



**HAL**  
open science

# Comment adresser une série animée aux enfants ? Analyse de la conception des Grandes grandes vacances

Pascale Garnier

► **To cite this version:**

Pascale Garnier. Comment adresser une série animée aux enfants ? Analyse de la conception des Grandes grandes vacances. Marlène Loicq, Aude Seurrat et Isabelle Féroc du Mez. Les cultures médiatiques de l'enfance et de la petite enfance, Centre d'études sur les jeunes et les medias, pp.28-42, 2018. hal-03688720

**HAL Id: hal-03688720**

**<https://sorbonne-paris-nord.hal.science/hal-03688720>**

Submitted on 8 Aug 2022

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

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

Pascale Garnier,  
Laboratoire Experice, Université Paris 13 – Sorbonne Paris Cité

## **Comment adresser une série animée aux enfants ?**

### **Analyse de la conception des *Grandes grandes vacances***

#### **Résumé :**

Dans le cadre d'une recherche sur la conception des dessins animés pour les enfants, l'objectif est de centrer l'analyse sur le fait même qu'un programme télévisuel soit destiné à une catégorie d'âge particulière. La démarche s'appuie sur l'étude des *Grandes grandes vacances*, une série animée de dix épisodes, diffusée pour la première fois en 2015 : l'investigation empirique est menée par entretiens auprès des principaux acteurs de sa réalisation et de sa diffusion. Il s'agit d'explorer la diversité des processus de construction d'un adressage aux enfants en s'intéressant à une « forme incorporée » des destinataires (Denis, 2008). Nous mettons ici l'accent sur les processus qui composent avec les interdits pesant sur l'animation pour les enfants, les manières de comprendre les compétences enfantines, et les formes de participation des enfants à ces processus. L'enjeu est bien de s'adresser aux enfants, tout en intégrant plus largement les familles comme destinataire.

**Mots clés :** enfant, âge, conception, animation, morale, *Grandes grandes vacances*

## **How to target a cartoon for the children?**

### **Analysis of the making of the "*Long long Holidays*"**

#### **Abstract:**

As part of a research on designing cartoons for children, the objective of this text is to focus the analysis on the fact that they are cartoon "for" children. The case study used to support this analysis, the *Long long holidays* is an animated series of ten episodes broadcast in 2015. The empirical investigation was conducted by interviews with key professionals in its realization and its dissemination. This aims to explore the diversity of the construction process of addressing children by focusing on an "embodied" addressee (Denis, 2008). We outline in these processes the ways of dealing with prohibitions weighing on animation for children and understanding children's skills, as well as the forms of children participation in these processes. The challenge is to address the children, while also incorporating families as the addressee.

**Keywords:** child, age, design, animation, morality, *Long long holiday*

## Introduction

Dans le cadre de l'analyse des processus de conception des dessins animés pour les enfants<sup>1</sup>, l'objectif de ce texte est de s'arrêter sur le fait même qu'il s'agit de dessins animés *pour les enfants*. L'expression « pour enfant » véhicule des significations proches : l'idée d'une cible, d'un adressage particulier à certaines personnes identifiées sous le rapport de l'âge, voire d'une sorte d'équivalence ou de correspondance entre un objet et une catégorie d'âge. S'y ajoute une idée de rapport positif ou de bénéfique pour les personnes ciblées. En désignant un public particulier en termes d'âge, on associe étroitement à l'âge comme qualification des personnes, une valeur morale, en référence à ce qui est (ou serait) « bon » à cet âge (Garnier, 2006).

L'âge semble une caractéristique tellement universelle et naturelle qu'elle est souvent passée sous silence ou à l'inverse critiquée pour son déni des différences sociales : l'enfance, comme la jeunesse, ne serait alors qu'un mot (Bourdieu, 1980). Cependant la critique d'un « enfantisme » qui, en particulier dans l'univers télévisuel (Neveu, 1990, 1999), met l'enfance et les enfants en apesanteur sociale, oublie à son tour les processus sociaux de construction des contenus culturels classés et classant selon l'âge. En outre, cette critique occulte toute la question de la mobilisation (ou non) par les acteurs eux-mêmes de cette forme de qualification des personnes selon l'âge, de sa contestation, de sa mise à l'épreuve. C'est en particulier le cas des multiples débats sur les objets qui conviennent (ou non) aux enfants, à tel ou tel âge (Garnier, 2012).

Or, précisément, il pèse sur l'animation le sentiment d'une illégitimité lié à sa cible privilégiée, les enfants. L'association ordinaire entre animation et enfance constitue un stéréotype culturel qui peut faire obstacle à sa plus large diffusion : ainsi, pour l'auteur et réalisateur Michel Ocelot, « Il s'agit de se libérer du boulet au pied : 'Pour les petits' » (2003, p. 39). Le « pour les enfants » présente alors une connotation péjorative, comme l'a montrée encore récemment la polémique sur les réseaux sociaux suscitée en 2015 par le tweet d'un journaliste du *Figaro*, se déclarant « sidéré par le nombre d'adultes, sans enfants, qui vont voir le film *Vice Versa*. Infantilisation de notre société » (Aubel, 2015). En réponse à cette critique, « asseoir l'animation comme cinéma légitime », c'est argumenter en faveur du développement d'une animation « pour adultes » et plus largement « pour tous les publics », montrer une élévation du statut culturel du cinéma d'animation, non sans indiquer dans ce domaine une certaine lenteur de la France par rapport aux pays anglo-saxons (Mérijeau, 2015)<sup>2</sup>. Pour Cécile Noesser, « l'irrésistible ascension du cinéma d'animation » va de pair avec le développement des « films à destination des adultes, ce qui aide à leur qualification comme films d'auteurs » (Noesser, 2013, p. 423). Si aujourd'hui des transformations sont à l'œuvre du côté de l'animation « pour adultes », quelles sont les contraintes qui pèsent spécifiquement sur l'animation pour les enfants ? Quelles sont aussi ses ressources ? Comment, en outre, faire de l'animation pour les enfants sans non plus les « infantiliser » ? L'animation ne court-elle pas, en effet, le risque d'une sorte d'excès de zèle, d'une sur-adaptation véhiculant de forts stéréotypes sur ce qui conviendrait exclusivement aux enfants ? Comment alors s'adresser aux enfants sans exclure un public plus large ? Plus exactement,

---

<sup>1</sup> Cette étude participe de la recherche CoCirPE (conception et circulation des produits pour enfants), dirigée par Gilles Brougère; elle est soutenue par le Labex ICCA (Industries culturelles et créations artistiques) de Sorbonne Paris Cité. Outre toutes les personnes qui nous ont donné accès à leur travail sur cette série, je remercie particulièrement Sébastien François qui est étroitement associé à l'ensemble du travail d'enquête pour sa relecture de ce chapitre.

<sup>2</sup> D'une autre manière, la réception de l'animation japonaise en France au cours des années 1990 témoigne de malentendus culturels sur l'âge des destinataires, voir par exemple le cas du long-métrage *Le tombeau des Lucioles* (Allamand et Morand, 2016).

comment, au-delà des enfants, s'adresser aux adultes, non seulement au titre de leurs responsabilités éducatives, mais aussi en les intéressant directement aux côtés et au même titre que les enfants ? Comment ces tensions sont-elles gérées dans les processus de conception ?

Pour avancer des réponses à ces questions, nous avons choisi de nous pencher sur le cas d'une série animée afin de pouvoir analyser dans le détail les choix effectués au cours de sa conception. Il s'agira ainsi de montrer comment cette conception s'efforce de répondre à un double enjeu : d'une part, construire des différences d'âge entre enfants et adultes qui vont de pair avec des responsabilités des « grands » à l'égard des « petits » ; d'autre part, relativiser ces classements d'âge en s'adressant aussi à un plus large public dit « familial ».

## **1. Etudier la conception d'une série animée**

### **1.1 Un domaine de recherche à développer**

A notre connaissance, aucune recherche en France ne s'est attachée à l'analyse sociologique des dessins animés « en train de se faire », c'est-à-dire aux processus qui touchent à leur conception, entendue au sens large depuis l'invention du concept jusqu'à la diffusion, même si l'animation comme genre et son histoire ont fait l'objet d'un intérêt académique croissant (Denis, 2011). Sébastien Denis avance une hypothèse pour expliquer la faible importance des études sur la production dans ce domaine : « Ceci est sans doute dû au fait que l'esthétique animée étant le plus souvent distincte du monde réel, les films semblent s'autoproduire, s'autogénérer en dehors de la réalité économique du cinéma » (Denis, 2011, p. 27). Une autre hypothèse ne tiendrait-elle pas à la multiplicité des métiers et la complexité des rapports entre les différentes arènes qui composent, de près ou de loin, le « *petit monde* » de l'animation, près de 5 000 personnes en France ? Ne tient-elle pas aussi à l'ampleur du travail collaboratif engagé aujourd'hui dans chaque réalisation ou à l'absence de frontière précise entre des dimensions artistiques, artisanales et industrielles<sup>3</sup> ? Reste que, dans le domaine de l'enfance, les travaux portent bien davantage sur les contenus culturels et/ou leur réception et plus encore sur leur critique (Baton-Hervé, 2000 ; Poels, 2013), que sur leur production ou encore leur programmation (Chambat-Houillon et Jost, 2003). Cette rareté n'est pas le seul fait des recherches françaises : la littérature anglophone développe davantage une *media literacy* (Buckingham, 2011, 2014), les témoignages d'auteurs ou les récits de *making of*, oscillant entre valorisation et critique (Hendershot, 2004 ; Giroux et Pollock, 2010), que l'analyse d'une production et sa circulation transmédiatique (Condry, 2013).

Pour éviter cette oscillation entre regard critique et prosélytisme, la démarche pragmatique que nous privilégions ici s'attache avant tout à comprendre comment fonctionne l'adressage aux enfants et à en montrer les ressorts. Elle s'efforce de suivre les acteurs, cherche à rendre compte de leurs manières de mettre en tension ou en complémentarité des façons différentes de qualifier les personnes, de définir ce qui leur convient ou non, à travers les opérations qu'ils mettent en œuvre pour concevoir le dessin animé. Plus précisément, parmi les trois formes de « projection du public » que distingue Jérôme Denis (2008) chez les professionnels, notre analyse ne se focalisera que sur l'une d'entre elles : à côté des figures du public représenté comme marché (analysé comme cible économique) ou comme usager (analysé par ses usages effectifs), nous insisterons sur le public comme destinataire, c'est-à-dire, pour reprendre les termes de Denis, en mettant l'accent sur la « technologie représentationnelle incorporée » du public dans le contenu et la « subjectivité partagée » entre les concepteurs et les spectateurs (Denis, 2008, p. 179).

---

<sup>3</sup> Voir sur les processus de collaboration, l'analyse de Heather (2015), et, au-delà de l'animation, Becker (2010).

## 1.2 L'investigation de la série *Les Grandes grandes vacances*

Le dessin animé qui sert de support à notre analyse, *Les Grandes grandes vacances* (GGV) est une série feuilletonnante de 10 épisodes de 26 minutes diffusée pour la première fois en avril 2015 sur France 3, mais dont le projet remonte à 2009. Elle « raconte la seconde guerre mondiale et l'occupation à hauteur d'enfants »<sup>4</sup>. Outre son format de feuilleton, aujourd'hui assez rare à la télévision, il s'agit d'une création originale et non d'une adaptation d'un contenu culturel préexistant<sup>5</sup>. Sa diffusion a rassemblé près de 1,3 million de téléspectateurs, auxquels il faut ajouter son audience en *replay* et sur la plateforme lesite.tv, les ventes du DVD et, depuis août 2016, son exportation dans une vingtaine de pays, entre autres via Netflix.

Notre analyse s'appuie principalement sur un travail par entretiens auprès d'une vingtaine d'interlocuteurs mobilisés par le projet, à commencer par son instigatrice principale, Delphine Maury qui en a été d'une certaine façon la « *showrunner* », pour reprendre l'expression d'un de nos interlocuteurs. Ces professionnels interviennent dans les principales arènes où se joue la réalisation d'une série animée : guichet (Centre national du cinéma et des images animées), diffuseur (France TV), producteur (Les Armateurs), studio d'animation (Blue Spirit), casting (Piste rouge), distributeur (Cyber Group Studio), agence d'auteurs (Kamaji) et, indirectement, dans les arènes médiatiques de sa publicisation. Nous avons choisi ici de conserver la plupart du temps l'anonymat de nos interlocuteurs, en indiquant seulement leur métier ou le type d'arène où ils exercent<sup>6</sup>.

Le choix de cette série tient tout particulièrement au statut spécifique des GGV du point de vue de l'adressage aux enfants, qu'ont souligné de façon assez unanime nos interlocuteurs : « *Ce projet étant particulièrement atypique, parce que contrevenant à peu près toutes les règles de bienséance de la jeunesse* ». Dérogeant aux contenus habituels des séries animées, souvent décrits comme « très normés », à la « *structure dramaturgique répétitive* » ou encore « *sur des rails* », les GGV mettaient donc à l'épreuve les contraintes du système qui pèsent sur la mise en forme de l'adressage aux enfants. Ce sont ces mises à l'épreuve par et pour les acteurs, que notre analyse s'attache à montrer. Nous nous focaliserons ici justement sur les manières de jouer avec les contraintes morales qui enserrant un contenu destiné aux enfants et de se mettre à leur portée, d'en référer aux adultes en tant que co-destinataires, pour interroger en dernier lieu la place des enfants « en chair et en os » dans la réalisation de la série.

## 2. Se battre contre une « *logique prohibitionniste* »

Le monde de l'animation pour enfants est marqué par, d'une part, le sentiment d'une liberté spécifique pour les créateurs qui tiendrait notamment à ce que le « pour enfant » et l'animation seraient considérés comme un « *sous-produit* », avec un « *niveau d'exigence très*

---

<sup>4</sup> Voici un extrait du synopsis présent sur la pochette du DVD distribué par France TV Distribution : « Nous sommes en septembre 1939, Ernest et Colette, deux petits parisiens de 11 et 6 ans, passent un week-end en Normandie chez leurs grands-parents. La France entre en guerre et les parents décident de les laisser loin de Paris, le temps de "voir venir". Les enfants vont finalement rester cinq ans, ce séjour se transformant en "grandes grandes vacances" ». Notons aussi que cette série a été novelisée par les éditions Bayard et déclinée sous forme d'un *serious game* en ligne par France TV Éducation.

<sup>5</sup> Plus de la moitié de la production française en animation pour les enfants est constituée de transpositions venant essentiellement de la littérature jeunesse : cette part de l'adaptation par rapport à celle de la création est au cœur de tensions au sein du « petit monde » de l'animation, même si l'adaptation peut représenter par ailleurs un véritable travail de re-création.

<sup>6</sup> Les citations en italiques sont issues des entretiens : nous avons choisi d'indiquer la sphère professionnelle de leurs auteurs, sans les nommer. Cette question des noms propres mériterait à elle seule une étude spécifique, tant elle importe aux acteurs eux-mêmes car c'est à des degrés divers la reconnaissance de leur participation singulière qui se joue au sein d'une création collective.

*faible pour les enfants* ». Mais il est contrebalancé, d'autre part, par le sentiment que ce domaine représente, tout spécialement par la puissance de sa diffusion télévisuelle, un danger potentiel pour une enfance par définition vulnérable, d'où sa capacité à engendrer des paniques morales. Cette « *logique prohibitionniste* », dénoncée par les auteurs de la série, paraît d'autant plus pesante ici qu'aux contraintes habituelles, s'ajoute le traitement inévitable de la violence de la seconde Guerre mondiale.

## 2.1 Stratégies de contournement

Ces pesanteurs moralisantes font l'objet d'une sorte de jeu de rôles entre ceux qui les dénoncent et ceux qui apparaissent comme des censeurs plus ou moins identifiés, à commencer par les diffuseurs. En effet, s'agissant de s'adresser aux enfants, de multiples « *tabous* » ou « *pruderies* » qui touchent à la violence, au sexe, au sang, à la mort, à la religion, mais aussi à la nourriture, aux émotions, comme la peur et le chagrin, ou encore à la grossièreté des propos tenus par les personnages, sont dénoncés, en premier lieu par l'instigatrice de la série, Delphine Maury.

« Il y a une scène dans le premier épisode où Colette va rejoindre son frère dans son lit, parce qu'elle a sa chambre, on lui a filé le lit de sa mère et la première nuit, évidemment, elle a la trouille, le lit est froid et elle va dans le lit de son frère. Super interdit parce que... ça va vous paraître dingue mais on m'a fait la même sur *Maya l'abeille*, tout de suite on est soupçonné de pédophilie. Vous ne pouvez pas imaginer la colère que j'ai prise avec les gens de la télé pour dire : 'arrêtez de penser que les enfants ne contextualisent pas les choses. Ce n'est pas parce que Colette va dans le lit de son frère qu'elle va lui tailler une pipe, qu'il est pédophile. Arrêtez, vous êtes en train de supprimer des images qui sont hyper importantes' ».

Outre ce qui n'est pas destiné à être montré aux enfants, Delphine Maury met en cause un principe de précaution plus général, le « *grand principe de non-reproductibilité des choses* », qui interdit par exemple de montrer une fenêtre ouverte dans un dessin animé parce que « *évidemment, tous les enfants se jettent par les fenêtres quand il y a une fenêtre ouverte, c'est hyper connu* ». A côté de ce qu'il est interdit ou dangereux de montrer aux enfants, il y a aussi ce qu'il faut leur faire voir : les normes tacites de la vie d'un enfant, comme par exemple ne pas sortir seul la nuit.

Le cadre historique de la série permet justement de contourner de multiples interdits : le contexte autorisait par exemple de montrer à l'écran un enfant avec un couteau, des adultes en train de boire du vin, ou encore plusieurs enfants sans casque sur un même vélo, etc. Au-delà d'une convergence de nos interlocuteurs sur le rejet d'une posture moralisatrice (« *faire des trucs moralo* »), la question du « *jusqu'où on peut aller* » avec les enfants ne se pose pas dans l'absolu, mais en termes de prudence, au sens de jugement moral en situation (Aubenque, 1963), c'est-à-dire ici de manière très concrète dans les images qui sont données (ou non) à voir et les mots donnés (ou non) à entendre aux enfants, comme l'explique un scénariste.

« Quand les enfants voient la jeune fille morte pendant l'exode, en fait on ne la voit jamais mais on comprend, tout le monde comprend, le petit comme le grand. En même temps, dans l'exode toujours, le soldat qui est mort, on le voit vraiment mort

mais on ne dit jamais 'il est mort'. Donc en fait on ne s'empêche rien mais on ne montre pas la violence en vrai. Sauf, la grande discussion qu'il y a eu c'est à la fin, dans l'épisode 10, au moment où ils descendent Durand, tout à la fin, ça on ne le voit pas et au moment où ils veulent descendre Otto, là il y a eu une grande discussion sur la place du revolver, est-ce qu'on le tue, est-ce qu'on ne le tue pas ? Enfin, pas est-ce qu'on le tue, est-ce qu'on ne le tue pas parce qu'on a toujours su qu'on ne le tuerait pas, mais comment gérer ça par rapport aux enfants. Et c'est vrai qu'elle reste hyper violente cette scène mais moins qu'elle ne l'était, un peu moins qu'elle n'était. [...] En même temps il faut rester dans un programme que les enfants de six ans peuvent voir. »

S'il s'agit de ne pas cacher la violence de la guerre, il faut en montrer juste ce qu'il faut pour la signifier, stratégie de l'allusion : « laisser entendre, éviter de dire » (Julien, 1995, p. 115), tout en jouant sur les rapports entre ce qui est dit (ou non) et ce qui est montré (ou non).

## 2.2 Régulation externes et intersubjectives

Il y a bien une autorité, le Conseil supérieur de l'audiovisuel, chargée au plus haut niveau d'une protection des enfants et de recommandations sur les contenus (CSA, 2010), et en particulier d'une « signalétique » différenciée selon les âges (CSA, 2016), mais elle n'opère pas directement sur la conception des GGV. Elle serait plutôt de l'ordre d'un « chiffon » qu'on agite, d'une autorité avant tout symbolique, chargée des cas hautement problématiques, plutôt qu'une police permanente des flux quotidiens. Cette logique de surveillance, voire d'accompagnement du cours ordinaire de la production de contenus est comme déléguée au diffuseur. Ce déplacement est bien mis en avant par une interlocutrice au CNC.

« Donc sur ce plan-là, que le diffuseur reste assez vigilant, c'est potentiellement compréhensible et puis de toute manière, très souvent les diffuseurs honnêtement agitent le chiffon du CSA en disant "le CSA, le CSA". Moi je n'ai jamais très bien compris si c'était vrai. Parce que moi j'ai travaillé au CSA et je ne me souviens pas tellement qu'on était dans ce rapport-là. Les mises en demeure du CSA, elles sont suffisamment rares pour qu'elles soient très médiatisées. [...] Je ne sais jamais si c'est finalement un truc qui, encore une fois, reproduit des aprioris, permet de reproduire des apriori, ou réellement est un gendarme de l'audiovisuel tel qu'on veut bien le présenter, je n'en suis pas sûre. [...] Je parle de tout ce qui, inconsciemment, nourrit le fait que ça, on peut, ça, on ne peut pas. Ça, le CSA ça passera ; ça, ça ne passera pas. »

Si cette censure potentielle ne s'exerce pas directement sur la réalisation de cette série, jouent en revanche très immédiatement une « autocensure » et une « bien-pensance » des acteurs, que pointe un de nos interlocuteurs à France TV dans la « chaîne de validation ».

« C'est plutôt implicite, on n'a pas la liste des trucs interdits, mais c'est une espèce de bien-pensance assez forte, hein, je dois

dire, ce n'est pas une bien-pensance molle, hein, c'est quand même une bien-pensance..., je ne sais pas comment dire. Par exemple, il ne faut pas dire de gros mots, il ne faut pas être méchant avec les autres. [...] Après, il y a une autocensure, très forte, et pas du tout partagée, pour le coup, parce que moi je suis nul en autocensure parce que je n'ai pas du tout les mêmes degrés. Et comme on est dans un rapport très subjectif, moi je suis dans mon bureau, c'est moi qui valide mes scripts, je demande à personne d'autre de valider mon script ».

L'accent mis sur un jugement « *subjectif* » va de pair avec une valorisation des qualités personnelles des acteurs, leur capacité à avoir des « *audaces* », voire une « *espèce de grain de folie* », d'être « *passionné* », voire « *kamikaze* ». Il va aussi de pair, collectivement, avec une mise en partage de cette subjectivité, une résonance intersubjective mettant pour ainsi dire les personnes sur la même longueur d'onde, plutôt qu'un accord fondé sur une mise à l'épreuve objective du contenu – nous y reviendrons. D'où l'importance fondamentale des « *discussions* » entre les acteurs, s'agissant non pas seulement de construire la trame narrative et l'évolution de rapports entre les personnages, mais de se mettre d'accord sur des « *aspérités* » (par opposition à un contenu « *lisse* »), qui peuvent être objets de controverses en termes de ce qu'il est possible ou non, intéressant ou non, de montrer aux enfants.

Outre la force collective d'une intersubjectivité contre l'autocensure plus ou moins forte de chacun, se battre et trouver la parade contre les interdits ordinaires revient à savoir jouer avec les contraintes, à trouver des déplacements et des décalages de cadre, en l'occurrence la guerre et la vie à la campagne, sans oublier l'absence des parents : « *les parents, c'est vraiment l'empêchement* ». Autre stratégie : « *mettre un truc énorme* », destiné à être sacrifié, pour mieux « *garder le reste* ». Ou encore faire figurer des actions des personnages qu'il serait impossible d'éviter sauf à transformer leur logique intrinsèque : « *il y a un mec qui fume, c'est le collabo, ça a été toléré parce que c'est une ordure, donc il a le droit de faire un truc super interdit, super grave* ».

Héritière d'une longue histoire (Cohen, 2004 ; Jullier, 2008)<sup>7</sup>, cette logique prohibitionniste serait d'ailleurs plus forte aujourd'hui qu'hier : en cause, la montée des « *lobbying familiaux* », mais aussi les exigences des co-productions internationales : « *Aujourd'hui, via les Anglo-saxons, on est arrivés dans un niveau de pruderie et de tabous qui est juste délirant* ». La question est d'autant plus importante qu'au-delà des aides publiques en France, le montage financier des projets passe de plus en plus nécessairement par des collaborations internationales qui représentent plus du quart des financements (CNC, 2016). Celui de la série des GGV a largement échappé à ces pressions, dans la mesure où, outre les apports en France (CNC, diffuseurs, producteur, collectivités territoriales...), c'est avec le soutien d'un diffuseur allemand qu'elle a été réalisée.

### **3. Absents, en arrière-plan ou avec les enfants : figures des co-destinataires adultes**

L'intégration de ces contraintes morales dans la série des GGV montre bien qu'au-delà des enfants, le contenu incorpore une représentation de la figure d'un « *consommateur hybride* », enfant-parent (Cochoy, 2004). Du point de vue du diffuseur, il faut que la série puisse être vue par tous, d'autant que les enfants peuvent se retrouver « *abandonnés devant la télé* », par des

---

<sup>7</sup> Cohen (2004) analyse le contenu des « *codes* » institués aux USA, dont le premier *Don'ts and Be Carefuls* de 1927, ainsi que la liste des 20 règles diffusées dans un studio d'animation ans les années 1980, telle que mettre un casque sur la tête des enfants qui font du vélo.

parents occupés à faire autre chose : « *La télé, ça envoie, c'est allumé tout le temps, toute la journée, toute la nuit, et tout le monde peut se retrouver à voir tout* ». Mais les adultes peuvent aussi occuper un rôle de *gatekeeper*, contrôlant ce que les enfants peuvent regarder, soit pour l'interdire, soit pour le préconiser, voire l'obliger. La série doit donc aussi intégrer des destinataires adultes susceptibles de favoriser son accès par les enfants, mais aussi rassembler un large public au lieu de le diviser entre petits et grands.

Ensemble, enfants et parents constituent une famille qui constitue également le destinataire intégré au contenu de la série : « *c'est ouvert à tous, c'est familial* », insiste une productrice. Il faut ici penser la famille au sens d'un modèle domestique des rapports entre enfants et parents qui met en valeur l'idée d'interdépendance entre tous les membres d'une même « maison » et qui à ce titre relativise leurs différences d'âge (Garnier, 1995). Il s'agit sans doute de s'adresser aux enfants, mais pas qu'aux enfants (Bahaud *et al.*, 2011). Le contenu très explicitement « *intergénérationnel* » des GGV offre des prises pour dépasser une centration sur les seuls enfants, globalement définis par la tranche d'âge entre 6 et 11 ans. En effet, outre les jeunes personnages, la série s'appuie sur la présence des grands-parents des deux héros, et mobilise en outre les témoignages de personnes ayant eu entre 5 et 15 ans pendant la deuxième guerre mondiale<sup>8</sup>. S'y ajoutent différents niveaux d'intertextualité (De la Ville et Durup, 2008), avec des références à des classiques de la littérature jeunesse (*Robinson Crusoé, Tom Sawyer...*) dont l'audience traverse plusieurs générations. D'un point de vue technique et esthétique, la série rappelle de surcroît d'autres traditions, « *des lignes claires, mélange de l'école franco-belge et de l'école japonaise* », comme le précise l'auteur de la bible graphique, qui mettent en valeur un réalisme, à distance du genre « *cartoon* ».

La visée intergénérationnelle de la série s'appuie également sur un souci de vérité historique, porté par une histoire orale, nous l'avons dit, mais aussi une fidélité aux représentations du passé, à travers par exemple les images et les bruits du matériel militaire, même si comme le relève un des scénaristes, un « *puriste* » trouverait à y redire. Outre la culture historique des auteurs, ce souci s'incarne aussi à travers le conseil d'une historienne essentiellement sollicitée, selon eux, pour des « *détails* », voire à titre de « *caution* ». En effet, cette expertise historique n'est pas sans susciter des tensions entre le point de vue surplombant d'une historienne qui expliquerait la guerre aux enfants d'aujourd'hui, et le propre point de vue des personnages enfants dont la série cherche à rendre compte, c'est-à-dire avec une vision limitée à leur propre vécu pendant la guerre et au peu d'explications fournies par les personnages adultes qui les entourent. Il s'agit non pas de réaliser un cours d'histoire destiné aux enfants, mais de raconter une histoire vécue à « *hauteur d'enfants* ».

#### **4. « À hauteur d'enfants » : en haut ou en bas ?**

Au cœur de la production d'une série pour les enfants, et en lien étroit avec ce qu'il est légitime ou non de leur montrer, les acteurs se posent la question de la compréhension de la série par ces jeunes téléspectateurs. Celle-ci porte tout d'abord sur leur capacité à différencier la fiction et la réalité, ou un premier et un second degré (Maire Messenger, 2009), avec cette difficulté que même s'il s'agit, en particulier pour les GGV, d'une « *fiction ancrée dans la réalité* », elle présente un « *caractère lacunaire* » qui nécessite un travail interprétatif (Caïra, 2011, p. 110).

A cette difficulté répond un « *a priori* » fort sur les compétences des enfants, porté par Delphine Maury et partagé plus largement par nos interlocuteurs : « *C'est le postulat. On les prend pour des gens plutôt éveillés, en réalité. On part du principe que les enfants sont des*

---

<sup>8</sup> Chaque épisode de la série est suivi d'une animation d'une minute réalisée par des étudiants de l'école d'animation la Poudrière mettant en scène les souvenirs de ces personnes. Ces témoignages, réalisés selon une démarche de type ethnographique par Delphine Maury, ont nourri l'écriture de la série.

*gens éveillés* ». Il faut insister sur ces mots « *a priori* », « *postulat* », « *principe* », qui indiquent une prise de position fondamentale à partir de laquelle peut se construire une connaissance des compétences et de l'expérience des enfants. Seul un *a priori* permet de donner sens aux épreuves qui permettent d'établir la réalité des compétences enfantines et d'en faire la démonstration ; ici comme ailleurs, les compétences des enfants ne sont pas isolables du regard des adultes qui les présupposent (Garnier, 1995). Elles font l'objet de discussions entre les acteurs, notamment quand il s'agit de donner aux enfants des prises pour s'approprier la trame narrative, comme l'explique un scénariste.

« Il y a eu aussi une grande discussion avec la chaîne autour de la voix-off du début. C'est Colette, vieille, qui raconte. Et ça, nous l'avons réécrit plusieurs fois parce que nous n'étions pas sûrs que les enfants comprendraient vraiment que ce soit Colette vieille. Et la voix-off c'est un concept pas facile pour les tout-petits. D'ailleurs pour les tout-petits on met rarement que de la voix-off. Là c'était indispensable pour permettre d'expliquer certaines choses et de rentrer dans l'histoire. Et puis il y a des voix-off posées comme ça. Mais nous l'avons réécrite, toujours en se disant : 'Est-ce que les petits...' Les grands comprennent, et puis s'il y en a qui ne comprennent pas ce n'est pas très grave. Par exemple, au début dans la voix-off, elle ne disait pas : 'Mon frère Ernest et moi'. Ça, nous l'avons rajouté parce que nous pensions que les enfants ne comprendraient pas sinon ».

A des difficultés de compréhension qui seraient inhérentes à l'âge des enfants, répond ainsi une posture de compromis qui évite à la fois de les « *infantiliser* », « *des trucs prémâchés, pré-compréhensibles* » et ce qui serait complètement hors de leur portée, qui ne leur donnerait aucune prise pour s'attacher au récit. Le souci est donc de mêler différents niveaux de lecture, différentes « *couches de sens* », y compris des ellipses et un lexique qui ne sont pas d'emblée à portée des enfants, par exemple des « *mots de plus de trois syllabes* », comme le précise la directrice artistique du casting, mais dont ils peuvent s'emparer au fur et à mesure de leurs confrontations réitérées avec l'œuvre. La répétition ne signifiant pas ici la reproduction du même, mais bien l'itération des différences. Dans cette perspective, la complexité du contenu peut être aussi mise en valeur en tant qu'inscrite dans le « grandir » même des enfants, sur lequel insiste Delphine Maury.

« Il y a un truc qui est extraordinaire aujourd'hui, c'est que tout le monde est dans une logique de dire : 'les enfants, il faut leur donner des trucs prémâchés, pré-compréhensibles', etc. Alors que l'essence même d'un enfant, pour moi, c'est quelqu'un qui ne comprend pas le monde et qui est confronté en permanence à des trucs qu'il ne comprend pas et c'est ça qui lui donne envie de grandir. Et il s'y re-confronte jusqu'à avoir compris le truc ».

Les enfants présenteraient donc ici une appétence pour ce qui est « trop grand » pour eux, une propension particulière à la réitération, ou plus exactement à l'appropriation chaque fois renouvelée du même à mesure qu'ils grandissent. Leurs compétences interprétatives jouent à la fois au présent et dans un futur potentiel que les enfants peuvent anticiper dans la mesure même où la série leur offre matière à appropriations multiples. Même si les enfants ne comprennent pas tout, rien n'interdit alors de leur permettre de se confronter à une complexité des contenus dont ils prennent d'eux-mêmes ce qui est à leur portée et ce qu'ils y projettent de

leurs compétences à venir, y compris si les adultes ne savent pas exactement ce qu'ils y trouvent. Au lieu de définir étroitement ce qui convient à tel ou tel âge, la solution ainsi valorisée par nos interlocuteurs est celle d'une œuvre ouverte à des lectures et des relectures multiples.

## 5. La mise à l'épreuve des « *projections* » des adultes

Quels sont enfin les moyens mis en œuvre pour s'assurer que le dessin animé est effectivement bien « adapté » aux enfants ? Comment sont mises à l'épreuve de la réalité les représentations des enfants inscrites dans les contenus ? Le contenu est élaboré avec des représentations du public et n'est éprouvé qu'*a posteriori*, avec la diffusion de la série. Au cours du projet, il n'est pas question de tests sur la valeur éducative du contenu sur la base d'une psychologie du développement, ni de *focus groups* sur le potentiel de séduction du contenu auprès des enfants, alors qu'ils peuvent être très présents dans la fabrication des séries américaines dites « *preschool* », et à un moindre degré en Angleterre (Steeimers, 2010). Il n'est pas plus question d'une expertise spécialisée qui jalonnait et accompagnerait le processus, au niveau du producteur ou du diffuseur. Ici nulle « *psy* », chargée de juger de l'adaptation du contenu selon l'âge, dont un autre réseau de diffusion s'est attaché les services, une « *madame censure* », une « *espèce de surmoi* » comme la perçoit un de nos interlocuteurs.

A la différence du monde de l'édition jeunesse, celui de la télévision apparaît coupé du monde des enfants : un « *vrai problème de contact* ». Il laisserait ainsi le champ libre aux « *fantasmes* » des adultes, ou du moins à des prises de positions qui se résument très vite à un « *travail assez subjectif* » souligné par l'ensemble de nos interlocuteurs : « *on est vite cantonné à des j'aime, j'aime pas* ». En revanche, que ce soit via les réseaux sociaux, du côté des parents, ou directement auprès des enfants, grâce à des « *masters class* » réalisés dans des festivals ou des écoles élémentaires, les « *retours* » ne manquent pas, notamment du côté du diffuseur.

« Donc là, par exemple, on a présenté cette série à plusieurs reprises dans des raouts, et donc, il y a eu plein plein de fois où il y avait des enfants, des classes qui étaient là. Donc moi j'ai regardé, pas le dessin animé, j'ai regardé la salle. [...] Et je dois dire que moi j'avais besoin de voir si mes intuitions, enfin disons mon métier, comme je l'avais exercé tout au long de l'écriture en disant 'Non, ça ne me va pas, ça arrive trop tôt' ; 'il faut reformuler cette phrase', 'là il faut faire un gag plutôt là-dessus', est-ce que ça marche ? Là on attend exactement cette espèce d'écart qu'il y a entre la projection qu'on peut faire de ce qu'ils attendent les enfants, et ce qui se passe réellement ».

A l'absence de « tests » ou de « psy » pour évaluer l'adaptation du dessin animé aux enfants en cours de réalisation, s'ajoute aussi l'absence de formation spécifique dans ce domaine : « *il devrait y avoir au moins trois formations généralistes, à savoir : des formations de psychopédagogie, des formations d'histoire de l'art, et des formations littéraires. Bon, ben en général, tu peux cocher aucune case* ». C'est donc, pour l'essentiel, via les retours des enfants et des adultes que les acteurs peuvent évaluer le bien-fondé de leurs choix, mais toujours une fois la série réalisée.

Pourtant, sous d'autres formes, les enfants en chair et en os sont parfois présents auprès des adultes pendant la conception de la série. C'est par exemple le cas à l'occasion de rencontres

entre quelques protagonistes du projet avec leurs propres enfants : « *les gamins ont regardé des animatiques avec des yeux gros comme ça et ça fonctionnait* ». « *On a des enfants, ça aide* » remarque de son côté un animateur. L'expérience familiale ouvre une « *banque du vécu* », mais loin d'un « *cliché* », nous précise-t-il, les animateurs, dans ce cas, n'en sont pas meilleurs pour autant. Comme dans le cas des producteurs d'Hollywood étudiés par Zafirau (2009), vie professionnelle et vie familiale peuvent ainsi être mises en rapport, créant un espace qu'il qualifie de liminal, ou zone grise, pour développer leur capacité à se mettre à la place de leur audience, tout particulièrement quand il s'agit d'enfants ou de jeunes.

En outre, animer, mettre en mouvement, faire vivre les personnages enfants dessinés dans la bible graphique constitue ici un défi : « *c'est très difficile pour un adulte de s'asseoir comme un enfant* », indique par exemple le directeur du studio d'animation. Outre les compétences techniques, c'est une « *sensibilité* » à la fois émotionnelle et artistique qui est mise en jeu dans la capacité à animer la gestuelle et les mimiques des personnages enfants, pour en souligner « *l'émotion* », avec un *posing* à la fois « *confortable et naturel* ». C'est dire que la mise en vie des personnages, l'animation proprement dite, est essentielle, s'agissant de se placer du point de vue des enfants de manière « *incorporée* »<sup>9</sup>. Si selon Jérôme Denis (2008), la forme incorporée d'une représentation du public passe par la capacité des concepteurs à se mettre « *à sa place* », elle demande ici la médiation corporelle des personnages animés, et pas uniquement de se projeter dans la tête des enfants, futurs spectateurs de la série.

## Conclusion

Dans la série étudiée, l'adressage aux enfants s'opère ainsi par une pluralité de moyens pour les cibler, ou plus exactement pour les comprendre dans l'œuvre en leur donnant une diversité de prises indispensables pour leur permettre d'entrer dans l'histoire. Cet adressage met directement à l'épreuve les représentations des contraintes morales visant à protéger l'enfance des destinataires enfants, ainsi que la capacité des adultes à se placer véritablement de leur point de vue, y compris corporellement. En même temps, on l'a souligné, il s'agit de s'adresser à la fois aux enfants et à « *la famille* » ; pour nos interlocuteurs, cette série peut ainsi s'adresser aussi bien à leurs propres parents, voire leur grand-mère, qu'aux enfants de leur entourage : « *tout le monde y a trouvé son compte et oublie que c'est un dessin animé* »<sup>10</sup>. Sans doute les circuits de diffusion discriminent-ils les publics possibles, notamment au travers de leurs stratégies de programmation (Chambat-Houillon et Jost, 2003), mais ici le diffuseur intervient aussi très directement dans la conception même de la série pour qu'elle puisse rassembler un large public, tout en s'assurant qu'elle s'adresse bien aux enfants.

Cela demande une ouverture intergénérationnelle du contenu et différentes « *couches de sens* » pour que chacun puisse y prendre ce qu'il peut et/ou lui plaît d'y trouver. Quand l'animation acquiert une légitimité culturelle, en dépassant le monde de l'enfance, « *La jeunesse n'est plus un âge mais une attitude* » (Martell, 2012, p. 81). Aussi, l'analyse d'une série qui s'efforce de s'affranchir des limites péjoratives du « *pour enfants* » interroge très directement ce qui fait l'animation « *pour adultes* », entre flou et rigueur des frontières d'âge. Avec la diversité des trajectoires et des formations des acteurs du « *petit monde* » de l'animation, il faudrait interroger systématiquement les modes de coordination qui sont mis en jeu dans la réalisation de ces œuvres collectives, en lien avec la pluralité des « *modes*

---

<sup>9</sup> Ces savoirs « *incorporés* » ne sont pas seulement ceux incorporés (ou faits corps) : ils procèdent d'un champ visuel inscrit dans la présence corporelle des personnes en situation (Haraway, 2007).

<sup>10</sup> Notre recherche focalisée sur l'adressage à un public au cours de la conception des GGV ne permet pas d'éclairer la constitution de l'audience effective de cette série.

P. Garnier, à paraître dans M. Loïc (dir.), *Cultures médiatiques de l'enfance et de la petite enfance*, Centre d'études sur les jeunes et les medias, en .2018

d'existence » du projet<sup>11</sup>. On saisit ici tout l'intérêt qu'il y aurait à observer et analyser des « discussions » en train de se faire, quand il s'agit de faire des choix, d'anticiper des critiques, de prendre en compte la logique économique propre à l'animation des personnages, etc. Pourtant, plus que des différences d'appréciation entre les acteurs, ce qui marque le cas des GGv est la figure d'un travail éminemment collectif. Si, pour reprendre à nouveau Jérôme Denis, l'adressage met en jeu une « subjectivité partagée » entre les concepteurs et le public, il faut souligner qu'ici cette subjectivité est en tout premier lieu partagée entre les professionnels impliqués dans la réalisation de cette série, à travers leur large « attachement » (Hennion, 2004) à un projet à la fois porté et porteur.

## Références bibliographiques

- Allamand C., Morand E., 2016, « Distribution et promotion des films du studio Ghibli en France : stratégie marketing et logique sérielle, éléments d'analyse », pp. 115-140 : in Pruvost-Delaspres M., dir., *L'animation japonaise en France. Réception, diffusion, réappropriation*, Paris, L'Harmattan.
- Aubel F., 2015, <https://twitter.com/francoisaubel?lang=fr>, posté le 29 juin 2015.
- Aubenque P., 1963, *La prudence chez Aristote*, Paris, PUF.
- Bahaud M., Destal C., Pecolo A., 2011, « L'approche générationnelle de la communication : placer les publics au cœur du processus », *Communication et organisation*, 40, en ligne : <http://communicationorganisation.revues.org/3508>.
- Baton-Hervé E., 2000, *Les enfants téléspectateurs. Programmes, discours, représentations*, Paris, L'Harmattan.
- Becker H., 2010, *Les mondes de l'art*, Paris, Champs Flammarion (première édition, 1982).
- Bourdieu P., 1980, « La 'jeunesse' n'est qu'un mot », pp. 143-172, in : *Question de sociologie*, Paris, Minuit.
- Buckingham D., 2011, *The Material Child*, London, Polity Press.
- Buckingham D., 2014, « On the Impossibility of Children's Television. The Case of Timmy Mallett », pp. 47-61, in : Buckingham D., Bragg S., M.J. Kehily (eds), *Youth Cultures in the Age of Global media*, London, Palgrave and Macmillan.
- Caïra O., 2011, *Définir la fiction*, Paris, Presses de l'EHESS.
- Chambat-Houillon M.F., Jost, F. 2003, « Parents-enfants : regards croisés sur les dessins animés », *Informations sociales*, 111, pp. 62-71
- Cochoy F., dir., 2004, *La captation des publics. C'est pour mieux te séduire mon client*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail.
- Cohen K.F., 2004, *Forbidden Animation. Censored Cartoons and Blacklisted Animators in America*, Jefferson, Mc Farland.
- Condry I., 2013, *The soul of anim. Collaborative creativity and Japan's media success story*, Durham & London, Duke UP.
- CNC, 2016, *Le marché de l'animation en 2015*, Paris, Centre national du cinéma et de l'image animée.
- CSA 2010, *Protection de l'enfance et de l'adolescence*. Paris, Conseil supérieur de l'audiovisuel.

---

<sup>11</sup> Les formes de coordination de l'action entre une multiplicité d'acteurs et dans des arènes différentes seraient à analyser en rapport avec les objets dans lesquels s'incarne successivement le projet (bibles, scénario, storyboards, animatiques...) ainsi que les « chaînes de validation », à travers lesquelles l'œuvre « va vers l'existence, cette existence qui à la fin éclatera de présence actuelle, intense et accomplie » (Souriau, 2009, p. 4). Car une des principales caractéristiques de la production dans le monde de l'animation est la durée longue de la réalisation des projets comme leur fort taux de mortalité (Noesser, 2013).

P. Garnier, à paraître dans M. Loïc (dir.), *Cultures médiatiques de l'enfance et de la petite enfance*, Centre d'études sur les jeunes et les medias, en .2018

- CSA, 2016, *Les chiffres clés de la signalétique jeunesse sur les chaînes nationales gratuites. Rapport 2015*. Paris, CSA.
- De la Ville V.I., Durup L., 2008, « Managing the Stakes of Inter-Textuality in Digital Cultures », pp. 36-53, in : Willett R., Robinson M., Marsh J., eds., *Play Creativity and Digital Cultures*, London Routledge.
- Denis J., 2008, « Projeter le marché dans l'activité. Les saisies du public dans un service de production télévisuelle », *Revue Française de Socio-Économie*, 2008/2, pp. 161-180.
- Denis S., 2011, *Le cinéma d'animation*, Paris, A. Colin (2e édition).
- Garnier P., 1995, *Ce dont les enfants sont capables*, Paris, Métailié.
- Garnier P., 2006, « L'âge : opérations de qualification et principe d'ordre », *Cahiers du CERFEE*, 21, pp. 41-53.
- Garnier P. 2012. La culture matérielle enfantine. Catégorisation et performativité des objets. *Strenae*, 4, en ligne <http://strenae.revues.org/761>
- Giroux H.A., Pollock G., 2010, *The mouse that roared. Disney and the end of innocence*, Lanham , Rowman & Littlefield publishers.
- Haraway D., 2007, « Savoirs situés : la question de la science dans le féminisme et le privilège de la perspective partielle », pp. 107-142, in : D. Haraway, *Manifestes cyborg et autres essais*, Paris, Exils Editeurs.
- Heather L.H., 2015, « Art, Animation and the Collaborative Process », *Animation Studies Online Journal*, Volume 8, <https://journal.animationstudies.org/heather-holian-art-animation-and-the-collaborative-process/>
- Hendershot H., dir., 2004, *Nickelodeon Nation. The History, Politics, and Economics of America's Only TV Channel for Kids*, New York, New York University Press.
- Hennion A., 2004, « Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur », *Sociétés*, 2004/3, pp. 9-24.
- Jullien F., 1995, *Le détour et l'accès. Stratégie du sens en Chine, en Grèce*. Paris, Grasset.
- Jullier L., 2008, *Interdit aux moins de 18 ans. Morale, sexe, violence au cinéma*, Paris, A. Colin.
- Maire Messenger D., 2009, « Reality and fantasy in media: can children tell the difference and how do we know? », pp. 121-136, in : Drotner K., Livingstone S, eds, *The international Handbook of Children, Media and Culture*, London, Sage.
- Martell F., 2012, *Mainstream. Enquête sur la guerre globale de la culture et des médias*, Paris, Champs-Flammarion.
- Mérijeau L. 2015, « Pourquoi les films d'animation sont toujours considérés comme des films pour enfants » ; en ligne, <http://www.lesinrocks.com/2015/06/30/actualite/pourquoi-les-films-danimation-sont-toujours-consideres-comme-des-films-pour-enfants-11757431/>
- Neveu E., 1990, « Télévision pour enfants : état des lieux », *Communication*, 51, pp. 11-130.
- Neveu, Erik. 1999. « Pour en finir avec l'enfantisme'. Retours sur enquêtes ». *Réseaux* 17(92), pp. 175-201.
- Noesser C., 2013, *La irrésistible ascension du cinéma d'animation. Socio-genèse d'un cinéma-bis en France (1950-2010)*, Thèse de doctorat, Paris 3 Sorbonne nouvelle.
- Ocelot M., 2003, *Tout sur Kirikou*, Paris, Seuil.
- Poels G., 2013, « De Televisius à Gulli : l'invention des enfants de la télé (1949-2005) », *Le temps des médias*, 21, pp. 104-120.
- Souriaux E., 2009, *Les différents modes d'existence*, Paris, PUF.
- Stemmers J., 2010, *Creating preschool television. A story of commerce, creativity and curriculum*, Basingstoke, Palgrave Macmillan.
- Zafirau S, 2009, « Audience Knowledge and the Everyday Lives of Cultural Producers in Hollywood. », pp. 190-202, in : V. Mayer, M. Banks, J. Caldwell, eds., *Production Studies: Cultural Studies of Media Industries*, New York, Routledge.