, ça peut vraiment dénoncer des trucs.

Bon, du coup, ce n'est pas américain *Balance ton quoi*. Je trouve ça hyper intéressant. Dans la mise en scène, c'était plein de symboles. Je me suis dit : le pouvoir que peut avoir une chanson, un clip sur des luttes, j'ai trouvé ça trop bien.

Jessica Dufaud

Mais est-ce que ce n'est pas aussi une forme de capitalisation sur ces luttes ?

Mélissa Gérard-Mentest

C'est tout le paradoxe, et c'est justement ce qui est très intéressant à analyser. Même lorsqu'on véhicule des messages féministes ou antiracistes, tous ces rapports de pouvoir sont liés entre eux. Évidemment, on peut réaliser un clip féministe qui dénonce de nombreuses formes d'oppression. Mais, à la base, il y a aussi la question du capitalisme. On cherche à dénoncer quelque chose tout en s'inscrivant dans un système qui participe lui-même à certaines formes d'oppression.

Je vais prendre l'exemple de Théodora. Elle est très engagée politiquement. Lors des élections municipales, elle disait qu'il fallait voter pour La France insoumise, le NPA ou Lutte ouvrière, donc pour des partis aux positions clairement anticapitalistes. Pourtant, dans ses chansons, elle affirme souvent qu'elle est heureuse de gagner beaucoup d'argent. Or, cette valorisation de la réussite financière s'inscrit pleinement dans une logique capitaliste.

Il y a donc une forme d'ambiguïté : elle dénonce certains aspects du système tout en y participant. C'est d'ailleurs ce qui rend son positionnement intéressant à analyser. Elle est engagée sur de nombreuses causes, mais l'industrie dans laquelle elle évolue ne favorise pas nécessairement ces mêmes causes. C'est une forme d'engrenage.

Jessica Dufaud

Qu'est-ce que le pop féminisme évoque pour toi sur un plan personnel ?

Mélissa Gérard-Mentest

Je pense que ce serait quelque chose de très libéral. À mon avis, ce n'est pas du « vrai » féminisme, à mon avis. Après, comme je fais des études de genre, j'ai conscience qu'il existe plusieurs courants féministes : le féminisme matérialiste, le féminisme du *care*, les approches queer, etc. Personnellement, je trouve que le féminisme libéral a ses limites.

Je pense qu'il y a aussi une ambiguïté pour les personnes qui ne sont pas familières avec le féminisme et ses concepts. Pour ma part, j'ai été introduite au féminisme par le pop féminisme et par les clips musicaux. Je pense que cela peut constituer une bonne porte d'entrée.

Je ne dirais donc pas que c'est totalement mauvais ou totalement positif. Il faut nuancer. Le féminisme est composé de nombreux courants qui peuvent parfois être assez fermés les uns aux autres. Personnellement, je ne m'identifie pas à un courant en particulier. Je ne suis pas entièrement matérialiste, ni dans une logique misandre ou de lutte des classes où les femmes devraient renverser les hommes. Je ne suis pas non plus totalement queer, même si certaines idées issues de ces approches m'intéressent. Je suis davantage critique vis-à-vis du féminisme libéral, même si des chansons comme *The Man* de Taylor Swift ont pu m'inspirer à un moment de ma vie.

Finalement, je pioche un peu dans les différents courants pour construire ma propre vision du féminisme. C'est aussi quelque chose que j'ai étudié en cours. Par exemple, les premières féministes, les suffragettes, étaient également traversées par des logiques raciales. Certaines revendications sont apparues dans un contexte où des femmes blanches avaient le sentiment de perdre des droits ou du pouvoir par rapport aux hommes noirs. Cela montre que ces mouvements comportaient aussi une dimension raciste qu'il faut analyser de manière critique.

De la même façon, les approches intersectionnelles m'intéressent beaucoup et j'adhère à certaines de leurs analyses. Le féminisme blanc ne peut pas être considéré comme une norme universelle : il doit lui aussi être remis en question.

Jessica Dufaud

Y a-t-il des artistes féminines dont tu te sens proche ou inspirée par leurs messages ou leurs images ?

Mélissa Gérard-Mentest

il y en a plein. Je ne sais pas s'il y a une artiste en particulier.

C'est vraiment par moments. Je crois que je n'ai pas vraiment d'artiste à laquelle je peux m'identifier totalement en me disant J'adore tout, de A à Z.

Parce que je critique un peu tout le temps, et c'est pour ça que j'écoute pas mal de choses : je prends ce que j'aime et je laisse ce que je n'aime pas.

C'est vraiment par périodes. Par exemple, j'ai eu des périodes très Ariana Grande, où tout ce que j'écoutais, c'était Ariana Grande, et je regardais plein de TikTok d'elle. Je pensais : « Je la kiffe ! Elle est trop forte, trop belle, trop mignonne. »

J'ai aussi eu une période Taylor Swift, qui a duré un peu plus longtemps. En fait, je ne sais même pas vraiment pourquoi je m'identifie à elle.

Je me souviens que quand on me demandait pourquoi j'aimais Taylor Swift, je disais que j'aimais sa façon d'écrire, notamment sur *Folklore*, *Evermore* ou *Reputation*.

Il y avait aussi des chansons dans *Love...* mais ça me mettait un peu mal à l'aise, donc je ne les écoutais pas forcément, même si on les connaît parce qu'elles passent en boucle à la radio.

J'écoute aussi beaucoup Kali Uchis, mais sa personne ne m'intéresse pas vraiment, je ne m'y identifie pas.

Mais j'aime bien ses chansons. Elle chante en espagnol, et même si je ne parle pas espagnol, ce n'est pas comme si j'avais besoin de tout comprendre : j'aime quand même ce qu'elle propose.

Jessica Dufaud

Qu'est-ce qui t'a attiré sur les messages, les esthétiques de ces artistes-là? Qu'est-ce qui t'a attiré vers elles ? Par exemple, Ariana Grande ou Kali Uchis ou Taylor Swift à l'époque?

Mélissa Gérard-Mentest

Taylor Swift, je l'écoutais quand j'étais vraiment plus jeune. C'était aussi quelque chose de très mainstream. Quand je te parle de *Look What You Made Me Do* ou de *Bad Blood*, ce sont des chansons qu'on voyait et qu'on entendait partout à l'époque. Ce n'est pas moi qui ai fait des recherches particulières pour les découvrir ; elles me sont simplement un peu tombées dessus. Je me disais juste : "Ah, c'est cool", et je les écoutais.

En revanche, *Folklore* et *Evermore*, je les ai vraiment beaucoup aimés. Je me suis dit : Purée, elle parle de sentiments ou d'émotions que je peux ressentir moi aussi. J'avais parfois l'impression que certaines chansons parlaient directement de moi. Par exemple, *Mirrorball*, je me reconnaissais complètement dedans.

Avec *TTPD* [*The Tortured Poets Department*] c'est différent. Je me dis D'accord, là c'est profond. Elle évoque parfois des états émotionnels ou des difficultés auxquelles je peux m'identifier. Du coup, ce sont des chansons que je garde surtout pour les moments où j'ai besoin de pleurer ou d'être seule avec mes émotions.

Ça me fait penser que j'ai aussi eu une période Olivia Rodrigo, que j'ai énormément écoutée. Aujourd'hui, un peu moins, parce que je trouve que certaines chansons font plus adolescentes. Son premier album est sorti environ un an après le Covid, donc je devais être en terminale. Je trouvais ça très *badass* pour une jeune femme : il y avait à la fois des chansons douces et très sentimentales, mais aussi des titres comme *Brutal*, que j'écoutais en boucle. Je me disais Purée, elle a envie de tout casser ! Je trouvais ça vraiment stylé.

Jessica Dufaud

Oui, il y a cette... comment dire ça en français ? Cette *teenage angst*.

Mélissa Gérard-Mentest

C'est ça ! Des adolescents en colère. J'étais en colère et je m'identifiais à elles à ce moment-là.

Jessica Dufaud

Elles sont apparues dans ta vie dans un moment spécifique où tu avais besoin d'elles, c'est ça ?

Mélissa Gérard-Mentest

C'est un peu comme ça à chaque fois. Kali Uchis, par exemple, j'ai commencé à l'écouter quand j'étais en seconde. Il faisait beau, j'avais terminé les cours, et la chanson *Dead To Me* est apparue. Je me suis dit Purée, cette chanson a vraiment une vibe incroyable. Du coup, j'ai commencé à écouter toute sa discographie et je me suis rendu compte que j'adorais ça. Mais, au départ, c'était surtout pour l'ambiance qu'elle dégageait.

J'ai aussi un rapport particulier à la musique. J'en ai pratiqué pendant longtemps : j'ai fait dix ans de violon, du solfège et un peu de piano. Je ne sais pas si j'ai une véritable oreille musicale, mais j'aime profondément la musique. Je suis autiste et je ressens les choses très intensément. Je fais également de la danse depuis dix-sept ans.

Du coup, la musique est quelque chose que je ressens physiquement, ici. [Elle pose la main sur son cœur.]

Il y a des chansons qui sont simplement amusantes et pour lesquelles je ne me prends pas trop la tête. Mais si j'aime particulièrement les artistes que je t'ai cités, c'est parce qu'elles me font ressentir quelque chose. Que ce soit à travers leurs paroles ou leurs productions musicales, elles provoquent chez moi des émotions fortes.

Parfois, je suis dans ma chambre et je danse. D'autres fois, je m'allonge sur mon lit et j'écoute simplement la musique. Il m'arrive même de pleurer, non pas parce que je suis triste ou parce que la musique est triste, mais parce que je ressens profondément ce qu'elle me transmet

Jessica Dufaud

Est-ce que ce serait de l'*empowerment* ou juste du ressentiment ?

Mélissa Gérard-Mentest

Les deux je ne sais pas si je fais vraiment une différence. Je pense que l'*empowerment* Ça peut faire partie d'un sentiment que je peux ressentir quand j'écoute.

Jessica Dufaud

Quel clip t'a donné pour la première fois l'impression que la pop pouvait être un espace d'expression féministe ? Tu avais dit *Balance Ton Quoi* Dans un contexte américain, ce serait ?

Mélissa Gérard-Mentest

Indirectement, *Look What You Made Me Do*.

Je me souviens que je regardais beaucoup de clips le mercredi après-midi quand j'étais au collège, à la télévision. Du coup, chaque semaine, il y avait les mêmes clips : Ariana Grande, Katy Perry... *The Man*.

Au début du collège, voire même à l'école primaire, je regardais beaucoup de clips de Katy Perry. Pareil, je la trouvais très *badass*.

Par exemple, le clip où elle est à l'armée [*Part of Me*]. C'est clairement de la propagande pour les États-Unis.

Mais à l'époque, je me disais Ah, c'est une femme qui fait l'armée ! J'avais déjà dix ans. Elle était déguisée en homme, et je trouvais ça super stylé.

Je me disais : Ok, même les femmes peuvent se battre, c'est trop stylé !

Après, avec du recul, je vois bien que c'était de la propagande.

Jessica Dufaud

Tu crois que le féminisme pop passe aussi par le *persona* de la chanteuse ?

Mélissa Gérard-Mentest

Je ne sais pas si c'est le *persona*, mais en tout cas, c'est la mise en scène. La mise en scène de la chanteuse dans les clips.

Parce que Katy Perry, il y a plein d'autres clips où elle ne revendique pas du tout le féminisme. Il y a un autre clip que je regardais beaucoup, c'est *California Gurls*. Elle était à moitié à poil tout le temps.

Je me souviens qu'elle avait un soutien-gorge avec des bonbons. Pour moi, ce n'est pas du tout féministe : c'est vraiment la façon dont elle se met en scène.

C'est la même personne.

Alors que dans le clip où elle est à l'armée [*Part of Me*], je me dis qu'elle est trop stylée.

C'est là qu'on voit qu'il y a de la nuance

Jessica Dufaud

Selon toi, le pop féminisme est-il un outil d'émancipation, un langage médiatique, une esthétique, une stratégie de visibilité ou un mélange de tout cela ?

Mélissa Gérard-Mentest

Un mélange de tout cela. On peut prendre chacun des clips et essayer d'analyser dans quelle mesure il correspond à chacun de ces critères.

Dans tous les cas, puisqu'il s'agit d'un objet médiatique, il y a forcément une dimension de représentation médiatique. L'esthétique est également importante, parce que chaque clip possède finalement une identité visuelle qui lui est propre. D'une certaine manière, c'est un peu comme une œuvre d'art.

Je ne sais pas s'il existe des artistes dont l'esthétique des clips reste toujours exactement la même. J'ai l'impression qu'il y a généralement des éléments récurrents, mais aussi beaucoup de variations d'un clip à l'autre.

Jessica Dufaud

Je dirais Sabrina Carpenter, dans le sens où il y a toujours des motifs récurrents dans ce qu'elle propose. On retrouve souvent l'hyperféminité, une esthétique rétro, ainsi que des récits dans lesquels elle met symboliquement en scène des hommes qu'elle élimine. Ce sont des éléments qui reviennent régulièrement dans ses clips et qui contribuent à construire une identité visuelle assez cohérente.

Mélissa Gérard-Mentest

C'est surtout pour ses albums récents. Il y avait une chanson dont le clip se passait dans le métro, mais je ne me souviens plus de son titre....

Jessica Dufaud

Thumbs !

Mélissa Gérard-Mentest

Oui, *Thumbs*, ça n'a pas du tout le même esprit que *Man's Best Friend*. Maintenant, elle joue énormément de l'hégémonie hétéro, du capitalisme. Mais je ne sais pas si ce sont des choses dont elle se sert. Est-ce qu'elle les critique vraiment ? Ça, c'est à définir. Je pense que c'est aussi très subjectif. Moi, il y a des trucs qui m'ont dérangé, surtout dans sa mise en scène de *Man's Best Friend*

Jessica Dufaud

Sabrina Carpenter s'inscrit aussi dans une stratégie de visibilité. Tout le monde a parlé, par exemple, du baiser avec Jenna Ortega dans le clip *Taste*. Le fait qu'elle tue des hommes dans plusieurs de ses clips est également devenu une blague récurrente au sein de sa *fanbase*.

Mélissa Gérard-Mentest

C'est une stratégie de visibilité, mais pour quelque chose qui est aussi très hégémonique. Elle, c'est une femme blanche, blonde, aux yeux bleus, qui correspond exactement aux standards attendus par l'hégémonie. Donc, au final, mettre en visibilité quoi ? Quelque chose qui est déjà plus ou moins la norme.

Jessica Dufaud

Je vais reprendre Richard Dyer ou Debord, qui parlaient du fait qu'on ne connaît jamais vraiment la star parce qu'elle est un personnage médiatique. Et justement, j'ai l'impression que ce pop féminisme, c'est un féminisme où l'on n'est jamais vraiment sûr de l'authenticité et de l'honnêteté des messages qui sont portés.

Mélissa Gérard-Mentest

C'est clair. Est-ce que les clips et les messages qui y sont véhiculés sont performatifs, ou est-ce qu'ils reflètent réellement l'engagement des artistes dans les luttes qu'ils mettent en avant ?

Si on reprend l'exemple d'Angèle, a priori, elle participe souvent à des manifestations. Elle semble aussi concernée par les droits LGBT+, d'autant plus qu'elle est bisexuelle. Mais si l'on prend des artistes plus hégémoniques, est-ce qu'elles vont réellement se mouiller ?

Lorsqu'on appartient à un groupe qui peut faire l'objet de discriminations en raison de sa couleur de peau, de son orientation sexuelle ou de son handicap, on est souvent davantage amené à prendre la parole.

À l'inverse, lorsqu'on n'est pas directement concerné, l'engagement peut parfois paraître plus performatif : "Non mais je suis avec vous, je vous soutiens. Mais, en réalité, cela ne m'impacte pas directement, donc je m'en fiche un peu

Jessica Dufaud

Comment perçois-tu la manière dont les clips pop façonnent certaines représentations de la féminité ?

Mélissa Gérard-Mentest

C'est très intéressant. Déjà, je trouve que, même lorsqu'il y a une portée plus ou moins féministe ou une volonté de dénoncer certaines choses, la féminité reste représentée de manière très hégémonique. On voit toujours des femmes très féminines, qui portent des talons, s'habillent de façon conventionnellement féminine.

Mais c'est intéressant parce que j'ai lu un article sur la *femmephobia*. Du coup, je trouve qu'il peut y avoir une forme de résistance dans le fait de se mettre en scène de manière extrêmement féminine, puisque c'est souvent cette féminité-là qui fait l'objet de misogynie. Évidemment, le féminisme inclut toutes les formes de féminité et toutes les expressions de genre.

Malgré tout, les pop stars restent généralement dans une représentation très hégémonique de la féminité traditionnelle. Bon, il y a quand même quelques nuances, quelques subversions. Lorsqu'elle s'habille complètement en homme, Taylor Swift porte un masque, une prothèse de cheveux d'homme, elle se déguise entièrement. À ce moment-là, ce n'est plus vraiment Taylor Swift.

Taylor Swift, lorsqu'on la reconnaît dans ses clips, est presque toujours associée à une féminité très traditionnelle. Bon, aujourd'hui, elle devient parfois un peu plus sexy, mais auparavant, c'étaient plutôt des robes qui arrivaient jusqu'aux genoux. Pendant son *era 1989*, c'était très *Christian girl*, *Little Miss Perfect*.

Jessica Dufaud

Ce qui est intéressant, c'est l'exemple des femmes noires qui expriment cette hyperféminité dans la pop. Surtout aux États-Unis, avec toute l'histoire du corps des femmes noires, qui a été hypersexualisé par les esclavagistes blancs. Les voir se réapproprier leur corps, c'est aussi, pour moi, une forme de résistance. Cette hyperféminité, dans un sens, peut être une forme de résilience et de résistance. Est-ce qu'elles sont conscientes de ça ?

Mélissa Gérard-Mentest

C'est une féminité qui est différente d'une féminité blanche. Du coup, je pense qu'il y a là une forme de résistance. Je ne sais pas s'il y a réellement une remise en question ou quelque chose de vraiment volontaire, dans le sens où l'on s'inscrit malgré tout dans une forme de sexualisation, même lorsque celle-ci est revendiquée ou mise en scène par soi-même.

Jessica Dufaud

Par exemple, chez les femmes noires dans le rap, Megan Thee Stallion, Doechii, Cardi B, il y a une certaine esthétique, avec les grosses chaînes, les grosses casquettes, le twerk, etc. etc. Et est-ce qu'elles font ça parce que c'est imposé, cette esthétique-là ? Ou c'est parce qu'elles veulent le faire ?

Mélissa Gérard-Mentest

C'est entre le rap et le R'n'B. KWN. C'est une artiste lesbienne masculine qui ne reprend pas du tout ces stéréotypes de sexualisation des femmes noires.

Jessica Dufaud

Dans ton expérience de spectatrice, observes-tu des tensions entre liberté artistique et contraintes industrielles ?

Mélissa Gérard-Mentest

Je ne sais pas si ce sont réellement des contraintes, parce que je pense qu'il s'agit aussi de surfer sur le capitalisme et sur l'industrie afin d'obtenir du succès et de la reconnaissance. La recherche de reconnaissance est quelque chose de très capitaliste.

C'est vrai que cela peut poser question lorsqu'on voit des stars qui sont engagées politiquement sur de nombreuses causes tout en profitant malgré tout de ce système. On peut se demander si elles en profitent vraiment ou si elles sont simplement obligées de s'inscrire pour obtenir de la visibilité et de la reconnaissance.

Elles utilisent aussi ce système pour mettre en avant certaines causes, comme la communauté LGBTQ+. Elles sont inscrites dans ce système, mais peut-être aussi un peu par défaut.

Jessica Dufaud

C'est aussi une manière d'essayer de changer la machine de l'intérieur. Je sais que Billie Eilish, à l'époque où il y avait cette tendance à sortir plusieurs vinyles et plusieurs CD, elle ne le faisait pas : elle produisait ses vinyles avec des matériaux recyclés.

Mélissa Gérard-Mentest

C'est un bon exemple, Billie Eilish. Ça montre aussi qu'il y a des stars qui utilisent le système. Pour le détourner. Et ça ne veut rien dire au niveau de leur popularité, parce que c'est une des artistes les plus populaires en ce moment aussi. Ça fait son album, il est sorti il y a genre trois ans et pourtant c'est toujours dans le top chart.

Jessica Dufaud

Billie Eilish, pour moi, ne s'inscrit pas dans cette esthétique de la *girly pop*. Ce n'est pas quelque chose de très pailleté, rose, *girly* ou rempli de strass. Et je crois que c'est l'une des rares artistes pop à se distinguer de cette esthétique. As-tu l'impression que certains modèles de féminité reviennent de manière récurrente dans les clips, que ce soit à travers les corps, les attitudes, les couleurs ou les récits mis en scène ?

Mélissa Gérard-Mentest

Des femmes blanches, aux yeux bleus, minces. J'allais dire plus ou moins grandes aussi. L'hyperféminité revient souvent, même si ce n'est pas toujours le cas. Taylor Swift, par exemple, je pense qu'elle s'inscrit dans cette hyperféminité. Après, ça dépend aussi des *eras*.

Ariana Grande, c'est très marqué : les talons, les minijupes, l'eye-liner, le maquillage, les ongles faits, les cheveux parfaitement coiffés... Au final, je trouve qu'elle représente un modèle de féminité assez particulier. C'est quelque chose qui peut être perçu comme très élégant, mais aussi très performé.

Par exemple, certaines tenues de Taylor Swift sont facilement reproductibles dans la vie quotidienne. Je me souviens d'une veste pied-de-poule blanche à carreaux qu'elle portait ; j'avais d'ailleurs recréé exactement la même tenue pour aller voir le *Eras Tour* au cinéma.

Alors qu'Ariana Grande, à une certaine époque, personne ne serait sorti habillé avec d'immenses talons, un pull *oversize* et une énorme queue de cheval. Aujourd'hui, c'est différent. Pendant le tournage de *Wicked*, elle postait parfois sur Instagram des tenues beaucoup plus ordinaires : un jean bleu clair, un petit pull rose, des ballerines. Ce sont des vêtements que l'on pourrait tout à fait porter au quotidien.

Mais il y a cinq ou six ans, ce n'était pas du tout l'image qu'elle renvoyait. Je trouve qu'il existait alors une véritable marque de fabrique, une forme de performance autour du personnage Ariana Grande : les pulls *oversize*, les cuissardes, l'immense queue de cheval... Bref, toute cette image très identifiable qu'on associait immédiatement à elle et qui n'aurait pas pu être reprise par n'importe qui.

Jessica Dufaud

Comment les clips produisent-ils une position de sujet pour le spectateur ? Dans la conception de Stuart Hall.

Mélissa Gérard-Mentest

Je pense que c'est aussi très subjectif. Il va y avoir des détails ou des choses dans les clips auxquels on va donner du sens. Mais du coup, ça dépend un peu de notre expérience personnelle.

J'ai un exemple : *Shake It Off*. Moi, je fais de la danse. Quand j'ai vu Taylor Swift en tutu : Oh my God ! C'est trop stylé !" Et du coup, là, je me suis sentie investie parce que concernée.

Quand on voit quelque chose qui nous concerne, on va l'interpréter. Si on n'en avait vraiment rien à faire du clip, on ne va pas forcément le partager ou être vraiment investi.

Si moi, aujourd'hui, je regarde un clip de Travis Scott ou de Kanye West, ça ne m'intéresse pas. Je n'arrive pas à donner du sens à ça parce que je n'ai pas les codes. Ça ne fait pas miroir par rapport à ma propre expérience.

Quand Sabrina Carpenter embrasse Jenna Ortega, est-ce que c'est du *pinkwashing* ou du *queerbaiting* ? On ne sait pas trop. Mais moi, ça m'a fait rire. Elle est lesbienne. Je me suis identifiée pendant trois minutes. Ça active quelque chose de l'ordre de la reconnaissance.

Dans *Anti-Hero* de Taylor Swift, j'ai eu des TCA [troubles du comportement alimentaire]. Donc la scène de la balance elle a été supprimée, mais je me suis dit : J'ai vécu la même expérience. Du coup, pareil, tu donnes du sens à ça parce que tu l'as vécu.

Même si je ne m'identifie pas à Taylor Swift H24, je me suis dit qu'à ce moment-là, elle avait vécu une expérience similaire à la mienne

Jessica Dufaud

Selon toi, les artistes pop sont-elles des images produites au sens de ce que Richard Dreyer dit ?

Mélissa Gérard-Mentest

Ouais, je suis assez d'accord. On ne les connaît pas, ces gens-là. On parle vraiment uniquement de l'image qu'on a de ces pop stars et, du coup, cette image-là, elle est produite par les pop stars. En fait, c'est un peu une image qui est désignée pour que nous, on la reçoive comme telle. Au final, on ne les connaît pas. C'est un peu une illusion.

Jessica Dufaud

Comment comprends-tu le clip comme une technologie du genre au sens de Teresa De Laurentis ?

Mélissa Gérard-Mentest

Teresa de Lauretis dit que le genre est produit par des représentations. Si je reprends ses idées, par exemple, une féminité hégémonique qui va être représentée et reproduite dans les clips va créer des standards de féminité hégémonique. Je suis assez d'accord avec ça, même s'il y a quand même des formes de résistance.

Teresa de Lauretis s'inspire de Foucault. Il dit que là où il y a pouvoir, il y a toujours résistance. Donc, effectivement, ces représentations de la féminité sont des représentations du pouvoir qui imposent des standards. Mais on constate quand même qu'il y a de la résistance.

Jessica Dufaud

Dirais-tu que certaines artistes négocient consciemment leur image avec l'industrie ? Vois-tu des exemples ?

Mélissa Gérard-Mentest

Négocient leur image. Par-là, j'entends qu'elles ont déjà une image hégémonique et qu'elles essayent de la négocier. Billie Eilish, elle, n'est pas dans une image hégémonique. Sa simple représentation est une résistance, à mon avis. Même si elle est blanche, elle est neurodivergente, queer, anticapitaliste, avec une performance de genre qui n'est pas féminine. Je la trouve déjà assez en dehors de la normativité.

Il nous faudrait une artiste blonde, aux yeux bleus, grande, mince, hétéro, qui refuse de mettre une robe à paillettes.

Jessica Dufaud

Est-ce que tu as un exemple de négociation justement sur cette hyperféminité de l'industrie ?

Mélissa Gérard-Mentest

Lorde, dans ses premiers albums, c'était un peu dark : *smokey eyes*, *eyeliner*... Mais elle était quand même féminine dans sa présentation. Alors que maintenant, avec l'album qu'elle a sorti cet été, il y a quelque chose de beaucoup moins normatif. Comme elle est *genderfluid*, c'est beaucoup plus androgyn.

Jessica Dufaud

Comment te positionnes-tu en tant que spectatrice, plutôt dans une lecture critique ou dans un plaisir visuel spontané ?

Mélissa Gérard-Mentest

J'ai eu un moment où la lecture critique, elle était H24. Je n'arrivais pas à apprécier parce qu'à chaque fois, j'analysais, je critiquais. Maintenant, parfois, j'essaie juste d'éteindre mon cerveau et d'apprécier la chose telle qu'elle est, même si c'est un peu difficile parce que, du coup, je pense qu'instinctivement, je vais essayer de reconnaître des choses auxquelles je peux m'identifier.

Comme je suis neurodivergente et *queer*, j'arriverai moins à m'identifier si je vois un clip qui est cent pour cent hétéro. Même si je ferme mon cerveau, ça va me saouler au bout d'un moment.

Jessica Dufaud

As-tu déjà participé à des formes d'appropriation, par exemple des TikTok, des memes, des fanebass, des edits, des discussions en ligne autour d'un clip ?

Mélissa Gérard-Mentest

Je suis beaucoup sur Twitter. Ce que j'aime bien sur Twitter, c'est qu'il y a pas mal de communautés. Du coup, j'étais dans une communauté de Taylor et j'étais dans d'autres aussi. En tout cas, j'ai souvent des contenus liés à la musique et à l'actualité musicale ; c'est très large.

Du coup, oui, je *reposte* ou je *like* très souvent. Après, je ne commente pas tant que ça. Sur TikTok, c'est un peu la même chose. Je ne vais pas trop reposter les *edits*, mais je vais les liker. Je peux aussi les partager à mes copines.

J'aime bien reposter, surtout sur TikTok, des vidéos de concerts. Tous les gens qui sont au premier rang de la fosse postent de bonnes vidéos, donc j'aime bien les *reposter* sur TikTok.

Jessica Dufaud

Selon toi, pourquoi certains clips deviennent-ils viraux ou font-ils débat, alors que d'autres passent inaperçus ?

Mélissa Gérard-Mentest

Je pense que c'est parce que ça accroche l'attention.

Je pense qu'il y a des détails qui font que ça touche les gens : ils ressentent le besoin d'en parler, de dire s'ils sont d'accord ou non. Et c'est ça qui fait qu'un clip devient viral ou non.

Par exemple, *Tears* [Sabrina Carpenter]. Je ne sais pas si ça a vraiment fait polémique, mais en tout cas, il y a une prise de risque dans le fait de mettre des *drag queen* dans le clip.

C'est un *statement*. Et je pense que ce genre de prise de position peut créer de la polémique, peu importe laquelle.

Du coup, ça devient forcément politique.

Jessica Dufaud

Comment le modèle *encoding/decoding* de Stuart Hall peut-il s'appliquer à la pop ?

Mélissa Gérard-Mentest

Les codages/décodages, c'est la façon dont les publics décodent les discours médiatiques. Donc, nous avons trois façons de décoder, ou trois types de lecture. Le premier type, c'est la lecture dominante : on est d'accord avec ce qu'on voit. Le deuxième, c'est la lecture négociée : on est partiellement d'accord. Le troisième, c'est quand on n'est pas du tout d'accord avec ce qu'on voit.

Tout ça pour dire que les publics ne sont pas inactifs face à ce qu'on voit. Ils ne gobent pas toutes les informations. Je pense que ce concept-là s'applique aux clips parce que, comme je l'ai dit, on va s'accrocher à des choses qui font sens pour nous. On ne va pas tout gober d'un coup. C'est pour ça que les publics ne sont pas inactifs face aux médias, mais vraiment actifs. Ils participent complètement au message du clip.

Par exemple, si je prends un clip un peu plus vieux, *7 Rings* d'Ariana Grande, j'ai trouvé que le clip était cool parce que j'aime bien l'esthétique. Le discours capitaliste, flemme. Donc là, je suis dans la négociation. C'est vraiment une lecture négociée.

Jessica Dufaud

Penses-tu que les publics minoritaires produisent un regard oppositionnel au sens de Bell Hooks ?

Mélissa Gérard-Mentest

Ouais. Dans le sens où ça peut s'apparenter à de la réappropriation.

Je travaille sur des personnages qui ne sont pas décrits comme autistes, mais qui sont reçus comme tels par des publics autistes.

Si on reprend cet exemple, par exemple Taylor Swift : elle se met souvent en scène comme étant très hétéro. Pourtant, le clip de *ME!* [Taylor Swift] peut clairement être interprété comme quelque chose de très *queer*.

Le clip de *Lavender Haze* [Taylor Swift], aussi, peut être lu comme très lesbien : le violet, par exemple, est souvent associé à une symbolique lesbienne.

Jessica Dufaud

Selon toi, est-ce que tu penses que la majorité du public gobe ce pop féminisme sans le questionner ou le critiquer ?

Mélissa Gérard-Mentest

Je pense que les gens ne gobent pas les informations comme ça. Je pense qu'on est plutôt dans de la négociation tout le temps, en fait. Et le public n'est pas homogène. Le public, c'est très hétérogène. Bien sûr, il y a différentes races, classes, etc.

Il y a tellement de subjectivités différentes qu'on pourrait penser qu'une personne qui ressemble à une autre pourrait recevoir le clip d'une certaine façon, mais ce n'est pas le cas. Je pense qu'il y a autant de réceptions qu'il y a de personnes qui regardent le clip.

Par exemple, je vais prendre *The Man* de Taylor Swift. Premier type de lecture : on va adhérer aux idées du clip. Avec le *oppositional gaze*, ça peut aussi inspirer des personnes issues de minorités parce qu'elles vont y trouver des sous-textes qui vont leur parler.

Il y a plein de nuances parce qu'on est sûr de l'intersectionnalité et, en même temps, ancré dans du néolibéralisme

Jessica Dufaud

En tant que spectatrice, comment distingues-tu un clip qui te semble porteur d'*empowerment* d'un clip qui ne l'est pas ?

Mélissa Gérard-Mentest

Je ne fais pas une différence aussi drastique entre quelque chose qui l'est et quelque chose qui ne l'est pas. Parce qu'on peut trouver de petits éléments de résistance, de petits éléments de féminisme dans des choses qui ne sont pas forcément pensées comme telles. C'est en fonction de chacun, mais aussi de tout ton *background*, de ta sensibilité et de la manière dont tu vas donner du sens à certains détails.

Jessica Dufaud

La sexualisation t'apparaît-elle parfois comme un choix affirmé ou parfois comme une norme pesante ?

Mélissa Gérard-Mentest

Je pense que, pour les pop stars racisées, c'est une norme. Pour percer, il faut correspondre à l'image qu'on attend d'elles. Et je ne dirais pas que cela concerne uniquement les femmes noires, mais aussi les Latinas. Pareil, c'est quelque chose qui est hypersexualisé.

Sinon, par rapport aux féminités plus blanches, je crois que la sexualisation est un peu moins forcée. C'est une image qui est un peu plus lisse et un peu plus conforme. Parce qu'il y a cette idée d'une féminité blanche qui est respectable.

Pour percer quand t'es racisée, il faut que tu mettes en avant ton corps et que tu sois vue comme un objet.

Jessica Dufaud

Certains clips te semblent-ils produire du *male gaze* ? dans Le sens de Laura Mulvey. D'autres, le reverser ?

Mélissa Gérard-Mentest

Quand j'ai lu ça la première fois au lycée, je me suis dit OK, c'est intéressant. Maintenant, je le remets pas mal en question. Parce que c'est grave essentialiste. C'est quoi, un regard masculin ? Parce que ça voudrait dire que tous les hommes regardent les femmes de la même façon. J'espère que ce n'est pas le cas.

Je sais qu'il y a aussi des femmes qui peuvent prendre le corps d'autres femmes pour des objets. C'est un peu problématique. Je trouve que ça se croise avec l'hétérosexualité parce qu'en fait, le *male gaze*, ce serait un regard masculin hétéro. Mais il y a des hommes gays qui objectivent aussi énormément le corps des femmes. En fait, ça ne veut rien dire.

Je parlerais plus du regard hétéro sur le corps des femmes. Ça, oui. Par exemple, Taylor Swift, qui ne se sexualise pas énormément. J'avais lu pas mal de choses au moment du *Eras Tour*, des journalistes qui disaient qu'elle ne se complaisait pas dans le *male gaze*. Moi, je ne suis pas d'accord, je n'ai rien contre Taylor Swift et ses relations, mais elle est quand même connue pour courir après les mecs. Après, ce n'est pas mon business, elle fait ce qu'elle veut.

Mais si c'était uniquement du *female gaze* et qu'elle ne s'intéressait pas du tout au point de vue hétéro masculin, je ne sais pas si elle chercherait autant les rapports aux hommes. Le fait de ne pas s'inscrire dans le *male gaze*, ce serait vraiment de mettre complètement les hommes de côté.

Et je pense que ce n'est pas le cas pour les pop stars, en tout cas pour les pop stars hétéros qui, dans leurs clips, représentent des hommes ; leurs chansons parlent d'hommes, de leur amour pour des hommes, de leur sexualité avec des hommes. Ça parle tout le temps des hommes, sauf chez les chanteuses queer ou lesbiennes qui vont décentrer cela.

Jessica Dufaud

Peux-tu citer un exemple de clip où tu as eu le sentiment que l'artiste contrôlait totalement son image ?

Mélissa Gérard-Mentest

All Too Well, ce n'est pas Taylor Swift dans le clip, mais c'est elle qui l'a réalisé. Et je me dis qu'elle contrôle son image. C'est elle qui réalise, c'est elle qui dit Bon, Sadie [Sink], tu vas faire ça. C'est elle qui contrôle son image, j'ai un peu l'impression.

Mais du coup, on sort des clips parce que même *All Too Well* dure dix minutes. *Brighter Days Ahead* d'Ariana Grande, c'est pareil, ça dure vingt-six minutes. Donc ce ne sont pas juste des clips.

Parce que les clips qui durent deux ou trois minutes, je pense que c'est vraiment très *marketing*, très promotionnel. Alors que ces *short films*, j'ai l'impression que, quand ils sont réalisés par les chanteuses elles-mêmes, on voit un peu plus une idée artistique, on voit un peu plus leur patte.

Je ne sais pas si elles ont totalement le contrôle de leur image, mais en tout cas, on voit que ça a été fait avec attention.

Jessica Dufaud

Un exemple où l'artiste semblait plus contrainte par des normes visuelles, scénaristiques ou corporelles.

Mélissa Gérard-Mentest

Je pense au clip de *Burning Blue* de Mariah The Scientist. Il y a un moment où elle est assise sur ses genoux, elle danse, il y a des hommes qui tournent autour d'elle. Je ne sais pas si elle était à l'aise de faire ça, ni si elle était vraiment en contrôle de son image à ce moment-là.

Ce qui est particulier aussi, c'est que, Mariah The Scientist, dans ses clips, peut être plutôt sexy. Par exemple, ses tenues lors de ses concerts, elle les choisit elle-même. Et parfois, il y a des trucs qui sont hyper simples, hyper modestes. Et parfois, il y a des trucs qui sont hyper sexy.

Jessica Dufaud

Selon toi, l'autonomie d'une artiste pop est-elle réelle, partielle, stratégique ou surtout symbolique ?

Mélissa Gérard-Mentest

Je pense que l'autonomie pure, c'est vraiment symbolique. Parce que je pense qu'à un certain stade, tu ne peux pas être cent pour cent autonome. À part si tu commences à chanter toute seule dans ta chambre, même à partir du moment où tu commences à faire des clips, tu n'es pas autonome.

Tu as besoin d'avoir une équipe, tu as besoin d'avoir des directeurs, tu as besoin d'avoir un label. Donc ça, ce n'est pas de l'autonomie. Et puis, tous les choix que tu vas faire vont être validés par ton label.

Je crois que c'est plutôt symbolique. Ça va être davantage l'image qu'elles vont envoyer. Regardez, on est autonomes. Mais au final, je crois qu'elles ne sont pas vraiment autonomes. Ce ne sont pas elles qui font leurs choix.

Jessica Dufaud

Penses-tu que le pop féminisme ait un potentiel de transformation sociale, esthétique, médiatique ?

Mélissa Gérard-Mentest

Je pense que oui, parce que moi, il y a des clips qui m'ont inspirée, qui m'ont fait réfléchir et qui m'ont amenée à grandir, à m'intéresser à des choses qui ont contribué à faire de moi la personne que je suis aujourd'hui.

Je pense que ça a vraiment un lien avec MeToo, mais aussi avec les différentes vagues du féminisme. Enfin, ce ne sont pas vraiment des vagues, parce qu'au final, ça ressemble plutôt à des zigzags. Il y a eu pas mal de clips, au moment de MeToo, qui ont surfé sur cette vague de féminisme plutôt libéral.

Aujourd'hui, on assiste quand même à un backlash. Du coup, c'est peut-être pour ça qu'il y a moins de personnes qui prennent le risque d'afficher un féminisme dans leurs clips.

Je pense aussi qu'avec TikTok et Instagram, notamment les réels, il y a une transformation de l'objet médiatique lui-même. Je ne sais pas si les gens vont encore systématiquement sur YouTube ou regardent la télévision pour voir des clips. En tout cas, moi, YouTube me freine un peu à cause des publicités.

Mais en même temps, où peut-on regarder les clips ailleurs ? Souvent, je découvre des extraits de clips, voire des clips entiers, sur Twitter, TikTok ou Instagram. Et lorsque quelque chose m'intéresse, je vais ensuite regarder la version complète sur YouTube.

Il y a donc une vraie évolution. C'est peut-être simplement mon impression, mais je regardais beaucoup plus YouTube quand j'étais au collège. J'y passais énormément de temps, notamment parce qu'il y avait moins de publicités.

Je pense qu'il s'agit de mutations médiatiques : les objets se transforment et circulent différemment. Peut-être que, dans quelques années, nous regarderons les clips sur un autre réseau social spécialement conçu pour cela.

Annexe 3, Fig. 32 : Données quantitatives issues de l'ouvrage *Sociologie de Taylor Swift* de Arnaud Alessandrin

Tableau 6 : selon vous, Taylor est-elle féministe ?

	Oui	Non	Ne se prononce pas
Moyenne	76 %	9 %	15 %

Tableau 8 : selon vous Taylor est-elle de droite ou de gauche ?

	De droite	De gauche	Ne se prononce pas
Moyenne	12 %	50 %	38 %

Tableau 9 : vous-même, vous considérez-vous...

	De gauche	Plutôt de gauche	Plutôt de droite	De droite	Ne se prononce pas
Moyenne	55 %	25 %	7 %	3 %	10 %

Annexe 3, Fig. 33 : Extrait du clip *Therefore I Am* (2020) réalisé par Billie Eilish



Billie Eilish - Therefore I Am (Official Music Video)



Billie Eilish
58,1 M d'abonnés

S'abonner



7,2 M



Partager



Enregistrer



Télécharger

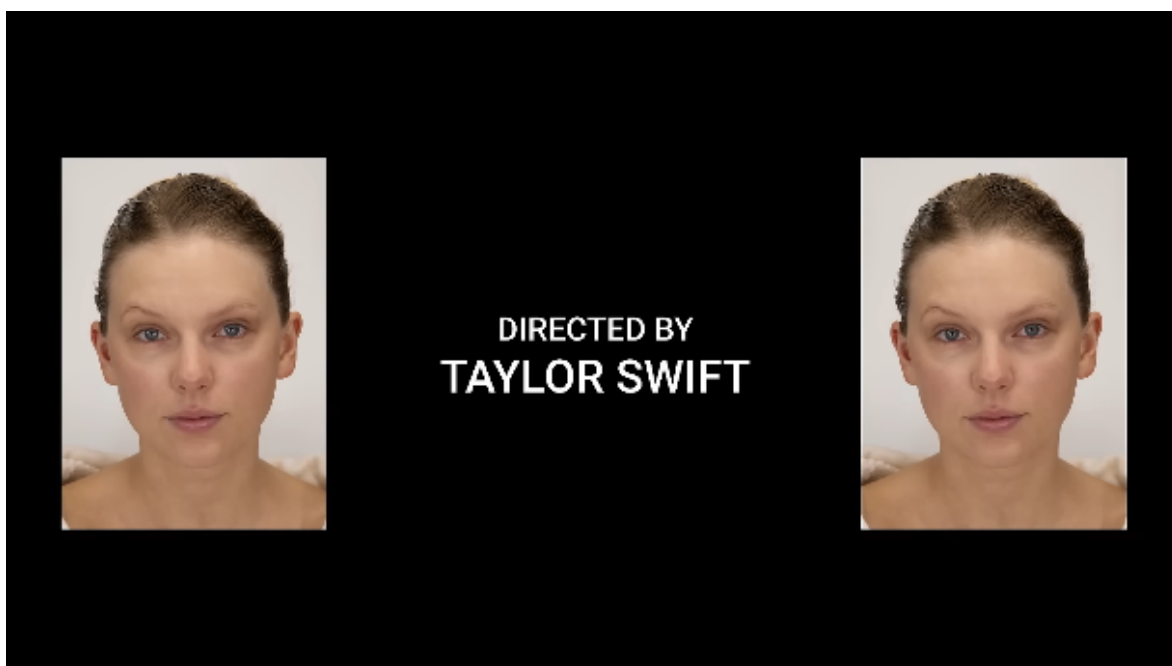


247 985 385 vues Sortie le 12 nov. 2020

Listen to "Therefore I Am" from the new album "Happier Than Ever", out now: <https://BillieEilish.lnk.to/HappierTh...>

Directed by Billie Eilish

Annexe 3, Fig. 34 : Extraits des génériques des clips
The Man et *Opalite* réalisé par Taylor Swift



Annexe 3, Fig. 35 : Extraits des Making-of du clip *Bejeweled* et du court métrage *All Too Well: The Short Film*



Annexe 3, Fig. 36 : Intertitre du clip *House Tour* réalisé par Sabrina Carpenter et Margaret Qualley



Annexe 3, Fig. 37 : Extrait des Making-of du clip
House Tour



Annexe 3, Fig. 38 : Extraits du clip *House Tour* de Sabrina Carpenter



Annexe 3, Fig. 39 : The Perfect Magazine, « *Sabrina Carpenter interviewed by Marc Jacobs* » entretien avec Marc Jacobs, article rédigé par Paul Flynn

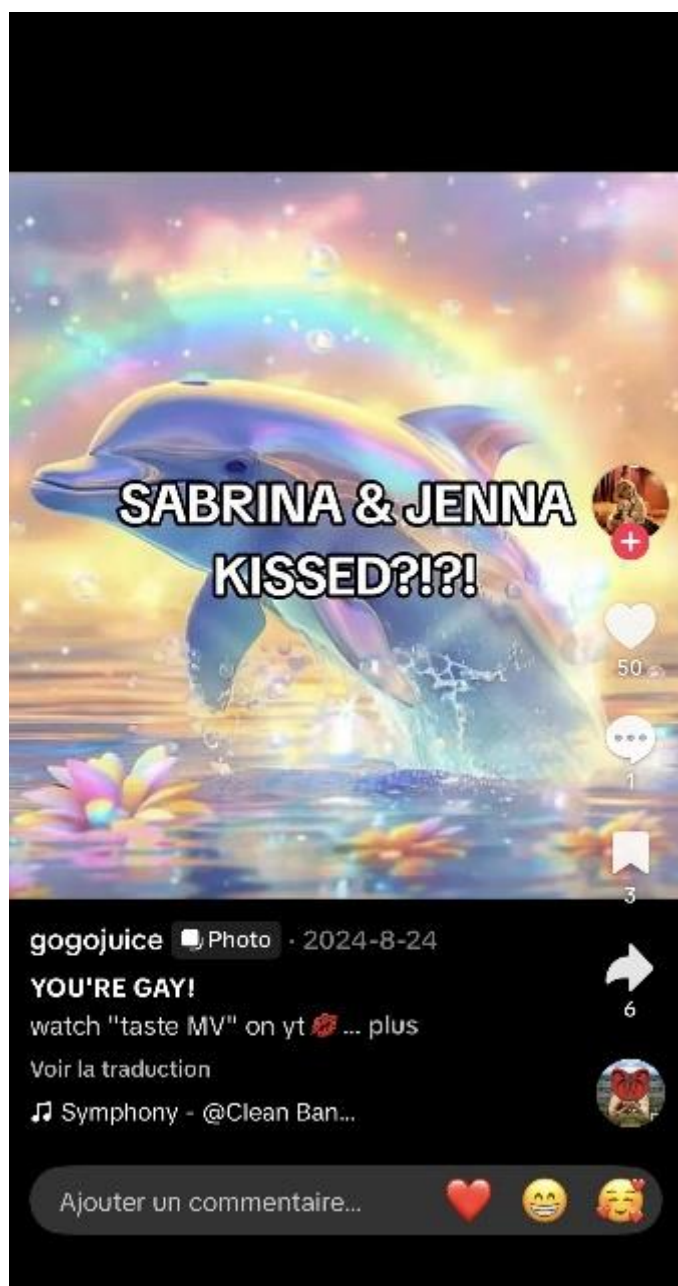
Marc: How much control do you have over your tours, your video, your album covers?

Sabrina: It's changed in the last five years. Back in 2021, I signed with Island Records. That was the beginning of everything shifting and me feeling really in control of what I was doing. Everything you just said – the videos, the covers, the merch, the tour especially – it's all something that clicked one day, and I just realised, 'Oh my gosh, this is what makes it feel special and uniquely myself. It's me running the show.' It's a lot more hats to wear and a lot more jobs to do, but it's those little changes that if I was doing it with someone who was directing me on what to do, it wouldn't feel so personal to me. I work with my sister a lot. She has been my creative partner with pretty much everything I do. We kind of share a brain. She's just got such an amazing creative eye. She's a great photographer. She just has incredible taste. We've been best friends our whole lives, so she knows me better than anyone.

Annexe 3, Fig. 40 : Extraits du clip *Taste* de Sabrina Carpenter



Annexe 3, Fig. 41 : Réactions sur TikTok au clip *Taste* de Sabrina Carpenter



Annexe 3, Fig. 42 : Extraits du *clip Wap feat. Megan Thee Stallion* de Cardi B



Annexe 3, Fig. 43 : Pochette de *l'album Man's Best Friend* de Sabrina Carpenter



Annexe 3, Fig. 44 : Réactions sur TikTok à la pochette de *Man's Best Friend* de Sabrina Carpenter

