

Marion Ferrandery

Née le 25 décembre 1986 | 4 place Jean-Baptiste Jongkind 93500 Pantin

marionferrandery@gmail.com | 06 25 05 66 96

Docteure en Sciences de l'information et de la communication (2023), Université Sorbonne Nouvelle (CIM)

Chercheuse postdoctorale, *LabEx ICCA (Industries culturelles et création artistique)*, Projet collectif « APPLAB » (Apprendre par la bande).

Membre associée aux laboratoires CIM – Université Sorbonne Nouvelle – et CARISM – Université Panthéon Assas.

THÈMES DE RECHERCHE

Audiovisuel – Plateformes numériques – Télévision – Séries télévisées – Stratégies de programmation – Représentations médiatiques de la jeunesse – Pratiques médiatiques des jeunes – Apprentissages

DOMAINES D'ENSEIGNEMENT

Sémiologie des médias – Analyse d'images – Socio-économie de la télévision – Étude des séries télévisées – Méthodologie du travail universitaire

FONCTIONS UNIVERSITAIRES

2023 – 2024 Chercheuse postdoctorale – Cerlis, LabSIC, LabEx ICCA

2021 – 2023 ATER (Sémiologie / Sémiotique) - Université Sorbonne Nouvelle, ICM (Institut de la culture et des médias)

2020 – 2021 Contrat de fin de thèse – LabEx ICCA

2016 – 2022 Doctorante contractuelle avec mission d'enseignement - CIM - Université Sorbonne Nouvelle

Thèse en Sciences de l'information et de la communication, dirigée par Marie-France Chambat-Houillon. Titre : Construire un public particulier de la télévision. Stratégies d'adresse et représentations de la jeunesse par les professionnels de la télévision française (1949-2019)

FORMATION UNIVERSITAIRE

- 2016 – 2022** **Doctorat en Sciences de l'information et de la communication**
Université Sorbonne Nouvelle. Laboratoire CIM, EA 1484 – ED 267 Arts et Médias
Thèse soutenue de 11 janvier 2022 à l'Université Sorbonne Nouvelle, sous la direction de Marie-France Chambat-Houillon :
- Construire un public particulier de la télévision. Stratégies d'adresse et représentations de la jeunesse par les professionnels de la télévision française (1949-2019)**
- JURY DE SOUTENANCE
- Laurence Corroy**, Professeure, Université de Lorraine
Sabine Chalvon-Demersay, Directrice de recherche (CNRS), directrice d'études (EHESS)
Marie-France Chambat-Houillon, Professeure, Université Paris Panthéon Assas (Directrice)
Sophie Jehel, MFC HDR, Université Paris 8 – Vincennes Saint-Denis (Rapporteuse)
Kira Kitsopanidou, Professeure, Université Sorbonne Nouvelle (Présidente)
Benoit Lafon, Professeur des universités, Université Grenoble Alpes (Rapporteur)
- 2013-2014** **Master 2 – Communication et territoires, Université Toulouse 3 – Paul Sabatier**
Mémoire sous la direction de Franck Bousquet : « *Le renouveau de la fiction française : Entre construction de l'image de marque des diffuseurs et remise en question du processus de création audiovisuelle* »
- 2009-2010** **Master 2 Recherche – Sociologie, Université Bordeaux 2 – Victor Segalen**
Mémoire sous la direction d'Éric Macé : « *La diversité dans les émissions de télé-réalité musicales : deux exemples de construction de l'identité nationale* »
- 2007-2008** **Master 1 – Information et communication, Université Sorbonne Nouvelle**
Mémoire sous la direction d'Éric Macé : « *La réception critique d'Amy Winehouse : genre et ethnicité dans la presse musicale française* »
- 2004-2007** **Licence Information et communication, Université Sorbonne Nouvelle**

COMPÉTENCES LINGUISTIQUES ET INFORMATIQUES

COMPÉTENCES LINGUISTIQUES

Anglais : Lu, écrit, parlé

Italien : 2^{ème} langue en études secondaires

COMPÉTENCES NUMÉRIQUES

Suite Office (Word, Excel, Power Point, Publisher)

Enquêtes et analyse de données (Sphinx iQ2, MaxQDA, QDA Miner)

Bibliographie sur Zotero

Outils pour le travail collaboratif (Dropbox, Slack, Discord, Google Drive, etc.)

PAO et montage vidéo (Adobe InDesign, Gimp, DaVinci Resolve)

RECHERCHES

- 2023-2024** **AppLAB. Apprendre par la bande**, recherche faisant l'objet de financements Deps, ministère de la Culture ; Émergence en recherche (IdEx Paris Cité) ; LabEx ICCA.
- Recherche dirigée par Olivier Martin & Dominique Pasquier (Cerlis), menée avec Anne Barrère, Prem Carriou, Eric Dagiral, Emmanuelle Guittet, Coralie le Caroff (Cerlis), Quentin Gilliotte (Carism), Valérie Beaudouin, Arthur de Forges de Parny, Christian Licoppe, Christophe Prieur (i3), Vincent Berry, Antoine Larribeau, Noémie Roques et Vinciane Zabban (Experice), Bastien Louessard (LabSIC).
- Méthodologie : Entretiens semi-directifs (vidéastes & consommateur·rices des vidéos), Analyse d'un corpus de vidéos, Questionnaire (consommateur·rices).
- Méthodologie mobilisée dans le cadre de la recherche post-doctorale : Analyse sémiopragmatique d'un corpus de vidéos.
- Mots-clés : Apprentissage ; Loisirs ; Pratiques amateurs ; Travail des plateformes ; Vidéastes amateurs ; Pratiques musicales amateurs ; cuisine ; démocratisation culturelle.
- Ce projet pluridisciplinaire propose d'analyser la production et les usages de vidéos internet amateurs ayant pour vocation de diffuser des savoirs (chaînes de vulgarisation scientifique ou culturelle) ou de montrer un savoir-faire (tutoriels ou *how to*). Le projet est articulé autour de trois volets complémentaires : un volet usager·es, afin de comprendre qui utilise ces vidéos, ainsi que les modalités, usages et appropriations de ces visionnages ; un volet vidéastes, qui a pour objectif de saisir à la fois leurs trajectoires, les modalités de leur activité de publication en ligne, la structuration économique de leur activité, et la manière dont ils et elles anticipent et s'adaptent aux attentes de leurs audiences ; un volet analyse de vidéo, sur lequel porte plus spécifiquement la recherche post-doctorale, et qui vise à interroger la manière dont ces vidéos et leurs paratextes sont adressées à leurs audiences, en anticipant des attentes et des compétences sur lesquelles la production du sens peut s'appuyer.
- 2023 -** **« Histoires de daron·nes ». Circulations des discours et des normes relatives à la maternité et la parentalité par le biais des plateformes numériques.**
- Ce projet, pour l'heure mené de façon autonome, vise à étudier les modalités et les reconfigurations éventuelles de l'émergence et de la circulation des discours relatifs à la maternité et à la parentalité en contexte numérique. La recherche porte sur trois aspects : les producteur·ices de ces discours, notamment l'articulation de leurs trajectoires parentales, professionnelles, et de leur activité de publication en ligne ; les formes prises par les discours diffusés et les mises en scène de la parentalité au sein de différents espaces numériques à la fois audios (podcast) et vidéos (YouTube, Instagram, TikTok) ; enfin les normes contemporaines de la parentalité dont ces discours rendent compte, et qu'ils participent dans certains cas à remettre en question.

L'articulation de ces trois dimensions permet notamment de questionner le lien entre l'émergence et l'accroissement de ces espaces de circulation des discours parentaux et la remise en question des normes relatives à la parentalité.

2020-2023 **COVIM. Comprendre les Offres culturelles et la Valorisation des Initiatives Médiatiques linéaires, délinéaires et socio-numériques.** Recherche réalisée avec le soutien du LabEx ICCA.

Dirigée par Lucie Alexis (GRESEC) et Marie-France Chambat-Houillon (CARISM). Menée avec Fanny Georges (CIM), Agnès Granchet (CARISM), Laurence Leveneur (IDETCOM), Sophie Noël (CARISM), Virginie Spies (Culture et communication), et Ana Vinuela (IRCAV)

Le projet engage une réflexion sur la période singulière de confinement que les Français·e·s ont vécu du 17 mars au 11 mai 2020 en portant une attention particulière aux propositions culturelles soumises aux publics et au couple Médias/culture fortement lié par les circonstances. En premier lieu, il s'agit d'étudier les propositions culturelles émises par les acteurs médiatiques et culturels, et circulant sur les antennes traditionnelles linéaires et délinéaires, ainsi que sur les réseaux socionumériques. Dans un second temps, il est question d'apprécier les manières dont les citoyen·nes se sont emparé·es de ces offres et expériences culturelles, afin d'évaluer comment ils/elles se sont pensé·es et performé·es en publics de la culture.

2016-2017 **Socio-économie des festivals de séries TV et horizons temporels des spectateurs**

Recherche réalisée avec le soutien du LabEx ICCA. Dirigée par Kira Kitsopanidou (IRCAV) et Olivier Thévenin (CERLIS). Menée avec Timothée Euvrard (CERLIS) et Sabine Bosler (CRESAT)

Le projet vise à étudier différentes logiques liées au marché des séries, à la communication et à la médiation numériques de deux festivals audiovisuels, et à appréhender la participation des publics à ces événements. Parmi les questions majeures figurent la prise en compte des séries comme étant le résultat d'un processus créateur ; l'observation de la circulation des films et de leur médiatisation notamment par l'intermédiaire des plateformes et des réseaux numériques ; et enfin l'étude des publics de séries en festivals en abordant les circonstances de la fréquentation, le rapport au temps consacré aux séries, l'articulation du visionnage des séries sur grand écran avec d'autres pratiques et la reconfiguration de la culture cinéphile et sériphile.

2016-2022 **Thèse en Sciences de l'information et de la communication : « Construire un public particulier de la télévision. Stratégies d'adresse et représentations de la jeunesse par les professionnels de la télévision française (1949-2019) »,** sous la direction de Marie-France Chambat-Houillon – Université Sorbonne Nouvelle. Laboratoire CIM, EA 1484 – ED 267 Arts et Médias

Résumé : « *Digital natives* », « *screenagers* », « génération numérique » : les déclinaisons discursives teintées de déterminisme technologique visant à décrire les jeunes à travers leurs usages des médias

sont nombreuses. Le numérique est désigné à la fois comme la raison et la solution idéale permettant de contrer l'éloignement supposé des jeunes de la télévision dite « traditionnelle ». Cette association récurrente entre jeunesse et numérique m'a poussée à tirer le fil de l'histoire de la télévision pour comprendre l'émergence de ce lien, et d'étudier les jeunes *selon* « la télévision ». Je me suis ainsi demandé comment ses professionnels se sont saisis de la catégorie sociale « jeune » — externe au média — afin de construire un public particulier de la télévision depuis les années 1950, par l'intermédiaire d'une offre de programmes lui étant spécifiquement adressée.

Ce travail s'inscrit dans une perspective sémio-pragmatique dans la mesure où il appréhende l'espace de communication télévisuel comme étant traversé par un ensemble de contraintes à la fois techniques, sociales, politiques et économiques, participant à construire conjointement l'émission et son public destinataire. J'ai également mobilisé une approche généalogique en cherchant autant que possible à remonter « à la source » des discours professionnels portant sur le faible intérêt de la jeunesse pour la télévision.

Trois perspectives ont été retenues pour rendre compte de la façon dont cette catégorie du public est construite : une analyse des discours professionnels portant sur les modalités de connaissance des publics et plus précisément sur la place et le rôle des enquêtes et sondages dans la « fabrique du public » ; une étude quantitative de la programmation et de l'offre globale de programmes destinés aux jeunes depuis les années 1950 ; une étude socio-narratologique d'une sélection de séries adolescentes diffusées entre 1988 et 2019.

L'articulation de ces trois dimensions, associée une perspective généalogique, a permis de montrer que sur l'ensemble de la période étudiée, les jeunes sont majoritairement désignés comme une catégorie à distance de la télévision et de ses professionnels, oscillant en fonction des périodes entre public et non-public du média. Ainsi, la description de la jeunesse comme un public distant n'est pas nouvelle, contrairement à ce que laissent entendre les discours professionnels. Le développement des outils numériques ne peut donc expliquer à lui seul le faible intérêt que les jeunes portent à la télévision traditionnelle.

L'analyse quantitative de la programmation a par ailleurs permis de mettre en lumière un désengagement progressif des chaînes de télévision vis-à-vis des publics adolescents à la fin des années 2000, tant sur le plan du volume de programmes proposés que de leurs modalités de programmation. Ces constats laissent supposer que l'éloignement ou la distance du public jeune de la télévision durant cette période n'est, là encore, pas uniquement le fait de l'extension de la concurrence à de nouveaux dispositifs et de nouveaux contenus numériques, mais la conséquence d'une absence de volonté du secteur de s'adresser à ces publics, montrant finalement que cette distance est en partie construite par les professionnels eux-mêmes.

Enfin, l'étude des récits, présentés par les professionnels comme réalistes et pédagogiques, a montré à la fois une évolution dans le traitement des thématiques et des problèmes rencontrés par les jeunes personnages, et, paradoxalement, une grande stabilité dans la proposition d'une définition statutaire de la jeunesse. Elle est ainsi définie à l'écran, comme une succession d'étapes structurantes permettant d'accéder au statut d'adulte.

Mots-clés : télévision ; séries télévisées ; programmation ; numérique ; stratégies d'adresse ; représentations ; jeunesse ; publics

PUBLICATIONS

Publications dans des revues à comité de lecture

Ferrandery Marion, 2023, « S'adresser à la jeunesse en temps de crise : Les reconfigurations de la programmation télévisuelle destinée aux jeunes. Le cas de *Lumni* (France Télévisions) », *Communication et Langages*, à paraître.

Ferrandery Marion, 2023, « Les émissions jeunesse à la télévision française », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*.

Ferrandery Marion, 2019, « À la recherche du public jeune ? Panorama des enquêtes réalisées par la télévision française ? (1949 – 2017) », *Cahiers de Champs Visuels*, n°16/17.

Ferrandery Marion et Louessard Bastien, 2019, « Jeunesse et numérique au cœur d'une même injonction au neuf ? Analyse des stratégies et des discours sur le numérique chez France Télévisions (2005 – 2019) », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, 20(3).

Publications en cours d'évaluation

« "J'aimerais autant que ça arrive avant la ménopause !" : Le premier rapport sexuel comme seuil déterminant dans les séries adolescentes (1992-2023) », proposition acceptée par la revue **Genre en séries**, dans le numéro n°17 « Âges de la vie, âges à l'écran : passages, seuils, transitions et évolutions genrées », coordonné par A. Boutang et M. Arbogast.

COMMUNICATIONS

COLLOQUES, CONGRÈS ET JOURNÉES D'ÉTUDE

- 2023** « Histoires de daron-nes » : Panorama de l'offre de podcasts francophones destinés aux (jeunes) parents, Colloque « Le podcast natif. Comprendre son essor, interroger son avenir » (Paris, 14 et 15 décembre 2023)
- 2023** De la télévision linéaire aux plateformes numériques : Reconfigurations des espaces-temps audiovisuels destinés aux jeunes par le service public français, Colloque « Plateformes et usages : cinéma, télévision, jeu vidéo et création numérique » (Montréal, 02, 03, 04 novembre 2023)
- 2023** « Quelles thèses sur la télé ? Diversité disciplinaire et renouvellement des approches », participation à la table ronde organisée à l'occasion de la journée inaugurale Télé/visées, Réseau francophone et pluridisciplinaire des chercheur·e·s sur la télévision (Paris, 13 octobre 2023)
- 2023** « Devenir adulte à la télévision : mutations et permanences des représentations de la jeunesse dans les séries adolescentes diffusées en France (1988-2019) », 10^{ème} congrès de l'AFS (Lyon, 4, 5, 6, 7 juillet 2023)

- 2023 « De l'analogique au numérique : Évolution de la programmation adressée aux jeunes à la télévision française (1949-2019) », 23^{ème} congrès de la SFSIC (Bordeaux, 14, 15, 16 juin 2023)
- 2021 « *S'adresser à la jeunesse en temps de crise : le retour de la programmation linéaire ? Le cas de France 4 et Lumni (France Télévisions)* » - Journée d'étude du programme de recherche COVIM « Cultures et médias en temps de confinement : discours, acteurs, pratiques » (Paris, 22 novembre 2021)
- 2021 « *Les jeunes comme (non) publics de la télévision : Analyse des discours professionnels de la RTF à l'OTT* » - 9^{ème} congrès de l'AFS (Paris, 6,7,8 et 9 juillet 2021)
- 2019 « *Analyse diachronique de la programmation télévisuelle destinée aux jeunes adultes (1958 - 2018)* » - Doctorales de la SFSIC (Mulhouse, 12,13 et 14 juin 2019)
- 2019 « *Jeunesse et numérique au cœur d'un même injonction* », Colloque « Les injonctions dans les institutions culturelles : ajustements et prescriptions » – CARISM – Paris 8, CEMTI (Paris, 16, 17 mai 2019)
- 2019 « *Devenir adulte : Récit et trajectoires sociales des personnages dans les séries destinées aux jeunes* » - Journée doctorale de l'AFECCA (Paris, 6 septembre 2019)
- 2018 « *Quand les séries adolescentes crèvent l'écran : Les années 90, l'exception qui confirme la règle ?* », Assises de la recherche « Cultures populaires et médiatiques : Approches critiques des fictions médiatiques : enjeux, outils, méthodes » (Paris, 11, 12 et 13 octobre 2018)
- 2017 « *Stratégies de diffusion des séries télévisées françaises : Où sont les jeunes ?* », Séminaire socio-économie des séries et sériphilie, Groupe de recherche « culture-médias » (Paris, 19 décembre 2017)
- 2017 « *Les jeunes, qui sont-ils ? Que veulent-ils ? Panorama des enquêtes réalisées par la télévision française sur la jeunesse depuis 1949* », Journée d'étude du Groupe de Recherche sur les Ecrans et leurs Publics (GREPS), « Quand l'industrie du cinéma enquête sur ses publics » (Paris, 16 novembre 2017)
- 2017 « *Panorama des stratégies et programmes adressés aux jeunes entre 1949 et 2017* », Université d'été du LabEx ICCA (Paris, 14 septembre 2017)
- 2017 « *Quand la télé s'adresse aux jeunes, de la RTF à l'OTT* », Journée d'étude des Jeunes Chercheur.e.s du LabEx Industries culturelles et Création Artistique (RJC LabEX ICCA), « Usage et pratiques du numérique dans le secteur culturel » (Paris, 11 mai 2017)

VALORISATION DE LA RECHERCHE

- 2018 Workshop *Adapte ma thèse !* - Carrefour Numérique de la Cité des Sciences (29 mars 2018)
- 2017 Table ronde et ateliers participatifs - Journée des Jeunes Producteurs Indépendants, MSH Paris Nord (7 et 8 juin 2017)

EXPÉRIENCE DANS LES SECTEURS CULTURELS ET MÉDIATIQUES

- 2015 Consultante Éditoriale Freelance – Canal+ / Bigger Than Fiction
2014 Assistante de communication – OCS, Orange
2012 - 2013 Chargée de communication et de médiation – Ligue de l'enseignement

ENSEIGNEMENT ET ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

ENSEIGNEMENT

Volume horaire total : 495h ETD

Thématiques : Sémiologie, audiovisuel, méthodologie

Niveaux : L1, L2, M1

- 2021-2023 Université Sorbonne Nouvelle (ATER)
Communication et images : sémiologie (L1 – Institut de la communication et des Médias) TD – 192 h
Communication et images : sémiotique (L2 – Institut de la communication et des média) TD – 120h
Culture Générale (L1 – Institut de la communication et des médias) TD – 18 h
Sémiologie de la communication (M1 – Institut de la communication et des médias) – Séminaire – 18 h
- 2019-2020 Université Sorbonne Nouvelle (Vacataire)
Méthodologie du travail universitaire (L1 – Institut de la Communication et des Médias) TD - 18h
Analyse des objets sériels - Analyser les séries télévisées : de la production à la réception (L2 – Département Cinéma et Audiovisuel) TD - 24 h
- 2018-2019 Université Sorbonne Nouvelle (Doctorante contractuelle)
Expression écrite (L1 - Institut de la Communication et des Médias) TD - 18h
Économie du cinéma et de l'audiovisuel : télévision, audiovisuel et multimédia - structures, stratégies et publics (L2 – Département Cinéma et Audiovisuel) TD - 24 h
- 2017-2019 Université Sorbonne Nouvelle (Doctorante contractuelle)
Méthodes de lecture en Sciences Humaines (L1 - Institut de la Communication et des Médias) TD - 39 h
- 2017-2018 Université Sorbonne Nouvelle (Doctorante contractuelle)
Expression orale (L1 - Institut de la Communication et des Médias) TD - 36 h
- 2017 Université Sorbonne Nouvelle (Doctorante contractuelle)
Socio-économie des festivals (L3 Département Cinéma et Audiovisuel) TD - 2 h

Écosystème des séries : approches socio-économiques (M2 Recherche - Département Cinéma et Audiovisuel) Séminaire - 2 h
Théorie de la réception (L3 Département Cinéma et Audiovisuel) TD – 2 h

ENCADREMENT

Mémoires de recherche de M1 à l'Université Sorbonne Nouvelle (4 en 2021-2022 ; 5 en 2022-2023)

Rapports de stage en M1 à l'Université Sorbonne Nouvelle (4 en 2021-2022 ; 5 en 2022-2023)

RESPONSABILITÉS SCIENTIFIQUES

RESPONSABILITÉS COLLECTIVES

2019 – 2021 **Doctorante élue au Conseil de l'école doctorale 267 – Arts et Médias – Université Sorbonne Nouvelle**

2016 – 2021 **Membre du bureau - Réseau des Jeunes Chercheur.e.s du LabEx ICCA**

ORGANISATION ET ANIMATION D'ÉVÈNEMENTS SCIENTIFIQUES

2021 **Résidence d'écriture du RJC (Réseau des Jeunes Chercheur.e.s) du LabEx ICCA**
Participation

2020-2021 **Quatrième Journée d'étude du RJC (Réseau des Jeunes Chercheur.e.s) du LabEx ICCA**
Temps, rythmes et temporalités dans les secteurs culturels
Maison de la Recherche de Paris 3. Membre du comité scientifique et d'organisation.

2019 **Résidence d'écriture du RJC (Réseau des Jeunes Chercheur.e.s) du LabEx ICCA**
Co-organisation et participation

2018 **Deuxième Journée d'étude du RJC (Réseau des Jeunes Chercheur.e.s) du LabEx ICCA**
Participation, coopération et collaboration dans les secteurs culturels
Maison de la Recherche de Paris 3. Membre du comité scientifique et d'organisation.

2016 – 2021 **Séminaires du RJC (Réseau des Jeunes Chercheur.e.s) du LabEx ICCA**
Co-organisation des séminaires (professionnels, méthodologiques et de recherche) et co-animation des séminaires :
- Méthode qualitatives : l'entretien semi-directif (2020-2021)
- L'enseignement pendant le doctorat (2019-2020)
- Des travaux et leurs méthodes, autour de *La culture des sentiments* de Dominique Pasquier (2018-2019)
- Introduction à Zotero (2017-2018)