



APPEL A CONTRIBUTION

MISSILE

Le Journal des Têtes Chercheuses

n°1 Printemps 2013

« Célébrité »

Publié le vendredi 5 octobre 2012

Présentation du journal

MISSILE, sous-titré *Le Journal des Têtes Chercheuses*, développe son premier numéro sur le thème « célébrité ». Il concrétise l'un des nombreux projets de l'association lyonnaise les Têtes Chercheuses et vise à fédérer les doctorants et leurs disciplines respectives autour d'une thématique générale concernée par l'actualité. Le journal est composé d'une partie papier distribuée dans les établissements du PRES de Lyon et d'une partie numérique accessible à l'adresse suivante :

<http://teteschercheuses.hypotheses.org> (onglet « JTC »)

Argumentaire

La célébrité touche les individus comme les objets et les événements. Ce qui est célèbre est ce qui reste dans les mémoires du plus grand nombre car, selon l'étymologie latine, *celeber* renvoie à un nombre élevé de personnes. La célébrité est à la fois représentation et pratique sociales (au sens où elle fait appel au collectif, aux médias, aux acteurs, aux amateurs). Chaque domaine désigne ses célébrités sur des critères qui lui sont propres et qui varient en fonction de l'époque, du contexte social, culturel, politique et économique. Tout ce qui est célèbre n'est pas forcément « célébré » au sens de « glorifié » : il existe des hommes, des objets ou des événements « tristement célèbres », c'est-à-dire connus pour des choses négatives ou du moins perçues comme négatives à une certaine époque.

La célébrité est protéiforme et se décline en différents termes qui renvoient tous à cette même notion : la réputation, la gloire, l'héroïsme, le vedettariat, la starification, la notoriété, la peopolisation, etc. Tous ces états reflètent la valeur d'un homme au sein d'un groupe social. Dans son dernier ouvrage, la sociologue Nathalie Heinich (2012) propose un changement de paradigme pour désigner la célébrité et la visibilité, interrogeant ainsi les modalités techniques de construction et de diffusion du phénomène.

La gloire est une forme extrême de la célébrité et conduit souvent à une héroïsation. Le héros (du héros homérique, en passant par Roland à Roncevaux, jusqu'au Gaulois ou au soldat inconnu) devient alors porteur d'une mémoire collective, comme dans le cas du « héros national ». La gloire donne souvent lieu à des célébrations collectives ou privées ; il est donc intéressant d'interroger la vectorisation de l'objet célébré. Pourquoi utiliser l'image d'un héros ? Dans quel but ? Par quels processus ? Quelles sont les cérémonies autour de ce personnage ? Les rituels de la célébrité sont à mettre en question : à l'instar de Chris Rojek (2001), que dire du culte de la célébrité ? Quelle est sa place dans la société de consommation ? Peut-on la considérer comme un système de valeurs ?

Quand un individu, un objet ou un événement devient célèbre, il ne s'appartient plus, il (ou du moins son image) appartient au public, à une société ou une nation toute entière. Comment le public s'empare-t-il de cette image, comment la déforme-t-il ? Que dire de la mythification ? Comment les personnes qui connaissent la célébrité de leur vivant peuvent réagir face à cela ? La célébrité est le fruit de deux dynamiques, mais est-ce le public ou l'individu qui la construit ? Qu'en

est-il des amateurs et des fans qui participent et sont acteurs de la célébration ? Quelles actions mettent-ils en œuvre pour exprimer et célébrer leurs goûts ? Que dire de l'utilisation des réseaux sociaux comme les forums et sites Internet ? Que dire du travail de la star ?

Alors que la célébrité est constamment envisagée comme un phénomène changeant, Su Holmes (2006) revient sur la pensée fondamentale de Richard Dyer (1979) afin d'interroger les discours contemporains sur la célébrité. En creux de ces discours se trouvent les enjeux relatifs à l'authenticité, l'individualité, l'identité. Ces deux dernières notions sont essentielles : de la *pin up* au visage sans identité à la star adulée au nom de sa sur-personnalité comme James Dean, quelle place est faite à l'individu ? Dans quelle mesure la célébrité interroge-t-elle les rapports de sexe ? Questionner les rapports de la célébrité à l'art sera également essentiel : que dit-elle de la place du « beau » dans nos sociétés ? Comment dialoguent les dénominations de « classique », de « chef d'œuvre » avec la célébrité ?

Cette notion de célébrité recouvre des domaines très variés : cinéma, musique, littérature, histoire, peinture, sciences humaines, sociales, etc. Les réflexions théoriques comme les études de cas seront les bienvenues dans ce premier numéro.

Modalités de soumission des articles

Voici les conditions de publication qui rendent éligible l'auteur :

- Etre inscrit en Doctorat ou être jeune docteur
- Ne pas dépasser 14000 signes, espaces compris pour publication dans la version papier
- Les auteurs retenus pour ce numéro devront adhérer à l'association les Têtes Chercheuses. Frais de cotisation annuelle : 10 euros

Pour plus de détails concernant l'adhésion et l'association :

<http://tetes-chercheuses.com/association.php>

Pour un détail exhaustif des modalités de soumission, consulter la charte du journal à l'adresse suivante :

<http://teteschercheuses.hypotheses.org>
(onglet « JTC » , sous onglet « Charte »)

Les auteurs enverront leurs articles finalisés avant le **30 novembre 2012** au format .PDF à l'adresse électronique suivante :

teteschercheuses.journal@gmail.com

Les auteurs recevront un courrier électronique de la part du comité éditorial pour les informer des choix du comité scientifique avant le **30 décembre 2012**.

Responsables du numéro

Comité éditorial du journal

Carole Mabboux-Sutton
Benoît Kastler
Romain Perrin

Comité scientifique du numéro

Aurore Fossard
Florent Bréchet
Germain Collombet
Laure Ferrand