

# KINEPHANOS

Revue d'études des médias et de culture populaire /  
Journal of media studies and popular culture



Numéro spécial/ Special Issue

*Les effets visuels et les fans : Culture participative, l'industrie et ses joueurs /  
VFX and Fans: Participatory Culture and the Industry*

Mars 2025 / March 2025

---

## Fans vs Paramount : Les multiples visages de *Sonic*

Christopher Noël et Réjane Hamus-Vallée

Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue et Université d'Evry Paris Saclay

### Résumé

Cet article examine les événements entourant la production du film *Sonic The Hedgehog* (Fowler, 2020) en étudiant les interactions entre les fans (qu'ils travaillent sur le film ou qu'ils fassent partie du public) et le studio (Paramount). Nous commençons par établir les faits concernant les premières étapes de la production, décrivons la réception initiale de la bande-annonce et ensuite comment la réaction forte des fans a conduit à un événement jamais vu auparavant dans l'industrie cinématographique : la refonte de son personnage principal, dont la présence à l'écran est uniquement en images de synthèse (VFX), alors que le film était en plein milieu de sa phase de post-production. En introduisant des sources journalistiques, nous dressons un tableau clair des événements qui se sont produits ainsi que de leur impact sur les travailleurs des effets visuels.

*Abstract in English at the end of the text.*

**Mots-clés :** Sonic, MPC, Paramount, Fans, Effets visuels

En 1991, Sonic voit le jour pour la console Mega Drive (Sega Genesis) de Sega dans un premier jeu vidéo, justement intitulé *Sonic the Hedgehog* à l'extérieur du Japon. Le succès est rapide : le hérisson bleu, devenu mascotte de Sega, se retrouve rapidement avec des séries animées (Butterworth, 1993). Tout au long de son histoire, le personnage évoluera au gré des transformations des consoles et des vitesses d'affichage, conservant néanmoins sa couleur, ses épines si reconnaissables, ses grands yeux et son museau pointu. Avec 140 millions de jeux vendus depuis sa naissance, pour un gain estimé à un milliard de dollars US, l'annonce de son adaptation sur grand écran dès 2014<sup>1</sup> fait grand bruit, mais s'accompagne d'une certaine inquiétude. Comment porter dans un univers en prise de vues réelles (*live action*) le hérisson bleu en conservant une cohérence visuelle ? Les expériences passées de *Garfield* (Hewitt, 2004) et de son décevant box-office, ou celui tout aussi mitigé des *Schtroumpfs* (Gosnell, 2011), démontrent que le mélange de personnages en animation de synthèse 3D et d'humains en chair et en os semble poser plus de problèmes esthétiques (et techniques) que le mélange d'humains et de personnages en animation 2D traditionnelle, comme le grand succès critique et économique de *Who Framed Roger Rabbit* de Robert Zemeckis en 1988, de *Space Jam* de Joe Pytko en 1996, voire dans une autre mesure de *Looney Tunes: Back in Action* (Dante, 2003). Autre point d'attention, les films adaptés de jeux vidéo sont assez régulièrement des échecs commerciaux et critiques : *Super Mario Bros* (Morton & Jankel, 1993), *Prince of Persia: Sands of Time* (Newell, 2010), *Street Fighter: The Legend of Chun-Li* (Bartkowiak, 2009), *Hitman* (Gens, 2007), *Assassin's Creed* (Kurzel, 2016), *Warcraft* (Jones, 2016), *Mortal Kombat* (Anderson, 1995) ... Même la série Lara Croft n'échappe pas à de fortes critiques, que ce soit la version de 2001 de Simon West (5,7/10 sur IMDb, 20 % sur Rotten Tomatoes) ou celle de 2018 de Roar Uthaug (6,3/10 sur IMDb et 53 % sur Rotten Tomatoes). Ceci n'empêche pas Paramount de se lancer dans l'aventure en 2017, relançant un projet dont la production tardait chez Sony en dépit de la nomination dès octobre 2016 du réalisateur Jeff Fowler, et de la venue de Tim Miller,

---

<sup>1</sup> En dépit du rassurant communiqué de presse du studio qui se fixe « pour objectif de “capturer tout ce que les fans connaissent et aiment” du personnage tout en “élargissant son public comme jamais auparavant” » (Lee, 2020, notre traduction, comme ce sera le cas pour toutes les citations anglaises de cet article).

réalisateur de *Deadpool* (2016), en tant que producteur exécutif<sup>2</sup>. Alors que le film est programmé pour novembre 2019, la révélation de l’affiche (Figure 1) le 10 décembre 2018 reçoit un accueil au mieux tiède (Lee, 2020 ; Chalk, 2018), au pire, déjà inquiet (Jules, 2018). Ce qui reste alors une vaguelette de contestation prend la tournure d’un tsunami le 30 avril 2019, quand la première bande-annonce du film *Sonic the Hedgehog* (Fowler, 2020) montrant le design de Sonic (Figure 2, image de gauche) déclenche la colère des fans<sup>3</sup> (Power, 2020). Contre toute attente, le studio décide de prendre en compte cette réaction hostile et de décaler la sortie du film de trois mois pour modifier le modèle du célèbre hérisson. Comment les fans ont-ils réussi à intervenir dans le processus de fabrication d’un film à si gros budget, estimé à 95 millions de dollars (Seymour, 2020) ? Comment, de l’autre côté de l’écran, les artistes des effets visuels ont-ils vécu ce retournement de situation et le travail supplémentaire qui en a découlé ? En quoi cette modification significative du personnage principal — une exception, à ce jour dans l’industrie du cinéma — qui retarde la sortie du film pose-t-elle la question de la place des fans à travers les réseaux sociaux, en lien avec des enjeux marketing, mais aussi techniques et esthétiques ?

---

<sup>2</sup> Voici quelques autres faits les concernant : les deux hommes avaient travaillé ensemble sur le court-métrage d’animation *Gopher Broke* (2004), nommé aux Oscars. Fowler a une formation de maquettiste et d’animateur, *Gopher Broke* étant sa première expérience en tant que réalisateur. Il a également travaillé sur le contenu CGI d’un jeu vidéo dans l’univers de Sonic, *Shadow the Hedgehog* (2005).

<sup>3</sup> Extrait d’un article de *Wired* : « Nous sommes le 4 avril 2019. La première bande-annonce du film *Sonic the Hedgehog* vient de tomber et les réactions sont aussi accablantes que dérisoires. “Je paierais 15 dollars pour ne plus jamais voir le mauvais Sonic”. “Il est comme la mascotte d’une maladie dans une publicité pharmaceutique”. “Ils passent à côté de l’intérêt du matériau d’origine”. “C’est une abomination totale”. “Absolument horrifant” » (Power 2020).



Figure 1 — Première apparition de Sonic dans cette affiche

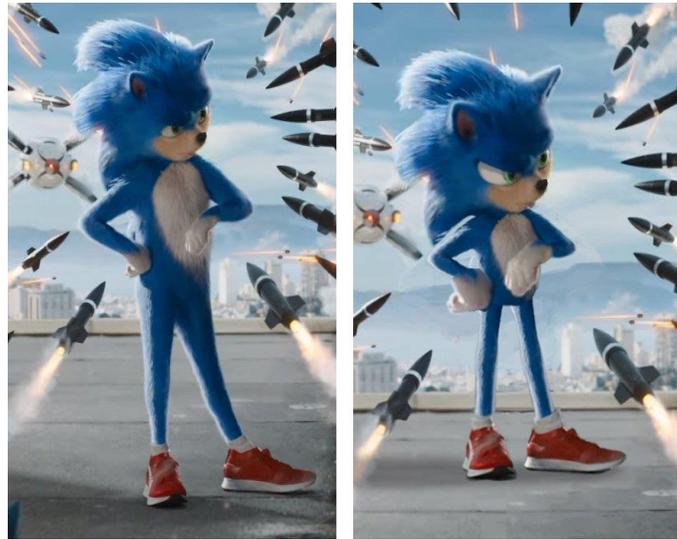


Figure 2 — Proposition de nouveau design de Sonic (droite) et image promotionnelle originale (gauche) (Edward Pun [@edwardpun1] 2019). Cette publication comptait plus de 70 000 retweets lors de la rédaction de cet article.

### Des fans tout puissants ?

Ces dernières années, l'intervention des fans via les réseaux sociaux a provoqué différents changements dans la production de films ou de séries. Leur mobilisation permet parfois de sauver une série *a priori* annulée, tel que la saison 4 de *Lucifer* (Kapinos, 2015-2021) ou une saison 3 sous forme d'un épisode épilogue pour *Sense 8* (Wachowski, Wachowski et Straczynski, 2015-2018), même si la recette ne fonctionne pas à chaque fois. En dépit de pétitions diverses, plusieurs séries ne sont pas renouvelées malgré leur succès d'audience (Maillet, 2022). Mais ces interventions restent limitées à des actions *a posteriori* : c'est après la diffusion d'une œuvre que la réaction réussit, ou non, à la prolonger. La quantité de personnes mobilisées joue bien entendu un rôle dans le choix des studios de prendre en compte la volonté des fans. Mais ce n'est pas le seul facteur. La violente critique (*bashing*) numérique (Romanet, 2022) de la bande-annonce de *Ghostbusters* (Feig, 2016) ne fera pas changer le film — mais participera certainement à son échec commercial, l'avis des critiques validant à 73 % le film sur Rotten Tomatoes (contre 49 % des internautes sur le même site). Et les controverses massives autour de personnages détestés, telles que la cabale des fans de la série *Star Wars* organisée contre Jar Jar Binks, n'auront pas sa peau, même s'il est moins présent dans les épisodes

qui suivent sa première apparition dans *The Phantom Menace* (Lucas, 1999<sup>4</sup>). Par conséquent, le phénomène autour du film de Sonic apparaît malgré tout totalement inédit à plusieurs égards.

D'une part, il l'est par la vigueur des réactions. En deux jours, la vidéo compte plus de 18,6 millions de vues et des centaines de pouces tournés vers le bas sur YouTube : la proportion semble faible, mais la rareté traditionnelle de pouces en bas y reste un indicateur marquant pour l'industrie. Chris Lee, journaliste de *Vulture*, rapporte que « Parmi les cris du cœur contre le personnage CGI de Sega : Sonic était “effrayant” et “dérangeant”, ses yeux étaient trop décollés, ses traits trop différents de ceux de son homologue du jeu vidéo. La critique la plus sévère : les dents qui étaient “trop grandes” et “effroyablement humaines” » (Lee, 2020). Ce premier design est tellement marquant que cinq ans après, un article de *Kotaku* revient sur la sortie du premier *teaser*, son auteur toujours aussi horrifié par ces images : « Oh, mon Dieu ! J'ai littéralement eu des frissons en regardant sa terrifiante silhouette humaine. (...) Regardez comment ils ont massacré mon garçon. Les dents, les mains humaines colorées en blanc pour ressembler à ses gants blancs, les affreux petits yeux de fouine. Tout dans le design original témoigne d'un désir malavisé de faire quelque chose de “réaliste”, contrairement au design final, beaucoup plus cartoonesque et fidèle au jeu » (Shepard, 2024).

Le phénomène est aussi inédit par la multiplicité des réactions. Au-delà des critiques et des mêmes moqueurs qui s'emparent de la toile, plusieurs fans vont, le lendemain de la diffusion de la bande-annonce, publier sur les médias sociaux « leur » propre version de Sonic sur internet, d'abord sous format dessiné (Figure 2 à droite), ensuite en tant que bande-annonce animée. Cette communauté a une spécificité : ce sont des joueurs de jeux vidéo qui ont pour beaucoup suivi Sonic depuis leur enfance. Elle est aussi portée par des fans qui maîtrisent les outils de fabrication des images et qui exposent donc, par ces alternatives, ces « contre designs », les choix possibles que le studio aurait pu

---

<sup>4</sup> Provoquant au passage un malaise fort chez son interprète Ahmed Best, comme il le révélera ultérieurement. Voir par exemple « Les fans de “Star Wars” sont les plus toxiques et les plus racistes, selon Simon Pegg » sur *20 minutes* (20 minutes avec agence, 2022).

prendre et qui, de l'avis de la toile, démontrent avec brio l'absurdité de la proposition initiale. Même le créateur originel de Sonic, Naoto Ohshima, se permet un tweet pour le moins dubitatif : « Jusqu'à présent, plusieurs Sonic sont apparus. J'ai aimé tous les Sonic. J'ai vu la bande-annonce du film. Je m'attendais à ce que les adultes s'amuse aussi. Je suis inquiet. » (2019).

D'autre part, l'expérience Sonic est inédite par la rapidité et la force de la réaction du studio. Le 2 mai, le réalisateur Jeff Fowler tweete à son tour, sous l'*hashtag* #gottafixfast : « Merci pour le soutien. Et les critiques. Le message est clair et fort... Vous n'êtes pas contents avec les designs et vous voulez que ça change. C'est ce qui va arriver. Toutes les personnes à Paramount et Sega sont pleinement engagées à faire de ce personnage le MEILLEUR qu'il puisse être... » (2019).

La surprise est totale, pour les spécialistes comme pour les fans eux-mêmes : « C'est l'une des rares fois où la pression des fans a poussé un studio à modifier ses plans, surtout à cet état d'avancement. On attend néanmoins de voir à quel point Jeff Fowler va corriger le tir » (Bayard, 2019). D'autres fans (Riemain, 2019) se mettent à rêver face à ce phénomène inédit et se demandent ainsi ce qui se serait passé « si nous avions vu Leia voler avant la sortie du film... », en référence à une action très controversée de *Star Wars: Episode VIII — The Last Jedi* (Johnson, 2017). Car à quelques mois de la sortie initiale, personne n'arrive à envisager que le studio accepte des modifications aussi vastes : la production du film est déjà bien entamée, l'animation est en cours et plusieurs plans sont déjà rendus.

### **Un pipeline de production complexe... et onéreux**

L'élaboration de tout pipeline débute tout d'abord par le potentiel de rentabilité d'un projet, d'où la nécessité de trouver une date de sortie qui n'est pas en concurrence avec d'autres titres similaires. Ce n'est qu'ensuite que commence une véritable préproduction, suivie de la photographie principale, puis des effets visuels. Selon les spécificités du contrat, il peut y avoir plusieurs niveaux d'approbation pour chaque élément de la production,

lesquels sont obligatoires pour passer à l'étape suivante de la production : art conceptuel, développement de l'apparence des matériaux, modélisation, squelettage, animation, simulation, effets, éclairage, rendu et composition d'images. Ainsi, une fois que le modèle d'un personnage est approuvé, il peut être animé grâce au processus de squelettage (insertion d'os numériques dans la géométrie), pour créer un squelette animable ou « rig »<sup>5</sup>. À partir de là, il peut y avoir un passage de post-visualisation, étape où une itération grossière de l'animation est superposée sur le plan brut filmé avec des maquettes d'effets<sup>6</sup>. Ce processus permet aux cinéastes de voir une version préliminaire d'un plan sans s'engager dans le processus plus coûteux et plus long d'un travail VFX proprement dit.

Une fois cet assemblage terminé, il peut être transmis à un animateur, qui donnera vie à chaque personnage. Selon la production, il peut s'agir d'une animation complète du corps à partir de zéro (comme dans le cas de *Sonic*), d'une modification ou d'un ajout aux données récupérées par capture de mouvement. À ce stade, l'animation est souvent revue (par une personne plus haute dans la hiérarchie) telle qu'elle apparaît dans la fenêtre du logiciel : dans un format simplifié, avec des nuances de gris, destiné à mettre en valeur le mouvement et le jeu d'acteur. Cette étape, généralement appelée *playblast*<sup>7</sup>, provient directement d'un animateur et ne comporte pas encore de fourrure, de simulation, d'éclairage ou parfois de couleurs. Cependant, et nous y reviendrons plus tard, les réalisateurs non formés aux effets visuels demandent à voir des images qui

---

<sup>5</sup> On se fait souvent une idée fautive de ce qu'implique le travail d'un animateur de personnages 3D. L'analogie la plus proche serait celle d'un marionnettiste plutôt que d'un dessinateur/illustrateur : l'animateur manipule une marionnette numérique du personnage afin de le poser dans l'espace à différents moments, puis affine les mouvements jusqu'à ce que la vision artistique soit atteinte.

<sup>6</sup> Il peut s'agir d'une première passe de simulation, d'un *rig* de formes géométriques animées, ou simplement de séquences d'effets spéciaux réels (feu, explosion, fumée...) sur un plan 2D placé directement dans la scène d'animation. Voir des exemples et des explications supplémentaires sur la post-visualisation ici : <https://www.youtube.com/watch?v=KCORIBoj8NY>.

<sup>7</sup> Un *playblast* est une capture directe de la fenêtre d'affichage du logiciel compilée dans un seul fichier vidéo. Il est généralement destiné à être utilisé lors des revues de production et ne doit pas être considéré comme la vue finalisée de l'élément 3D qui est simulé et animé. Avec l'évolution technologique de la dernière décennie, la vue à l'intérieur du logiciel de travail (*viewport*) est passée de la représentation filaire, à l'ombrage, puis à l'affichage des textures et de l'éclairage, devenant ainsi plus photogénique, avec un aperçu plus proche de l'aspect définitif. Lorsqu'on utilise un moteur de jeu vidéo pour calculer le rendu des plans comportant des effets visuels, le logiciel peut afficher une visualisation qui ressemble essentiellement à ce qui sera l'élément final.

ressemblent davantage à l'étape finale, très tôt dans le processus. Cela signifie que les animateurs assument une charge de travail supplémentaire, en insérant des effets de fac-similé, en jouant avec l'éclairage, etc., pour compenser le manque de formation d'un réalisateur sur la création spécifique des images générées par ordinateur.

Autrement dit, dans le cas de *Sonic*, lorsque la bande-annonce est publiée, toutes les étapes essentielles ont déjà été validées et le reste du film est pleinement en cours de fabrication avec l'ensemble de ces éléments... Comment un tel design a-t-il donc pu être accepté en l'état ?

### À qui la faute ?

Dès le 2 mai 2019 et dans les mois qui vont suivre, les différentes déclarations officielles des membres de l'équipe (réalisateur, producteur, acteur...) valorisent le choix « courageux » du changement de design du protagoniste et vont tendre, comme on le verra ensuite, à minimiser l'impact sur les équipes créatives tout en valorisant et brossant les fans dans le sens du poil. Aucune responsabilité, individuelle ou collective, n'est réellement engagée, même si, dans un premier temps, les regards (et les reproches) se tournent vers le studio d'effets visuels<sup>8</sup> qui a fabriqué les images : MPC<sup>9</sup>. Il est clair néanmoins que MPC n'a pourtant aucune part de responsabilité, le design ayant été réalisé du côté de Paramount (le client).

---

<sup>8</sup> Notons que, régulièrement, les studios VFX se trouvent montrés du doigt pour un résultat jugé insatisfaisant, sans que ne soit jamais abordée la question du contexte (économique et temporel) de production de ces images... Voir, par exemple, en juillet 2022, la moquerie du réalisateur Taika Waititi et de l'actrice Tessa Thompson dans une *featurette* promotionnelle du film *Thor: Love and Thunder*, dénonçant le travail approximatif fourni par les effets visuels pour créer un personnage de synthèse. De très nombreux artistes d'effets visuels s'insurgèrent alors pour dénoncer leurs très mauvaises conditions de travail sur la post-production des films Marvel, influençant forcément la qualité des images produites (Mury, 2022).

<sup>9</sup> MPC : Motion Picture Company, fondée en 1974 à Londres, et depuis devenue au gré des fusions et ventes (Thomson, dorénavant Technicolor) l'un des plus grands groupes internationaux dans les effets visuels, avec des studios aux États-Unis, au Canada, en France, en Grande-Bretagne, en Inde...

Sous la direction de Tim Miller, qui fait souvent allusion à sa quête de réalisme dans les entrevues<sup>10</sup> — ce qui est compréhensible, vu le succès de l'approche visuelle utilisée sur *Deadpool* —, il y a peut-être eu une volonté d'ancrer le personnage dans le réel au point qu'il en dérive de ses formes reconnaissables. Le superviseur des effets visuels du film Ged Wright insiste sur les difficultés de créer un tel personnage et de l'intégrer dans un univers de prise de vue réelle :

Au fil des ans, Sonic a fait l'objet d'un certain nombre de conceptions différentes. Le concept original, le design et l'intention étaient alignés sur ce que nous avons vu dans les jeux, mais il y avait aussi le désir d'essayer de le faire ressembler à une créature réelle et vivante de ce monde. Il s'est avéré que pour le film, le fait d'obtenir ce premier retour d'information alors que Sonic n'était encore qu'un travail en cours a été salutaire. Le fait d'assister à une telle réaction des fans et de voir à quel point les gens s'investissaient dans le personnage de Sonic a permis une correction de trajectoire utile pour toutes les personnes impliquées dans le projet. (Hogg, 2020)

Les personnes impliquées dans le projet comprennent bien entendu les artistes d'effets visuels, qui se sont déjà impliqués dans le projet depuis plusieurs mois et qui voient ainsi une part de leur travail mis « à la poubelle ». Et surtout, la trajectoire à venir implique son lot de conséquences sur les conditions de travail des artistes, le délai supplémentaire de trois mois semblant bien court par rapport aux enjeux du projet. Certains outils et méthodes de travail ont malgré tout réduit l'impact sur les équipes, tout comme le fait que le nouveau design conserve *in fine* les proportions identiques du premier design du personnage principal :

« Même si la tête de Sonic est beaucoup plus grosse, la longueur de ses membres et de son corps est similaire », explique Wright. « Nous avons pu

---

<sup>10</sup> Comme dans cette interview de *PC Gamer* : « Miller a dit [...] "Il n'aurait pas l'air d'un personnage Pixar, parce que je ne pense pas que ce soit la bonne esthétique pour qu'il se sente comme faisant partie de notre monde" » (Chalk, 2018).

conserver la plupart des *blockings* et des cadres qui avaient déjà été réalisés pour le film. Dans l'ensemble, le processus s'est relativement bien déroulé. Nous avons procédé à cette refonte et introduit un nouvel élément dans notre pipeline en l'espace de huit ou neuf semaines, ce qui constitue un record pour MPC. » (Hogg, 2020)

Néanmoins, l'impact sur les équipes est important : s'il est logique qu'à ce stade les rendus finaux n'étaient pas encore achevés sur tous les plans, la masse de travail à produire reste considérable. Plusieurs spécialistes des effets visuels tentent alors d'imaginer en détail ce processus inédit et le coût qui en découle<sup>11</sup>. Pour l'équipe d'artistes, le choc reste difficile, atténué par la présence du réalisateur en personne :

Outre les questions de budget et de calendrier, Wright a dû faire face à un problème de gestion pour éviter que son équipe ne se décourage à cause de la refonte. « Jeff (Fowler) a eu la gentillesse de venir à Vancouver avec des gens de Paramount et il a fait un très beau discours à toute l'équipe », se souvient-il. Wright se tenait à côté du directeur pendant qu'il s'adressait à l'équipe MPC, « et j'ai pu voir que cela signifiait beaucoup pour eux. Que la personne qui fait ce film soit venue, plutôt que d'envoyer un ordre arbitraire de Los Angeles. Au contraire, il était venu et les remerciait pour leur énergie », ajoute-t-il. « Jeff était enthousiasmé par l'opportunité qui lui était offerte et il le leur a fait savoir. Il a également eu le temps de s'asseoir en tête-à-tête avec différents artistes. Jeff a pris le temps de reconnaître que les gens avaient investi une grande partie de leur vie personnelle dans ce projet et qu'il fallait les remercier » (Seymour, 2020).

Malgré cet investissement personnel, les équipes qui ont initié le projet à MPC Vancouver vont avoir la surprise, le 12 novembre 2019, d'apprendre la fermeture du site, à leur grand désarroi. Un post anonyme d'un artiste évoque sa déception et sa rage, alors même que

---

<sup>11</sup> Comme dans cet article de Gizmodo (Elderkin, 2019) : <https://gizmodo.com/vfx-artists-explain-what-it-would-actually-take-to-redo-1834653108>.

[a]u cours des deux derniers mois, nous avons tous consacré des heures considérables à terminer deux projets infâmes<sup>12</sup>. Nous avons travaillé plusieurs semaines sans prendre un jour de congé, en faisant régulièrement des quarts de travail de plus de 17 heures, au point que la plupart d'entre nous manquent sérieusement de sommeil et en souffrent encore. Nous avons travaillé très dur pour que MPC puisse sortir le film à temps, et j'ai vraiment honte qu'ils soient plus heureux de donner la priorité à leurs marges de profit et à leurs incitations fiscales qu'au talent et à l'engagement de centaines d'artistes VFX dévoués à Vancouver. Je me sens honnêtement insulté, comme si j'avais donné tout ce que j'avais à MPC et qu'en retour ils m'avaient fait un doigt d'honneur (Amidi, 2019).

Si la fermeture du site n'est pas liée à la refonte du design de Sonic (selon MPC), elle évoque néanmoins en creux des conditions de travail parfois complexes, surtout lorsque les artistes d'effets visuels n'adhèrent pas au projet, comme le souligne l'adjectif « infâme » employé ici. *A contrario*, travailler sur un projet dont on est fan peut faciliter la motivation et ainsi, aider à supporter des délais complexes — c'est le phénomène du fanployé<sup>13</sup>, ou, plus largement aussi, une forme de « chantage à l'art », courant dans la sphère cinématographique : quand on aime, on ne compte pas...

Selon le superviseur d'effets visuels Stéphane Stradella, qui intègre l'équipe du film en cours de postproduction du côté de MPC Montréal :

On a été briefé dès le départ que le projet allait être remis à plat. Mais en réalité, à part le nouveau design du personnage et ses nouvelles animations, le reste du *pipeline* était en place. Et grâce au *deep compositing*, il a été très facile de ne changer que Sonic et rien des éléments CG autour de lui. Il faut comprendre que le premier design avait été mis en place par MPC Vancouver, et que c'est chez MPC à Montréal que nous avons repris

---

<sup>12</sup> Il est fort probable que les deux projets évoqués ici soient les films *Cats* (Hooper, 2019) et *Sonic...*

<sup>13</sup> Terme « fanployee », ici francisé dans le cadre de cet article.

le projet. Donc, aucune plainte ou signe de lassitude n'a été ressenti. On a appréhendé le projet comme une mission à sauver. (3DVF, 2020)

Nous supposons que les propos officiels (médiatiques) de Stradella, quant à la facilité de ce changement, ne s'appliquent que de manière technique à la méthode de remplacement. S'il note peu de plaintes, le projet accusera tout de même une compression temporelle dans sa production, qui sera ressentie tout autrement par certains intervenants, la plupart de manière officieuse...

### **La vallée de l'étrange, indépassable limite de *Sonic***

Quel que soit le temps qui sera nécessaire pour le fabriquer, le deuxième design de Sonic s'écarte de ses dents « trop humaines » et s'oriente vers un personnage bien moins réaliste, au final, que le premier. Selon le réalisateur Fowler, avec le premier design, « nous sommes juste allés trop loin. Il y avait trop de réalisme. Nous avons perdu en chemin ce que les fans adoraient du personnage » (Alexander, 2020). Le deuxième, pris en charge par Tyson Hesse qui interviendra aussi sur la suite du film, abordera très différemment la question du réalisme. Les deux Sonic posent alors la question de la vallée de l'étrange, dans laquelle le premier Sonic semble s'être perdu.

En 1970, le roboticien japonais Masahiro Mori adapte ce concept à travers son célèbre « uncanny valley » ou la vallée de l'étrange en français. Son idée est que dans le spectre de ressemblance à un être humain, il y a une « vallée » où l'inquiétude se loge : quand la ressemblance est très éloignée de l'être humain, le robot est identifié comme robot et ne cause pas de trouble. S'il a une ressemblance parfaite, il n'y a également pas de souci puisqu'on croit être face à un humain, et non un robot. En revanche, à l'approche de cette ressemblance parfaite, il y a un espace liminal où il n'est plus tout à fait robot et pas encore humain, ce qui cause une inquiétante étrangeté. Au cinéma, ce concept est régulièrement évoqué à propos des personnages en images de synthèse photoréaliste, qui tentent de simuler pleinement l'apparence humaine sans y parvenir totalement, ce qui

cause ce sentiment dérangeant, comme pour les personnages du film *The Polar Express* (Zemeckis, 2004) ou *Beowulf* (Zemeckis, 2007).

Ce concept a été abondamment étudié d'un point de vue psychanalytique. Bown (2018) explique ainsi que « l'inquiétante étrangeté ne doit être vue comme rien d'autre que le passage d'un objet d'un registre linguistique à un autre » (103). Pour que cette sensation se déploie, il faut qu'il y ait quelque chose de reconnaissable par un être humain, tout en étant très légèrement artificiel pour sentir le décalage, ce qui permet donc de dépasser le seul cadre évoqué par Mori du corps humain. À ce titre, Freud (1955 [1925]) note qu'« il y a beaucoup plus de moyens de créer des effets inquiétants dans la fiction que dans la vie réelle » (249). Dans le cas de *Sonic*, c'est en rapportant une créature (un hérisson) du registre animal vers celui d'un humanoïde bipède, avec un rendu réaliste et des proportions humaines, que se crée l'effet d'inquiétante étrangeté.

Or, une stylisation telle que celle du deuxième design de *Sonic* ou de *Pokémon Detective Pikachu* (Letterman, 2019) n'est pas inquiétante, précisément parce qu'elle reste dans un domaine fantastique, en rendant réaliste uniquement le rendu (c'est-à-dire la fourrure, la matérialisation et l'éclairage), sans modifier les proportions. L'intégration de personnages de dessins animés traditionnels, en 2D, avec des personnages réels n'est pas quelque chose de nouveau<sup>14</sup>. Mais contrairement aux enjeux photoréalistes des images 3D qui peuvent davantage perturber le spectateur et le faire tomber dans la vallée de l'étrange, la 2D reste souvent très bien accueillie, l'écart avec une représentation du réel étant immédiatement visible et donc compréhensible en tant que tel. On peut également se référer à *The Mask* (Russell, 1994) pour une intégration d'images de synthèse réussie de personnages de dessins animés dans un espace en prise de vue réelle. Si les progrès des effets visuels d'images de synthèse ont rendu possible un réalisme total, il convient d'évaluer avec soin quels sont les éléments constitutifs de l'image à garder stylisés ou non : texture, ombrage, mouvement, anatomie et proportions.

---

<sup>14</sup> *Anchor Aweigh* (Sidney, 1945), *Mary Poppins* (Stevenson, 1964) ou *Who Framed Roger Rabbit* (Zemeckis, 1988).

En décembre 2019, la sortie de *Cats* (Hooper) se fera en deux temps : la version initiale, puis, quelques jours après des critiques impitoyables, une version « augmentée », censée réparer les défauts de la première version, alors que le film est déjà distribué en salle. Cette « double sortie » de *Cats* met à nouveau en avant le travail fourni par MPC, mais surtout la question de l'inquiétante étrangeté. Cette vallée de l'étrange sera d'ailleurs tournée en dérision dans un subséquent film où MPC est également responsable des effets visuels, *Chip « n Dale: Rescue Rangers* (Schaffer) de 2022. Y est inclus le premier design de Sonic en tant que personnage (« Ugly Sonic »), Dale soulignant d'ailleurs spécifiquement que ses dents humaines sont étranges. Plus tard dans le film, les personnages se retrouvent dans un quartier louche appelé littéralement « The Uncanny Valley » où « tout a l'air réel, mais rien n'a l'air normal » (31 min 50 s), croisant des humains félines de *Cats* dans une ruelle. Tourner en ridicule ces échecs occasionne une forme de *spectacularisation*<sup>15</sup> qui donne la priorité à la valeur divertissante<sup>16</sup> des défaillances en question, au détriment d'une discussion et d'une prise en compte adéquate des problèmes sous-jacents dans l'industrie. Le phénomène est similaire à celui qui consiste à mettre en lumière dans le marketing uniquement les acteurs<sup>17</sup>, tout en dépréciant les artistes de l'ombre qui ne sont pourtant pas directement responsables de l'échec du film. Ainsi non seulement restent-ils invisibles aux yeux du public, mais ce sont également eux qui paient le prix lourd en termes de conditions de travail lorsque la production devient houleuse.

---

<sup>15</sup> Comme dans : transformer quelque chose (un événement, un fait) en un spectacle.

<sup>16</sup> Récemment, le dernier épisode de la première saison de la série *She-Hulk : Attorney at Law* de Marvel (Hunter, 2022) a également fait allusion aux dures conditions de travail de l'industrie des effets visuels, en déclarant que leurs artistes étaient déjà passés à un autre projet.

<sup>17</sup> Le fait de braquer les projecteurs sur les acteurs n'est pas nouveau, qu'il s'agisse de les utiliser comme arguments de vente pour les films d'animation ou de leur accorder trop de crédit pour la capture de mouvements. On pourrait pointer du doigt le matériel de marketing affichant Benedict Cumberbatch performant la capture du corps du dragon Smaug (Martin, 2015), ou l'utilisation de trois acteurs (angxworld, 2019) pour capturer le dragon à trois têtes Ghidorah dans *Godzilla : King of Monsters* (Dougherty, 2019). La capture de mouvement n'est pas passée dans le département d'animation (voir la notice biographique de Noël, ci-bas) : sans surprise, les humains ne bougent pas comme des dragons massifs, à long cou et ailés...

## Une conséquence ? Des conditions de travail dégradées

En combinant des facteurs tels que le fait qu'une équipe puisse être composée d'une majorité de travailleurs peu expérimentés (juniors)<sup>18</sup>, les nombreux changements de dernière minute en raison de l'indécision et du manque de compréhension du processus de création d'effets visuels<sup>19</sup> et les ratés dans la conception, on comprend comment la post-production de *Sonic* a dévié vers de conséquentes heures supplémentaires. Les conditions de travail deviennent si mauvaises que la détérioration de la santé mentale peut conduire au suicide<sup>20</sup>. Si les studios paient parfois l'installation des salariés étrangers, ils les intègrent ensuite de force dans une production différente de celle préalable convenue à l'embauche, soit ici une production problématique et très exigeante en heures supplémentaires<sup>21</sup>. MPC s'est d'ailleurs fait connaître dans l'industrie pour certaines de ses mésaventures de gestion. C'est la seule entreprise du secteur à avoir abandonné la catégorisation des artistes « junior »/« moyen »/« senior » pour utiliser la désignation « artiste »/« artiste clef », un changement qui n'a pas bien été accueilli à l'interne.

En outre, MPC a récemment dévoilé le système « RAG » (Red, Amber, Green), résumé sur le site Web du syndicat de l'animation et des effets visuels comme « un système de feux de circulation décidant si un employé doit travailler de 3 à 5 jours en studio »

---

<sup>18</sup> Il convient de noter que les outils de production de MPC sont datés et difficiles à apprendre, le fait de surcharger les juniors et d'avoir un taux de rotation élevé est encore plus préjudiciable en raison de la perte de formation aux spécificités du pipeline (voir la notice biographique de Noël, ci-bas).

<sup>19</sup> Quelque chose qui fait également écho aux émissions de Marvel : « Le principal problème est que la plupart des réalisateurs de Marvel ne savent pas travailler avec des effets visuels. [...] Marvel doit former ses réalisateurs au travail avec les effets visuels et avoir une meilleure vision dès le départ. Le studio doit davantage faire pression sur ses réalisateurs pour qu'ils s'engagent sur ce qu'ils veulent. » (Lee, 2022)

<sup>20</sup> Au début de l'année 2020, un homme travaillant à Mill Film s'est suicidé, le rapport indiquant que les conditions de travail difficiles étaient l'une des causes ayant conduit à cet acte dramatique (Serebrin, 2020).

<sup>21</sup> Sur le site Cartoonbrew, un utilisateur commente ce qui suit, sous l'article *Toxic Labor Practices At Mill Film Led A VFX Worker To Suicide, Co-Workers Allege* : « J'ai déjà travaillé chez MPC et ils vous proposent de prendre l'avion et de payer deux semaines de logement. Mais si vous partez avant la date de fin de votre contrat, vous êtes responsable de tout cela. Ils avaient fait venir par avion tout un nouveau groupe de personnes de toutes sortes de disciplines (modélisateurs, VFX, éclairagistes, compteur, etc.) pour leur Académie, mais une fois sur place, on leur a dit qu'ils devaient tous travailler en rotation sur *Cats* pendant quelques mois au lieu de ce qui avait été convenu auparavant. Ils pouvaient refuser, mais ils devaient alors rembourser leur billet d'avion et leur logement, ce qui représentait des milliers de dollars. » (Amidi 2020, commentaire du nom d'utilisateur « okiloki », nous soulignons).

(Animation & Visual Effects Union, 2022) en fonction des performances du projet. Naturellement, l'annonce a suscité « la colère de nombreux acteurs du secteur. Les gens ont également remis en question le raisonnement derrière la décision de MPC alors que tant d'autres studios obtiennent d'excellents résultats en matière de travail flexible [...] ».

Ces différents points ont soit directement affecté la production de *Sonic*, soit sont symptomatiques des différentes politiques de gestion à l'œuvre dans la compagnie. Il nous apparaît que le haut taux de roulement d'employés, l'inexpérience et l'incompétence, le changement de système de nomenclature des titres pour les artistes ainsi que le système de gestion du travail flexible imposé décrivent la volonté induite de l'entreprise de sauver des coûts, alors même que nous démontrons comment ils ont eu un impact négatif sur la production de *Sonic*. Quand la production devient pressée dans le temps, c'est la force externe des fans qui semble guider une partie du processus créatif, et la force interne des « fanployés » qui aide à maintenir le moral et la productivité.

### Des fans du début à la fin du processus...



Figure 3 — Comparaisons des modifications au design de Sonic.  
À gauche l'original, à droite le nouveau design.  
(<https://www.radiotimes.com/movies/sonic-the-hedgehog-design-changed/>)

En novembre 2019, la nouvelle bande-annonce<sup>22</sup>, avec le nouveau design (Figure 3, à droite) est acclamée par la critique. Un article de Yahoo rapporte qu'« ils estiment que le coût du remodelage de Sonic est de l'ordre de 35 millions de dollars » (Beasley, 2019), mais les réactions enthousiastes semblent prouver que ça en valait la peine<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup> Voir la nouvelle bande-annonce (intitulée « New Official Trailer ») : <https://youtu.be/szby7ZHLnKA>.

<sup>23</sup> À sa sortie, en février 2020, le film détient le record de la meilleure recette pour un film adapté d'un jeu vidéo et engrange rapidement plus de 300 millions de dollars, juste avant que la pandémie de COVID-19 ne stoppe son envol. Devant un tel succès, une suite est lancée, et *Sonic the Hedgehog 2* sorti en juillet 2022, réussit à battre le record de son prédécesseur tout en étant particulièrement rentable. Selon Cassinat,

Dès la sortie de la deuxième bande-annonce et plus encore du film, les entrevues insistent sur la place des fans, tout en minimisant au final le travail accompli. Fowler ne cesse de répéter à quel point « [i]l faut respecter les fans, c'est grâce à eux que nous avons pu faire ce film. Ils aiment Sonic depuis près de 30 ans et il faut les écouter. » (Lee, 2020)

Seul l'acteur Jim Carrey semble émettre un bémol face à cet engouement généralisé pour les réactions des fans, poussées à outrance par le biais de l'internet. « Je crois aux auteurs. Je crois aux créatifs. Nous faisons ce que nous pouvons faire, puis la technologie fait son travail et les avis des gens feront leur chemin. Et qui sait ce que cela va devenir ? À un moment donné, vous devenez leur monstre de Frankenstein, n'est-ce pas ? » (El Mahmoud, 2019).

En dehors de cette rare limite, la réaction des fans est analysée et mise en avant comme une opportunité esthétique, mais aussi comme un avertissement pris en compte pour éviter un échec commercial qui semblait alors inéluctable. Le producteur Neal Moritz se souvient ainsi :

Nous avons appris que nous avions plus de vues et plus d'intérêt que nous n'aurions jamais cru possible. Le problème, c'était... que toutes les réactions étaient négatives à l'égard du personnage. Mais nous nous sommes dit : « Bon sang, les gens aiment... ». Si on arrive à redresser la barre, on sait déjà que le projet suscite beaucoup d'intérêt. » Nous avons donc organisé une réunion le lendemain matin dans l'une des salles du conseil d'administration de Paramount... et nous avons dit : « Nous allons ramener le personnage à ce pour quoi il est aimé, nous avons besoin de x millions de dollars pour le faire, et nous devons retarder la sortie du film. » Et je dois dire que SEGA et Paramount ont validé aussitôt : « D'accord, vous avez raison... » Nous avons décidé que nous allions faire les choses correctement... En fin de compte, nous ne voulions pas décevoir les fans,

---

avec un budget autour de 90 millions de dollars et un box-office à plus de 400 millions, chaque dollar du film en a rapporté 4,4 : « *Sonic 2* est l'un des films les plus rentables du box-office et c'est à cause de vous » (2022).

Paramount ou SEGA, qui nous avait donné leur joyau pour en faire un film...  
Nous avons tout mis en œuvre pour que tout se passe bien, et nous avons écouté (les critiques). (Mason, 2022)

Dès lors, le fan devient la clef de voute du marketing. Dès le *tweet* du 2 mai qui remercie les fans et jusqu'à la fin de la phase de promotion du film, les entretiens tournent en boucle autour de cette idée. Parmi d'autres exemples, citons encore Fowler : « Honnêtement, l'une de mes plus grandes fiertés dans tout ce processus est que les fans aient pu être impliqués dans ce film. Ils nous ont aidés à atteindre le but recherché. » (Alexander, 2020). Les équipes techniques viennent appuyer cette « merveilleuse opportunité » offerte par les fans, en tentant de minimiser l'impact de ce travail en sus<sup>24</sup>. Le superviseur VFX général Ged Wright y participe aussi :

Bien que le processus ait été déjà avancé sous plusieurs aspects, nous étions encore près du début pour la phase d'animation et la production de plans. Avec le design clair confié à Tyson Hesse, l'exécution du travail a été relativement simple. Nous avons conservé l'échelle globale et la longueur des membres de Sonic, de sorte que la plupart, sinon la totalité, du travail de *postviz* était encore valable. Cela signifie que, dans l'ensemble, les *plates*<sup>25</sup> et les plans n'ont pas changé et que le film lui-même n'a pas été modifié à la suite de la refonte de Sonic. (...) Je suis personnellement ravi que l'accueil réservé au film après sa sortie reflète l'engagement et la passion de toutes les personnes impliquées. (Frei, 2020)

---

<sup>24</sup> Jeff Fowler de déclarer (tel que cité par Failles, 2020) : « Si vous avez 60 plans d'effets visuels dans votre première bande-annonce, il est probable que seuls 60 plans d'effets visuels ont été réalisés pour l'ensemble du film ! C'est le fer de lance du travail. Ce sont les plans qui sont accélérés pour être terminés vite. Ils seront même souvent modifiés après-coup. Des sites internet entiers sont consacrés à la comparaison entre la version de la bande-annonce d'un plan d'effets visuels et la version finale — parce que vous travaillez constamment dessus, vous l'améliorez, vous le poussez et vous essayez de le rendre meilleur. Ce n'est donc pas tout à fait ce qui a été rapporté en termes de "Oh, nous avons un film terminé, puis nous avons dû tout refaire parce que nous changions le personnage". »

<sup>25</sup> En référence à l'image provenant directement de la photographie principale, sur laquelle se rajouteront les effets visuels.

Cette référence à la passion de « tous ceux impliqués » n'est pas anodine. D'une part, Fowler est décrit lui-même comme un « superfan de Sonic » (Schwartz, 2018), ce qui rend encore plus cohérente sa volonté d'écouter ses pairs. De l'autre, la passion se retrouve chez les travailleurs d'effets visuels, soulagés de pouvoir participer à un meilleur design et de proposer des images plus en phase avec leurs désirs de fans. C'est le paradoxe de cette industrie, dont la part importante de fanployés conduit à certains abus, à une volonté de « bien faire » pouvant dépasser celle de « bien vivre »... En définitive, le fan de Sonic, devant et derrière son écran, se retrouve davantage dans le second design, mais l'aventure de ces multiples Sonic expose bien les difficultés du milieu des effets visuels et de ses liens parfois complexes avec les fans, des deux côtés de l'écran, qu'ils soient « simples spectateurs » ou professionnels des effets visuels.

### **Conclusion**

Il serait impossible de refaire l'histoire. Et si le film était sorti avec le premier design, quel aurait été le résultat ? Un boycottage de la part des fans les plus accros à la franchise initiale aurait-il suffi à infléchir le box-office ? Une critique unanime sur la vallée de l'étrange aurait-elle décrié le personnage à tel point que le scénario soit passé sous silence ? En 2022, les fans de jeux vidéo ont tenté la même approche à l'annonce de *Sonic Frontiers*, réclamant le report de la date de sortie d'une année pour réussir à finir le jeu correctement (Claudel, 2022). Cette fois, le hashtag #DelaySonicFrontiers ne fera pas fléchir le studio qui maintient la date du 6 novembre 2022... pour annoncer, un mois plus tard, des records de vente avec plus de 2,5 millions d'exemplaires écoulés.

Au cinéma, « l'affaire Sonic » renvoie à l'échec de *Cats*, même si elles sont différentes dans leur exécution et dans leurs communautés de fans. Comme l'explique Jeff Bock, spécialiste du box-office de Exhibitor Relation : « C'est une affaire d'importance. Les réalisateurs de "Sonic" ont appris qu'il fallait apaiser les fans purs et durs. Les fans ont dit "Ce n'est pas le Sonic que nous connaissons" et, étonnamment, Paramount a refait le

film. Il semble que cela soit payant, puisque “Sonic” est presque assuré de remporter le box-office du week-end. C’est le scénario anti-“Cats” » (Alexander, 2020).

Curieusement, l’heureux dénouement (des fans ravis qu’on les écoute, un box-office à la hauteur de leur reconnaissance en échange d’une rallonge de « quelques millions de dollars »...) semble pour le moment peu tenter les autres studios. Entre méfiance et attirance, le fan « puriste » intrigue Hollywood. Ce dernier est à la fois inquiet que l’on touche à ses idoles et, donc, quasi obligatoirement déçu tout en étant un public *a priori* conquis d’avance et curieux de voir une nouvelle version de l’objet de son fanatisme. L’impuissance de ce fan spectateur renvoie à l’impuissance des fanployés qui, même de l’intérieur, restent eux aussi bien souvent privés de voix et, surtout, d’écoute. *Sonic* est un premier exemple de prise en compte de la voix du fan spectateur, à défaut d’être une prise en compte de la voix des fanployés.

## Références

20 Minutes avec agences. 2022. « Les fans de “Star Wars” sont les plus toxiques et les plus racistes, selon Simon Pegg ». *20 Minutes*, 22 juillet 2022.

<https://www.20minutes.fr/arts-stars/cinema/3328951-20220722-fans-star-wars-plus-toxiques-plus-racistes-selon-simon-pegg>.

3DVF. 2020. « Rencontre avec Strad : entre productions hollywoodiennes et sauvetage de projets, 30 ans de passion ». *3DVF* (blogue), 7 mai 2020.

<https://3dvf.com/redaction/rencontre-strad-entre-productions-hollywoodiennes-et-sauvetage-de-projets-30-ans-de-passion/>.

Alexander, Bryan. 2019. « How ‘Sonic the Hedgehog’ avoided death by Twitter with a dramatic, game-saving design ». *USA Today*, 13 février 2020.

<https://www.usatoday.com/story/entertainment/movies/2020/02/13/sonic-the-hedgehog-movie-redesign-how-backlash-made-character-better/4730593002/>

Amidi, Amid. 2019. « MPC, Studio Behind “The Lion King,” Shuts Down Vancouver Studio ». *Cartoon Brew*, 11 décembre 2019.

<https://www.cartoonbrew.com/business/breaking-mpc-studio-behind-the-lion-king-shuts-down-vancouver-studio-183671.html>.

Amidi, Amid. 2020. « Toxic Labor Practices At Mill Film Led A VFX Worker To Suicide, Co-Workers Allege *Cartoon Brew* ». *Cartoon Brew*, 11 novembre 2020.

<https://www.cartoonbrew.com/artist-rights/toxic-labor-practices-at-mill-film-led-a-vfx-worker-to-suicide-co-workers-allege-198476.html>.

angxworld, 2019 « Godzilla: King of the Monsters | Behind the Scene ». 1:41.

<https://www.youtube.com/watch?v=g8PhummZur0>.

Animation & Visual Effects Union. 2022. « MPC controversial RAG system ignites ANGER in industry—Studios extend hiring olive branch ». *AVU | Animation & VFX*

*Union*, 20 juillet 2022.

<https://web.archive.org/web/20220720090353/https://www.animvfxunion.com/blog/mpc-rag-recruiters>.

Bayard, Florian. 2019. « Sonic le film : Sega et Paramount vont changer son design suite à la colère des fans ». *Phonandroid*, 3 mai 2019.

<https://www.phonandroid.com/sonic-film-sega-paramount-change-design-suite-critiques-fans.html>.

Beasley, Tom. 2019. « “Sonic the Hedgehog” creator is still not sure about movie design ». *Yahoo!*, 15 novembre 2019. <https://news.yahoo.com/sonic-hedgehog-creator-movie-design-144638075.html>.

Bown, Alfie. 2018. *The PlayStation Dreamworld. Theory Redux*. Cambridge, UK ; Malden, MA : Polity.

Cassinat, Lino. 2022. « *Sonic 2* est l'un des films les plus rentables du box-office et c'est à cause de vous ». *Écran Large*, 7 juillet 2022.

<https://www.ecranlarge.com/films/news/1438772-sonic-2-est-lun-des-films-les-plus-rentables-du-box-office-et-cest-a-cause-de-vous>.

Chalk, Andy. 2018. « The first Sonic the Hedgehog live action movie poster is creepy as hell ». *PC Gamer*, 10 décembre 2018. <https://www.pcgamer.com/the-first-sonic-the-hedgehog-live-action-movie-poster-is-creepy-as-hell/>.

Claudel, Maxime. 2022. « Permettez-nous de défendre Sonic Frontiers ». *Numerama*, 10 novembre 2022. <https://www.numerama.com/pop-culture/1175490-permettez-nous-de-defendre-sonic-frontiers.html>

Elderkin, Beth. 2019. « VFX Artists Explain What It Would Actually Take to Redo *Sonic The Hedgehog* ». *Gizmodo*, 15 mai 2019. <https://gizmodo.com/vfx-artists-explain-what-it-would-actually-take-to-redo-1834653108>.

- El Mahmoud, Sarah. 2019. « Jim Carrey Talks Kowtowing To Sonic The Hedgehog Public Pressure ». *Cinema Blend*, 29 octobre 2019, <https://www.cinemablend.com/news/2483419/jim-carrey-talks-kowtowing-to-sonic-the-hedgehog-public-pressure>.
- Failes, Ian, 2020. « This is what sonic fans seem to really want': a Q&A with 'Sonic' director Jeff Fowler ». *Before & Afters*, 22 février 2020. <https://beforesandafters.com/2020/02/22/this-is-what-sonic-fans-seem-to-really-want-a-qa-with-sonic-director-jeff-fowler/>.
- Fowler, Jeff. (@fowltown). 2019. « Thank you for the support. And the criticism. The message is loud and clear... you aren't happy with the design & you want changes. It's going to happen. Everyone at Paramount & Sega are fully committed to making this character the BEST he can be... #sonicmovie #gottafixfast 🛠️ 🙌 ». Twitter, 2 mai 2019, 17 h, <https://twitter.com/fowltown/status/1124056098925944832>.
- Frei, Vincent. 2020. « Sonic The Hedgehog: Ged Wright—Overall VFX Supervisor—MPC ». *Art of VFX*, 4 mars 2020. <https://www.artofvfx.com/sonic-the-hedgehog-ged-wright-overall-vfx-supervisor-mpc/>.
- Freud, Sigmund. 1925. « The Uncanny ». Dans *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud Vol. XVII*, sous la direction de James Strachey, 217-252. Londres : Hogarth Press, 1955.
- Game Clips and Tips. 2019. *Sonic The Hedgehog Movie Trailer 2019*. 30 avril 2019. 2:47. <https://www.youtube.com/watch?v=s4dYb-NTyKA>.
- Hogg, Trevor. 2020. « How to build a better Sonic ». *Animation Magazine*, 20 février 2020. <https://www.animationmagazine.net/2020/02/how-to-build-a-better-sonic-the-hedgehog/>.
- Jules. 2018. « Sonic : La première affiche du film live dévoilée et... Nos rétines veulent quitter l'Europe ». *Le Journal du Geek*, 11 décembre 2018.

<https://www.journaldugeek.com/2018/12/11/sonic-premiere-affiche-film-live-devoilee-nos-retines-veulent-quitter-leurope/>.

Lee, Chris. 2020. « Beyond the Creepy Teeth: How Sonic the Hedgehog Saved Itself. » *Vulture*, 14 février 2020. <https://www.vulture.com/2020/02/the-sonic-the-hedgehog-controversy-and-redesign-explained.html>.

Lee, Chris. 2022. « I'm a VFX Artist, and I'm Tired of Getting Pixel-F-ked' by Marvel » *Vulture*, 26 juillet 2022. <https://www.vulture.com/article/a-vfx-artist-on-what-its-like-working-for-marvel.html>.

Maillet, Aubery, 2022. « Netflix annule sa meilleure série après deux saisons : les fans prêts à tout pour la sauver, le créateur aussi ! » *Purebreak*, 14 décembre 2022. <https://www.purebreak.com/news/netflix-annule-sa-meilleure-serie-apres-deux-saisons-les-fans-prets-a-tout-pour-la-sauver-le-createur-aussi/239850>.

Martin, Aitor, 2015. « Benedict Cumberbatch — The hobbit — The best scene — Smaug ». 11 août 2015, 2 :53. <https://www.youtube.com/watch?v=sXN9IHrnVVU>.

Mason, Myral, 2022. « Sonic Movie Producer Breaks Down Hedgehog Redesign After Trailer Backlash ». *Screen Rant*, 14 avril 2022. <https://screenrant.com/sonic-hedgehog-movie-trailer-backlash-redesign-explained-producer/>.

Mori, Masahiro. 1970. « Bukimi no tani » [La Vallée de l'étrange]. *Energy*, 7 (4) : 33-35.

Movieclips, 2020. *Cats (2019)—Jellicle Songs for Jellicle Cats Scene (1/10)*, 1 avril 2020. 4 :17. <https://www.youtube.com/watch?v=xwFYqoDStfY>.

Mury, Cécile. 2022. « Les créateurs d'effets spéciaux pour Marvel se rebiffent ». *Télérama*, 13 juillet 2022, <https://www.telerama.fr/cinema/les-createurs-d-effets-speciaux-pour-marvel-se-rebiffent-7011378.php>

Naoto Ohshima [@NaotoOhshima]. « 今まで色々なソニックが現れたが全てを好きでいたい。私はソニック映画のトレーラーを観た。大人も楽しめるものを期待していたが心配です。 So far, various Sonics have

appeared. I loved all Sonics. I saw a trailer of Sonic's movie. I was expecting adults to have fun too. I am worried. <https://t.co/QgBfrTJ700> ». Twitter, 2 mai 2019.

<https://twitter.com/NaotoOhshima/status/1124020496260063239>.

Power, Tom. 2020. « Inside the Frantic Race to Fix Sonic ». *Wired UK*, 15 février 2020.

<https://www.wired.co.uk/article/sonic-movie-redesign>.

Riemain, Jonathan. 2019. « Et si le film *Sonic* était sauvé par un fan ? ». *Cowcotland*,

1<sup>er</sup> juin 2019. <https://www.cowcotland.com/news/67498/et-si-le-film-sonic-etait-sauve-par-un-fan.html>

Romanet, Kevin. 2022. « S.O.S Fantômes : quand le réalisateur Paul Feig s'énervait contre les critiques du reboot », *Cineserie*, 21 octobre 2022.

<https://www.cineserie.com/news/cinema/s-o-s-fantomes-quand-le-realisateur-paul-feig-senervait-contre-les-critiques-du-reboot-5480233/>.

Schwartz, Terri. 2018. « Sonic The Hedgehog Movie First Look: Check Out the Exclusive Official Poster ». *IGN*, 10 décembre 2018.

<https://www.ign.com/articles/2018/12/10/sonic-the-hedgehog-movie-first-look-check-out-the-exclusive-official-poster>.

Serebrin, Jacob. 2020. « Montreal man's suicide sheds light on toxic workplaces in Canada's visual effects sector ». *National Post*, 5 novembre 2020.

<https://nationalpost.com/news/canada/dying-for-movies-suicide-highlights-labour-issues-in-canadas-visual-effects-sector>.

Seymour, Mike. 2020. « Sonic's very fast redesign ». *The FX Guide*, 24 février 2020,

<https://www.fxguide.com/xfeatured/sonics-very-fast-redesign/>.

Shepard, Kenneth. 2024 « Five Years Ago, The First *Sonic* Movie Trailer Broke The

Internet ». *Kotaku*, 30 avril 2024. <https://kotaku.com/sonic-movie-first-trailer-ugly-design-delay-redesign-1851446390>.

## Filmographie

- Anderson, Paul W. S. 1995. *Mortal Kombat*. Threshold Entertainment, New Line Cinema. 101 minutes.
- Bartkowiak, Andrzej. 2009. *Street Fighter: The Legend of Chun-Li*. Hyde Park Entertainments, Capcom. 96 minutes.
- Butterworth, Kent. 1993. *Adventures of Sonic the Hedgehog*. Sega of America, Reteialia.
- Dante, Joe. 2003. *Looney Tunes: Back in Action*. Warner Bros. Pictures. 93 minutes.
- Dougherty, Michael. 2019. *Godzilla: King of Monsters*. Legendary Pictures. 132 minutes.
- Feig, Paul. 2015. *Ghostbusters*. Sony Picture Entertainment. 116 minutes.
- Fowler, Jeff. 2004. *Gopher Broke*. Blur Studio. 4 minutes.
- Fowler, Jeff. 2020. *Sonic the Hedgehog*. Paramount Pictures. 99 minutes.
- Fowler, Jeff. 2022. *Sonic the Hedgehog 2*. Paramount Pictures. 122 minutes.
- Gens, Xavier. 2007. *Hitman*. EuropaCorp. 92 minutes.
- Gosnell, Raja. 2011. *Les Schtroumpfs*. Columbia Pictures. 102 minutes
- Hewitt, Peter. 2004. *Garfield*. 20<sup>th</sup> Century Fox. 84 minutes.
- Hunter, Melissa. 2022. *She-Hulk: Attorney at Law*. Marvel Studios.
- Hooper, Tom. 2019. *Cats*. Working Title Films. 110 minutes.
- Johnson, Rian. 2017. *Star Wars: Episode VIII—The Last Jedi*. Lucasfilms Ltd., Walt Disney Pictures. 152 minutes.

Jones, Duncan. 2016. *Warcraft*. Legendary Pictures, Blizzard Entertainment. 123 minutes.

Kapinos, Tom. 2016-2018. *Lucifer*. DC Entertainment, Warner Bros. Television.

Kurzel, Justin. 2016. *Assassin's Creed*. New Regency, Ubisoft Motion Pictures, DMC Film. 115 minutes.

Letterman, Rob. 2019. *Pokémon Detective Pikachu*. Legendary Pictures, The Pokémon Company International. 104 minutes.

Lucas, George. 1991. *Star Wars: Episode I—The Phantom Menace*. Lucasfilm Ltd. 136 minutes.

Miller, Tim. 2016. *Deadpool*. 20<sup>th</sup> Century Fox. 108 minutes.

Morton, Rocky et Annabel Jankel. 1993. *Super Marios Bros*. Cinergi Pictures, Hollywood Pictures. 104 minutes.

Newell, Mike. 2010. *Prince of Persia: Sands of Time*. Walt Disney Pictures. Jerry Bruckheimer Films. 116 minutes.

Pytko, Joe. 1996. *Space Jam*. Warner Bros. Family Entertainment. 88 minutes.

Schaffer, Akiva. 2022. *Chip 'n Dale Rescue Rangers*. Mandeville Films. 97 minutes.

Russell, Chuck. 1994. *The Mask*. New Line Cinema. 101 minutes.

Sidney, George. 1945. *Anchors Aweigh*. Metro-Goldwyn-Mayer. 143 minutes.

Stevenson, Robert. 1964. *Mary Poppins*. Walt Disney Productions. 139 minutes.

Uthaug, Roar. 2018. *Tomb Raider*. Metro-Goldwyn-Mayer Pictures. 118 minutes.

Wachowski, Lana, Lily Wachowski et Joseph Michael Straczynski. 2015-2018. *Sense 8*. Studio JMS.

Waititi, Taika. 2022. *Thor: Love and Thunder*. Marvel Studios. 118 minutes

West, Simon. 2001. *Lara Croft: Tomb Raider*. Paramount Pictures. 100 minutes

Zemeckis, Robert. 1988. *Who Framed Roger Rabbit*. Amblin Entertainment. 104 minutes

Zemeckis, Robert. 2004. *The Polar Express*. ImageMovers, Castle Rock Entertainment. 100 minutes.

Zemeckis, Robert. 2007. *Beowulf*. Paramount Pictures. 114 minutes.

## **Ludographie**

Sonic Team. 1991. *Sonic the Hedgehog*. Sega Genesis, Mega Drive. Sega.

Sonic Team. 2022. *Sonic Frontiers*. Nintendo Switch, PlayStation 4, Xbox One, Windows. Sega.

Sega Studios USA. 2005. *Shadow the Hedgehog*. GameCube, PlayStation 2, Xbox. Sega.

*Christopher Noël est doctorant en études vidéoludiques à l'Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue (centre de Montréal) où il enseigne dans le programme de création et nouveaux médias. Sa recherche-création doctorale porte sur l'esthétique de la violence dans les jeux vidéo avec une approche de recherche par le design. Ayant travaillé dans l'industrie du VFX et du jeu vidéo (notamment chez MPC, entre autres sur *Godzilla : King of Monsters*), les enjeux de production lui sont familiers.*

*Réjane Hamus-Vallée est professeure des Universités au sein de l'Université d'Evry Paris Saclay, Centre Pierre Naville, où elle dirige le master « Image et société. Documentaire et sciences sociales ». Ses travaux de recherche portent principalement sur les effets spéciaux (*Les effets spéciaux au cinéma. 120 ans de créations en France et dans le monde, avec Caroline Renouard, Armand Colin, 2018*; *Peindre pour le cinéma. Une histoire du Matte Painting, Les Presses universitaires du Septentrion, 2016*), sur les métiers du cinéma (*Superviseur d'effets visuels pour le cinéma, avec Caroline Renouard, Eyrolles, 2016*) et sur la sociologie visuelle et filmique (direction, « *Sociologie de l'image, sociologie par l'image* », *CinémAction, 2013*).*

## **Abstract**

This article examines the events surrounding the production of the movie *Sonic the Hedgehog* (Fowler, 2020) by studying the interactions between the fans (either working on the movie, or in the public) and the studio (Paramount). We first establish the facts about the early stages, describe the initial reception of the trailer and go on to describe how the fan's strong reaction led to a never-before-seen event in the movie industry: the redesign of its titular, VFX-only character while the movie is in the middle of its post-production phase. Then, by introducing journalistic sources, we form a clearer picture of the events that transpired as well as the impact it had on workers.

**Keywords** : Sonic, MPC, Paramount, Fans, VFX