

Titre : Représentations de la santé et de l'authenticité chez des influenceuses fitness et leurs communautés. Une comparaison sémiotique du discours du fitness en Allemagne et en France

Résumé :

Avec l'historien Jürgen Martschukat, on peut affirmer que, depuis les années 1970, nous vivons dans l'ère du fitness dans les sociétés occidentales (cf. Martschukat 2019 : 10, 13). Le fitness est omniprésent et peut donc être considéré comme un dispositif (cf. Foucault 1994 : 299) dont les acteurs centraux sont les influenceuses et influenceurs fitness. Cette thèse s'inscrit dans le cadre théorico-méthodologique de l'Analyse du Discours Contrastive (cf. von Münchow 2021) et constitue la première étude sémiotique discursive (cf. Wildfeuer 2017 : 189) portant sur l'activité communicative des influenceuses fitness et de leurs communautés. L'objectif est d'analyser, dans une perspective comparative, l'activité communicative respectivement de deux influenceuses fitness allemandes (Anne Kissner et Sophia Thiel) et françaises (Justine Gallice et Célia Léo), ainsi que celle de leurs communautés, en ce qui concerne la construction discursive des représentations de la santé et de l'authenticité. Les termes *santé* et *authenticité* peuvent être considérés comme des *Hochwertwörter* (« mots-slogans »), car il s'agit de mots à forte connotation positive qui renvoient à des valeurs fondamentales socialement acceptées (cf. Römer/Wischer 2021 : s. p.). Dans cette étude, l'analyse ne se limite pas aux mots-slogans *santé* et *authenticité*, mais prend également en compte divers termes apparentés, synonymes ou antonymiques, comme le suggère Felder (2020 : 381) à propos de l'*authenticité*. Ainsi, les concepts-slogans de la santé et de l'authenticité sont établis comme catégories analytiques. Pour analyser les représentations de la santé et de l'authenticité, un corpus a été constitué, comprenant quatre sous-ensembles (livres, sites web, Instagram et YouTube) qui sont centraux pour l'activité communicative des quatre influenceuses fitness. L'analyse permet de constater qu'il existe d'importantes similarités, mais aussi de légères différences entre les corpus allemand et français. S'agissant des représentations de la santé et de l'authenticité dans les communautés de fitness allemandes et françaises, on a donc majoritairement affaire à une culture discursive translangagière.