

MASTER « Métiers de l'Éducation et de la Formation »

Mention :

**Pratiques et Ingénierie de
Formation**

Parcours :

**Éducation aux Médias et à
l'Information**

Titre du mémoire :

*Les adolescents dans les univers transmédiés : formes
d'engagement de jeunes fans.*

Présenté par Fanny Fouillade

Mémoire co-dirigé par :

Nicole Boubée et Jean Deilhes

Membres du Jury de soutenance :

- **Nicole Boubée**
- **Jean Deilhes**
- **Laurence Leveneur**

**Soutenu le :
21 septembre 2017**

Année Universitaire 2016-2017

Remerciements

Je remercie chaleureusement mes deux directeurs de mémoire, Nicole Boubée et Jean Deilhes, qui par leurs approches complémentaires m'ont permis à la fois d'enrichir ma démarche initiale et de la resserrer. Je leur suis très reconnaissante du temps consacré au suivi de mon travail, cadré en étapes régulières, ainsi que des judicieux conseils prodigués.

Plus largement, je voudrais les remercier pour l'ensemble de la formation proposée dans le cadre du Master 2 EMI de l'Université Toulouse 2, qui à titre personnel m'a apporté un souffle intellectuel stimulant.

J'ajoute une pensée pour les élèves qui ont participé à l'enquête et se sont livrés sans détours. Leurs précieux témoignages nourrissent ce mémoire, mais également ma réflexion future dans mon métier d'enseignante.

Résumé

Les industries culturelles, loin de proposer à leur public un produit unique et autonome, déploient des stratégies immersives visant à le conduire à explorer des fictions déployées en mondes. Elles inventent ainsi des formes nouvelles de narration relevant du transmédia storytelling. Se passionner pour ces mondes, c'est pour le jeune fan expérimenter son propre parcours à travers des médias divers perçus comme complémentaires. La fiction ne se donne pas en une fois, mais se dévoile, se découvre, se conquiert, se déplie dans le temps. Le fan apporte alors ses réponses à différentes formes d'interactions dans lesquelles il se trouve sollicité. Notre enquête s'attache à offrir un panorama des pratiques de jeunes fans dans leur circulation sur différents médias et à nous interroger en particulier sur leur degré de participation. Loin de rester dans une posture passive, ils entrent en effet volontiers dans des activités de commentaire ou de création, relevant pour certaines du fanart. Aussi, leur passion sert de ciment à différentes formes de socialisation que ce soit dans le cercle du quotidien, dans celui des communautés virtuelles, ou dans des temps de loisirs culturels.

Mots-clefs : transmédia storytelling, culture fan, culture de la convergence, communautés participatives, fanfiction.

Table des matières

INTRODUCTION	1
PREMIERE PARTIE : LE TRANSMEDIA STORYTELLING, ETAT DE LA QUESTION	3
1- LE TRANSMEDIA STORYTELLING : D'UNE DEFINITION CLAIRE A DES REINVESTISSEMENTS LARGES.	3
1.1. Henry Jenkins : première formulation d'une définition stabilisée.	3
1.2. Le worldbuilding: quand une fiction ouvre un monde.	5
1.3. Quelques productions pionnières en matière de transmédia.	7
1.4. Vers une définition plus ouverte.	8
2- DU COTE DES INDUSTRIES CULTURELLES : CONSTRUIRE DES UNIVERS NARRATIFS ECLATES FAISANT APPEL AUX INTERACTIONS ET A L'INTERACTIVITE.	10
2.1. Les instances créatrices.	10
2.2. Créer une dynamique de circulation impliquant plusieurs médias.	10
2.3. Eclater la narration et ouvrir des points d'accès multiples.	11
2.4. Faire naître la participation, stimuler les interactions.	12
2.5. Intégrer des créations de fans.	14
2.6. Une logique commerciale applicable à d'autres domaines.	14
3- FAN STUDIES : L'ENGAGEMENT DU PUBLIC ET L'IDENTITE DU FAN AU SEIN DES COMMUNAUTES.	15
3.1. La figure du fan, essai de définition.	16
3.2. Les goûts des fans : une culture globalisée.	17
3.3. Les formes d'engagement des fans.	17
3.4. Les motivations des fans.	19
DEUXIEME PARTIE : METHODOLOGIE	21
1- LE CHOIX DE LA METHODE QUALITATIVE POUR APPREHENDER DES PRATIQUES CULTURELLES.	21
1.1. Justification du choix.	21
1.2. Limites méthodologiques.	22
2- METHODE DE COLLECTE DES DONNEES.	23
2.1. Identification de l'échantillon.	23
2.2. Le choix des entretiens semi-directifs, individuels ou collectifs.	24
2.3. Une implication personnelle destinée à approfondir l'empathie et la confiance.	25
2.4. Echantillon des enquêtés : tableau synoptique.	26
3- LE TRAITEMENT DES DONNEES.	28
3.1. Analyse thématique.	28
3.2. Analyse transversale.	29
TROISIEME PARTIE : RESULTATS	30
1- DES MODES DE CONSOMMATION OUVERTS AU DEPLOIEMENT TRANSMEDIA.	30
1.1. Des modes de consommation fondés sur la circulation entre les médias.	30
1.2. Explorer les univers de fiction.	32
1.2.1. Comparer des transpositions.	32
1.2.2. Parcourir des extensions.	33
1.2.3. S'ouvrir aux fanfictions.	33
1.3. Rechercher des informations.	35
1.3.1. Modalités de recherche d'information passive versus active.	35
1.3.2. Chercher à s'informer : choix des médias en fonction des attentes.	35
1.3.3. Chercher à mieux comprendre, confronter plusieurs interprétations.	37
1.3.4. Relever des défis, déjouer des énigmes.	39
1.4. S'adonner au plaisir ludique.	39
2- PARTICIPATION ET PRODUCTION DES JEUNES FANS AU SEIN DES DISPOSITIFS TRANSMEDIAS.	41
2.1. Participation à travers la formulation de commentaires.	41
2.1.1. Réagir, exprimer une opinion.	41
2.1.2. Réfléchir et interpréter.	42
2.2. Créer, publier, partager.	43

2.2.1. Productions en réponse à des incitations.....	43
2.2.2. Initiatives personnelles : du côté de l'image.....	44
2.2.3. Initiatives personnelles : du côté de la fanfiction.....	45
2.2.4. Une production hors média.....	46
3- LA CONSTRUCTION D'UNE IDENTITE DE FAN.....	47
3.1. <i>Un engagement complet.</i>	48
3.1.1. Un niveau d'expertise reconnu.....	48
3.1.2. Un investissement qui se mesure en temps et en effort.....	48
3.2. <i>Une identité construite dans le temps et évolutive.</i>	49
3.2.1. Un suivi sur plusieurs années.....	49
3.2.2. L'initiation.....	50
3.2.3. Des jeunes fans médiateurs.....	51
3.2.4. Des fans nomades.....	51
3.3. <i>Des jeunes fans désireux de s'identifier.</i>	52
3.3.1. Intégrer dans son environnement l'univers de fiction.....	52
3.3.2. Adopter un langage, jouer des rôles.....	53
3.4. <i>Des loisirs culturels pour vivre des expériences immersives.</i>	54
3.4.1. Événements et rencontres.....	54
3.4.2. Des loisirs culturels à l'initiative de jeunes fans.....	55
3.5. <i>Le fan au sein de communautés.</i>	56
3.5.1. Les communautés virtuelles.....	56
3.5.2. Les communautés à l'occasion d'événements.....	57
3.5.3. Les groupes de socialisation du quotidien.....	57
QUATRIEME PARTIE : DISCUSSION ET IMPLICATIONS PROFESSIONNELLES.....	59
1- DISCUSSION.....	59
1.1. <i>De jeunes fans engagés et actifs dans l'exploration d'un monde.....</i>	60
1.2. <i>Des jeunes fans participatifs, entrés dans la « culture de la convergence ».....</i>	60
1.3. <i>Des goûts culturels au centre de la socialisation.....</i>	62
1.4. <i>Un public manipulé ou libre de ses choix ? Pratiques consuméristes associées.....</i>	63
2- IMPLICATIONS PROFESSIONNELLES.....	65
2.1. <i>Nouvelles écritures : les narrations transmédias.....</i>	65
2.2. <i>Pour une éducation au transmédia.....</i>	67
CONCLUSION.....	69
BIBLIOGRAPHIE.....	70

Introduction

Les contenus culturels proposés au public adolescent viennent largement de l'international : mangas, jeux vidéo, séries américaines, imaginaires issus de la fantasy... Les titres à succès témoignant de la globalisation sont pléthores : les pokemons, Harry Potter, Star Wars ont ainsi conquis un public international et séduisent encore le public juvénile (S. Octobre, 2017). A la fois fidèle dans le temps et avide de nouveautés, celui-ci est souvent connecté et dispose d'écrans divers : smartphone, tablette, ordinateur. Cela lui permet d'élargir les médias à sa disposition pour prendre connaissance de la palette du répertoire culturel à sa disposition. Cela passe par des lectures sur papier ou sur média numérique, ainsi que par des visionnages d'images ou de vidéo. Les produits culturels occupent en effet une place significative dans le quotidien des adolescents et dans leurs activités sur les médias (C. Dahan, 2013). En parallèle, l'univers imaginaire suscitant des passions relève souvent d'une stratégie de communication portée par l'industrie culturelle. Le produit gagne son public par le biais d'un média privilégié, autour duquel d'autres vont se greffer pour compléter l'offre. Celle-ci répond à la curiosité d'un public demandeur, en même temps qu'elle la nourrit. Elle apporte des éléments enrichissant la fiction, d'autres diffusant des informations, et intègre les voix d'un public appelé à participer (M. Bourdaa, 2012).

Cette stratégie relève dès lors du transmédia storytelling : elle consiste à mettre en cohérence différents médias pour créer une fiction éclatée faisant appel à un public actif. Henry Jenkins, chercheur au MIT, pose en 2006 le concept appliqué à la narration : il définit le transmédia storytelling comme un « processus dans lequel les éléments d'une fiction sont dispersés sur plusieurs plateformes médiatiques dans le but de créer une expérience de divertissement coordonnée et unifiée. Idéalement, chaque médium apporte sa propre contribution pour le développement de l'histoire ». Cette définition trouve bien un écho dans l'offre culturelle faite aux jeunes adolescents. Ceux-ci sont amenés à suivre une histoire dont la fin n'est souvent que provisoire. Elle se poursuit, voit certains aspects se développer et devenir indépendants. Les jeunes fans découvrent des facettes enrichies en circulant sur différents médias et en les fréquentant avec régularité, voire en les enrichissant. Une définition et un concept sont posés en 2006, pourtant le transmédia a déjà une histoire et un tracé (S. Denis, 2015). Les générations précédentes ont vu l'offre s'étoffer autour d'un produit culturel. Walt Disney, par exemple, a pu reprendre des contes traditionnels européens transposés en films, mais également déclinés en jeux, en BD... Cependant, la montée en puissance des médias

numériques a profondément modifié la donne. Les blogs, sites donnent la part belle aux forums ou font appel à la collaboration ; les réseaux sociaux font pleinement entrer le dialogue dans le mode de relation au public. Celui-ci mène dans sa consommation culturelle une expérience vivante et évolutive.

Du côté de la recherche, l'étude des pratiques culturelles a été initiée à la fin des années 50 par les *Cultural Studies* au sein des universités anglo-saxonnes. Davantage centrés sur le transmédia, des chercheurs, dans le sillage de Jenkins, étudient les pratiques des fans dans les dispositifs de l'industrie culturelle. En France, les *fans studies* sur le transmédia ont une dizaine d'année, et sont aujourd'hui portées par quelques chercheurs actifs (Le Guern, Maigret, Peyron, Bourdaa, Martin par exemple). Leurs études s'interrogent sur les caractéristiques du fan et en particulier sur les communautés dans lesquelles il s'intègre. Elles partent d'un titre-phare, voire d'une franchise, et mettent la lumière sur les pratiques de fans et leurs formes d'engagement à travers la toile médiatique. Notre enquête se place dans la lignée de ces études de fans. Elle s'appuie sur des entretiens et relève de la méthode qualitative afin de cerner et de comprendre les pratiques. Son originalité porte sur la classe d'âge envisagée : les 13-15 ans, entrés dans l'adolescence, et souvent passionnés d'imaginaires internationaux. Notre étude met au centre ces jeunes adolescents et les aborde de manière transversale pour comprendre comment, dans chacune de leurs passions déployées dans des logiques transmédiés, ils entrent, circulent, participent, interagissent. Nous essaierons de nous représenter comment ces jeunes fans investissent les dispositifs transmédiés de l'industrie culturelle.

Dans un premier temps, nous proposerons un état de la question sur le transmédia storytelling, qui inspire de nouveaux modes de narration et s'appuie sur un public conçu comme acteur et participatif. Dans un second temps nous préciserons le dispositif méthodologique mis en place pour mener à bien notre enquête dans le cadre de la méthode qualitative, avec la spécificité de rendre compte de pratiques de jeunes adolescents. Ensuite, nous présenterons les résultats axés sur trois points : les modes de consommation, la participation, et la construction identitaire de jeunes fans. Enfin, nous envisagerons une discussion afin de mettre en avant des points saillants de notre enquête au regard de la recherche. Pour clore l'ensemble, nous ouvrirons quelques pistes concernant les implications professionnelles riches dans le domaine de l'éducation.

Première partie : le transmédia storytelling, état de la question.

Le transmédia, associé généralement au mot « storytelling », désigne les nouvelles formes de narration, remettant en cause la linéarité d'un récit, ainsi que ses conditions de réception. Celui-ci n'est plus destiné en effet à être lu ou reçu une fois figé dans sa forme finale, puisqu'il prend sens dans ses extensions multimédias variées, évoluant au gré de la participation active de son public. Cela correspond aux produits nouveaux de l'industrie culturelle, visant souvent un public international et conçus dans la sérialité. Le projet est de développer et de cultiver la passion des fans en les immergeant dans un monde complexe, riche, et évolutif (Bourdaa, 2012). Les fans sont alors prêts à circuler dans divers médias qui leur permettent de vivre leur passion de manière sans cesse renouvelée. Ils sont également appelés à participer eux-mêmes, sous des formes variées faisant appel à leur créativité.

Le terme de « transmédia storytelling » fait consensus, imposé à partir de 2003 par l'américain Henry Jenkins¹. Dans un premier temps, il s'agit de saisir les contours de sa définition, et d'envisager également son évolution. Ensuite, nous nous situerons du côté des industries culturelles pour montrer comment est pensée la construction d'univers narratifs éclatés, comment sont développées des stratégies immersives jouant des interactions et de l'interactivité. Enfin, nous nous centrerons sur la figure du fan, dans sa posture active de récepteur et producteur de contenus, ainsi que sur la construction de son identité au sein des communautés.

1- Le transmédia storytelling : d'une définition claire à des réinvestissements larges.

1.1 Henry Jenkins : première formulation d'une définition stabilisée.

H. Jenkins (2006) définit le transmédia storytelling comme un « processus dans lequel les éléments d'une fiction sont dispersés sur plusieurs plateformes médiatiques dans le but de créer une expérience de divertissement coordonnée et unifiée. Idéalement, chaque médium apporte sa propre contribution pour le développement de l'histoire ». Cela implique un renouvellement de la narration linéaire, attachée à un héros et structurée par étapes chronologiques, qui se trouve dès lors fragmentée. Elle se transforme en univers fictionnel éclaté sur différents médias, constituant pour chacun comme le morceau d'un vaste puzzle.

¹ Jenkins, Henry, «Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling », Technological Review, 15 janvier 2003.

Du point de vue de la conception, il s'agit de proposer une histoire déployée sur différentes plateformes, construisant un univers immersif complet fondé sur un jeu d'interactions avec le public. Du point de vue de la réception, en particulier des communautés de fans, il s'agit de vivre une expérience active impliquant des activités de création. C'est notamment le terreau de production des fans-fictions², nées dans des fandoms³, dont la vitalité est facilitée par internet.

Ces transformations de la narration se sont faites en lien avec l'émergence de la « culture de la convergence » (H. Jenkins, 1998) : « La convergence culturelle décrit les nouvelles façons par lesquelles les récepteurs sont liés au contenu médiatique, leurs compétences grandissantes pour décoder les médias, et leur désir de culture participative ». Les produits culturels sont conçus pour être ouverts à des publics créateurs d'extensions transmédias favorisées par l'usage du numérique. Ces dérivés forment une palette de nouvelles fictions dont le noyau est bien le récit initial, mais qui le prolongent, le réinventent, l'éclairent différemment. La narration, ainsi augmentée, se déploie en univers immersif partagé, dans lequel le public prend une part active. Peu à peu se brouille la distance qui séparait les concepteurs des récepteurs dans le processus de création d'une œuvre fictionnelle, pour les faire entrer dans un dialogue fécond. E. Maigret (2006), en préface de l'édition française, signale alors que « le terme public s'affaiblit au profit de communauté participative » : il s'agit désormais de « saisir les passerelles entre les médias, les producteurs, les usagers ». Les consommateurs de biens culturels, de passifs, sont appelés à apporter leur pierre à une construction collective. H. Jenkins (2006) met l'accent sur les nouvelles sources qui alimentent la création : « Au lieu de dire des producteurs et des consommateurs de médias qu'ils jouent des rôles séparés, on peut aujourd'hui les considérer comme des participants en interaction les uns avec les autres en fonction d'un nouvel ensemble de règles que personne ne comprend entièrement ». De la sorte, on comprend que la création devient un processus ouvert, dialogique, s'élaborant dans des cadres lâches et toujours réinventés. L'œuvre possède bien un noyau -une trame narrative propice aux extensions-, mais son évolution est ouverte à de multiples possibles, sur lesquels personne n'a la mainmise définitive.

Quels sont alors les grands principes du transmédia ? H. Jenkins (2013) propose des éléments de réponse dans un article fondateur, «La licorne origami contre-attaque». Son étude se base sur un corpus varié de séries télévisées ou de films ayant donné naissance à diverses extensions transmédias. Elle intègre également les propos de la réalisatrice d'une de ces

² Fanfiction : créations originales de fans s'inspirant de la fiction lue ou vue.

³ Fandom : communauté des fans.

séries, Kim Moses, qui explique sa stratégie dans un livre dont il extrait des citations. Il évoque la plongée dans une fiction comme une « expérience ». Le principe général est d'ouvrir la voie à la production des fans. Nous synthétiserons ici les sept clefs :

1-La circulation versus le forage : les fans doivent pouvoir butiner sur différentes plateformes et diffuser les informations collectées ; les plus investis sont invités à s'adonner à des activités d'enquête approfondie sur un détail intrigant.

2-La continuité versus la multiplicité : chaque pan de la narration transmédia est relié par des repères identifiables, mais chacun s'adapte avec originalité aux diverses plateformes.

3-immersion versus extraction : les publics rentrent dans les mondes fictionnels et s'y investissent, mais ils peuvent aussi s'en réapproprier des éléments qu'ils intègrent à leur vie quotidienne, par exemple des objets, des vêtements.

4-La création d'un univers : la narration est d'emblée déployée sur différents médias, et naviguer de l'un à l'autre permet d'en explorer toute la richesse et d'en comprendre la logique.

5-La sérialité : cet axe impose une stratégie dans la diffusion, fondée notamment sur la non-linéarité de la temporalité.

6-Subjectivité : il s'agit essentiellement de donner voix à de nouveaux points de vue, par exemple ceux des personnages secondaires, enrichissant la perception de l'histoire.

7-Performance : la production doit chercher à unifier sa communauté, en lui proposant des "activateurs culturels", c'est à dire des réalisations à effectuer.

On comprend alors qu'il s'agit d'une architecture ouverte, conçue avec de multiples pierres d'attente susceptibles de servir de points d'appui à des extensions, certaines pouvant être prises en charge par le public.

1.2. Le *worldbuilding*⁴: quand une fiction ouvre un monde.

Un axe essentiel de ces nouvelles formes de narration réside dans le fait que créer ne s'applique plus à la construction d'une œuvre, mais à l'élaboration d'un monde. Le transmédia hisse donc le processus créatif à une ambition nouvelle : celui de bâtir une architecture complexe invitant à une circulation personnalisée, à des questionnements et à des parcours dans lesquels le récepteur devient acteur.

En amont, le transmédia s'appuie sur le concept d'« intelligence collective » (Lévy, 1994). Pierre Lévy souligne que « le savoir d'une communauté de pensée n'est plus un savoir

⁴ Construction collective d'une œuvre constamment en expansion, et devenant ainsi un monde.

partagé, car il est désormais impossible, pour un seul être humain, ou même pour un groupe de maîtriser toutes les connaissances et compétences. C'est un savoir fondamentalement collectif, impossible à tenir en une seule personne ». Cela suggère que les interactions constantes entre diverses propositions finissent par donner jour à un récit et à une construction qui intègrent, protéiformes, des apports de sources variées. Comme le souligne S. Octobre (2014), cela invite alors à se poser deux questions majeures. D'abord, « celle du lien entre professionnel amateur et expert ». Il s'agit de reconsidérer le découpage des compétences, et de réfléchir à l'articulation possible entre les deux pôles. La question de l'autorité se trouve ainsi bouleversée, puisque la toute-puissance du créateur se trouve ici mise en cause. Cependant, les géographies mouvantes rendues possibles en particulier par les voies du numérique, retracent certes des contours d'organisation plus ouverts, mais posent également des questions d'équilibres à réinventer. A quelles configurations nouvelles donnent lieu la liberté du fan et son investissement dans le terrain de la création ?

Le processus continu de participation est facilité et alimenté par les évolutions d'internet. S. Octobre (2014) montre comment le développement des technologies de plus en plus individualisantes favorise cet essor, grâce aux appareils nomades, et au web 2.0, offrant des opportunités au mode collaboratif. En effet, chacun peut participer de manière asynchrone à une construction collective, chacun peut réagir et s'exprimer avec une censure limitée, de nombreuses difficultés matérielles de publications sont levées. Les barrières constituées par les distances ou les langues deviennent poreuses, et les plates-formes offrent des lieux inédits de rencontres entre internautes, prêts à entrer dans des communautés virtuelles. Les plateformes collaboratives de toutes natures sont des outils précieux favorisant une expression démocratisée. Il faut donc mettre en relation le transmédia avec l'évolution des pratiques culturelles des jeunes (S. Octobre, 2014). « Les loisirs des jeunes générations sont caractérisés par une désinstitutionnalisation, un désencadrement relatif et une individualisation croissante. La privatisation croissante des loisirs culturels, illustrée par la place croissante dédiée à la culture de la chambre » s'impose peu à peu. H. Glevarec (2010) met en avant la fonction fondatrice de ce lieu intime dans la construction de l'identité adolescente, nourrie par une culture de l'écran et un environnement numérique personnalisé. L'autonomisation des choix, notamment dans le domaine des médias s'opère alors dans un espace souvent décoré et personnalisé autour des goûts culturels de l'adolescent. Explorant leur liberté, ils s'ouvrent, par le multitâches, à de nombreuses activités et découvertes menées en parallèle.

1.3. Quelques productions pionnières en matière de transmédia.

H. Jenkins (2006), lorsqu'il s'emploie à montrer les différentes facettes du transmédia, s'intéresse en particulier à la franchise *Matrix* (1999). Celle-ci reste un modèle car elle est le résultat d'un dispositif complexe pensé en amont et maîtrisé par la production. Dès le premier film, les spectateurs les plus investis sont invités, par le biais d'indices, à se rendre sur un site internet où s'ouvrent d'autres sources d'information, qui invitent à lire de manière différente ou enrichie la première trame proposée. Très rapidement, les fans les plus aguerris disposent alors d'une « compréhension augmentée » (M. Bourdaa, 2013), leur permettant d'élaborer des théories qu'il s'agit de confronter et de mettre en débat. En parallèle, la franchise propose un jeu vidéo. Celui-ci apporte des informations-clefs qui permettent aux joueurs d'adopter un point de vue plus éclairé sur l'épisode *Matrix reloaded*. Dans le cas de *Matrix*, on note l'exploitation d'une forte cohérence entre différents médias : au-delà des films, sont nés des bandes dessinées, des séries animées, un jeu vidéo, des jeux de rôles en ligne massivement multijoueurs – *Massively Multiplayer Online Role Playing Games*, *MMORPG*. Tous ces supports conjoints proposent une narration sans cesse enrichie de l'univers de la matrice.

De manière plus générale, le transmédia se déploie sur le site internet officiel, mais également sur des jeux divers, des plates-formes de publications, des blogs de fans, puis les réseaux sociaux destinés à souder la communauté. Les jeux contribuent également à agrandir la narration en exploitant des pistes laissées en sommeil. La construction s'enrichit lorsque certaines franchises déploient des ARG⁵⁵, de conception plus complexe, invitant à briser la frontière entre univers fictionnel et monde réel, en invitant le public fan à une identification avec les personnages fictifs. O. Aïm (2013) rappelle le cas emblématique du *game designer* E. Viennot qui évoque le succès de son jeu *In memoriam* en termes de « fiction totale » : « Le transmédia peut alors devenir ce que j'appelle une « fiction totale ». Une telle création mobilise non seulement le film, le jeu vidéo et Internet, mais s'invite dans la vie du joueur par des SMS ou des courriels sur son téléphone portable, sur sa page facebook, et l'enrôle dans un « jeu de réalité augmentée » qui peut se dérouler sur plusieurs semaines ». L'expérience vécue par ces fans prend place dans un cadre hybride, entre fiction et réalité, et explore les possibles de l'interactivité. Ils ont alors le sentiment de vivre au rythme des personnages. Les évolutions de la technologie ouvrent alors les perspectives du transmédia : la vidéo 360°, par exemple, ou la réalité virtuelle, ou encore le son binaural, offrant une qualité sonore dite

⁵⁵ ARG : Alternate Reality Game. Jeu immersif intégrant le monde réel pour développer un scénario fictif basé sur les interactions.

« 3D » favorisant l’immersion. On peut cependant noter que le transmédia storytelling, jeune en tant que concept, correspond pourtant à des pratiques anciennes. Sébastien Denis (2014) établit la vivacité d’une « proto-histoire » du transmédia. Dans le numéro de la revue qu’il coordonne, C. Châtelet et M. Di Crosta montrent que *Retour vers le futur* (1985) utilise largement les détournements du transmédia ; quant à S. Roffa, il revient sur *Blanche-Neige et les sept nains*, créé par les studios Disney en 1937, mais jouant déjà d’extensions narratives sur des médias divers.

1.4. Vers une définition plus ouverte.

La définition, d’abord claire et satisfaisante, est ressentie ensuite comme quelque peu restrictive. Les franchises transmédiées⁶ qui correspondent strictement à cette définition sont relativement rares. On peut citer *Matrix*, analysé par H. Jenkins. D’emblée, il y a une stratégie globale de penser une architecture globalisée, dans laquelle chaque média va bien enrichir la narration et compléter les autres. Cependant, les productions natives construites en amont en version transmédia complète ne sont pas légion. Le plan d’ensemble du développement transmédia n’est généralement pas établi au préalable : il se déploie au fur et à mesure, et laisse la main à d’autres intervenants que les auteurs originels.

L’exemple de *Harry Potter*, développé par H. Jenkins (2006) est alors éclairant. Dans un premier temps, Joanne Rowling écrit des livres. Ceux-ci ensuite sont portés à l’écran, ce qui relève a priori d’une entreprise de cross-média, simple transposition d’un média à l’autre. En parallèle, compte tenu de l’engouement phénoménal des fans, de nombreux blogs naissent dont *The Daily Prophet*, créé par une fan de 11 ans, dans lequel des milliers de mains à travers le monde écrivent des extensions, comblent des vides, imaginent des retours en arrière. L’évolution vers le transmédia, et ce malgré les auteurs, illustre ce brouillage permanent. Une production, surtout si elle naît dans les médias papier, n’est pas nécessairement pensée pour devenir une œuvre transmédia. Pourtant, au gré des apports imprévisibles des fans et des auteurs, elle peut le devenir. Dans le cas de *Harry Potter*, on peut noter la force d’*empowerment* des fans, qui ont été acteurs pour créer les extensions, faire vivre des personnages secondaires. Cependant, la production est entrée rapidement en conflit avec ces fanfictions pour faire valoir son droit d’auteur, ce qui met en exergue les aléas du déploiement transmédia.

⁶ Franchise transmédia : nom de héros ou titre utilisé comme une marque et décliné sur des supports variés à vocation commerciale.

Une autre limite surgit également dès lors que l'on considère non pas une trame narrative mais un genre. En effet, force est de constater, chez les fans de mangas, leur circulation à travers différents médias ainsi que leur investissement actif. Joëlle Nouhet (2005) s'intéresse à la réception des mangas dans la culture adolescente. Des événements comme la Japan Expo, proposant des concours de cosplays⁷, créent un véritablement engouement. La culture manga, solidement construite autour de communautés à l'identité marquée, se soude autour de ces événements dans lesquels les fans se rencontrent en découvrant diverses formes de jeux, et trouvant une stimulation à leur créativité. Il y a une recherche de rencontres réelles autour de cette passion, qui sera l'occasion de la partager, de la faire évoluer. Bien entendu, les cosplays sont diffusés sur youtube et réjouissent les fans, mais ils sont avant tout des rencontres dont sont avides les fans puisqu'elles favorisent l'identification par le biais du déguisement et de la mise en scène, faisant appel à toute l'étendue de la créativité des fans. Ces conventions, ancrées dans le réel, se situent hors champ des médias mais ont une importance première pour fonder la communauté de fans : « De Tokyo à Paris, en passant par Washington, Bologne, Rennes ou Nancy, chaque année, des millions de fans célèbrent dans ces rencontres festives leur passion pour les mangas ou les jeux vidéo, avec le sentiment d'appartenir ainsi à une génération sans frontière » (J. Nouhet, 2005). La culture manga implique des événements et des rencontres réels dont les enjeux dépassent le cadre des médias numériques.

Finalement, le transmédia storytelling fait l'objet d'une réappropriation par d'autres instances que celles du divertissement. M. Bourdaa (2013) privilégie alors le concept de « logiques transmédia », pertinent pour une palette variée de domaines, allant des marques à l'information, l'éducation, ou à l'engagement civique. Force est de constater que les pures productions transmédias sont peu nombreuses, mais que le processus qu'elles portent en filigrane est fécond. En 2017, elle coordonne avec S. Cardoso un numéro de la RFSIC problématisé autour du lien « design et transmédia ». Le transmédia storytelling inspire et modèle des architectures de création dans des domaines plus variés que la seule création de fiction. Il apparaît ainsi que certains processus naissant dans le récit peuvent se trouver réactualisés dans d'autres. Ainsi, A. Gallarino (2015) montre bien comment H. Jenkins évolue dans sa vision du transmédia, compte tenu des champs réels d'exploitation nouvelle du concept : « de la protestation sociale, à la logique marketing en passant par l'éducation, le transmédia est potentiellement partout. » Le transmédia s'applique finalement à des écosystèmes bien plus larges que la fiction, pour investir la gestation de projets culturels et

⁷ Cosplay : mot valise composé de « costume » et « playing ». Activité qui consiste à se déguiser pour s'identifier à un personnage de manga et à proposer en petit groupe une courte mise en scène.

marketing complexes, s'affranchissant du lien posé comme premier avec le « storytelling ». Il s'éloigne de son premier champ définitionnel pour participer à des stratégies de communication.

2- Du côté des industries culturelles : construire des univers narratifs éclatés faisant appel aux interactions et à l'interactivité.

L'enjeu est de produire une fiction qui ne se présente pas comme un produit figé, stabilisé, mais comme une création vivante, ouverte, avec laquelle chacun peut interagir, et autour de laquelle ces interactions peuvent faire naître des créations.

2.1. Les instances créatrices.

Comme le soulignent plusieurs chercheurs, dont A. Gallarino (2013), on peut distinguer deux tensions différentes :

- un mouvement « top down » : celui-ci englobe « de nouveaux agencements de pouvoir au sein des organisations médiatiques qui transforment les logiques économiques et technologiques et donc les manières de produire des contenus et du sens ».
- un mouvement « bottom up », largement favorisé par internet, dans lequel les fans peuvent participer, réagir, mais également entrer dans un processus de création.

Ce double-mouvement démultiplie les voix énonciatives et reconfigure les relations de pouvoir dans l'élaboration du sens. Il met l'accent sur le processus de création, plutôt que sur le produit fini, toujours en cours et échappant à un cadre pré-construit. Il garde cependant comme ligne de mire une mise en cohérence toujours plus fine.

2.2. Créer une dynamique de circulation impliquant plusieurs médias.

Les dispositifs transmédiatiques mettent en écho plusieurs plateformes. M. Martin (2011) s'intéresse par exemple à la série *Lost*, couronnée d'un succès international. D'emblée, la diffusion des épisodes, espacés lors de la diffusion télévisée, est proposée sur plateforme de téléchargement pour mieux répondre à la consommation addictive des fans. D'autre part, la narration ouvre de nombreuses béances qui stimulent les compétences d'interprétation du spectateur. Nombre d'entre eux élaborent théories et hypothèses, largement déployées sur des blogs, qui peuvent même proposer une organisation thématique parfaitement maîtrisée. Un dialogue s'établit avec les scénaristes qui interviennent parfois en répondant à des interviews,

invalidant ou retouchant des propositions d'internautes, et relançant, par là-même, d'autres pistes. Les forums sont également un terrain de discussions inépuisables. Par ailleurs, les concepteurs proposent eux-mêmes des énigmes, soumises aux débats interprétatifs des fans. En parallèle, un ARG (Alternative Reality Game) a été imaginé, invitant à percevoir la série comme un action de propagation d'une secte. Le spectateur, troublé par les temps forts du jeu impliquant une forte convergence avec les épisodes eux-mêmes, est alors amené à douter, et à reconsidérer sa place dans un dispositif dans lequel il est accepté, mais constamment sous surveillance. « L'exemple de *Lost* montre bien comment la liberté du récepteur peut être d'une certaine manière contrainte pour obtenir un lien plus fort, parce qu'apparemment consenti, comment les activités les plus libres des consommateurs peuvent être récupérées, infléchies, utilisées et cependant comment elles parviennent à s'imposer aux concepteurs, comment enfin les consommateurs peuvent être assujettis quand ils pensent être inventifs et comment ils se libèrent par la participation à une pure campagne de marketing. » Il s'avère donc que les articulations entre les plateformes et l'apport narratif est à visée manipulatrice.

2.3. Eclater la narration et ouvrir des points d'accès multiples.

Pour un récit repensé, plusieurs modalités destinées à susciter des interactions peuvent être dégagées. B. Cailler et C. Masoni Lacroix (2017) évoquent d'abord, pour une narration enrichie, l'« adjonction de fonctionnalités interactives à la fiction traditionnelle ». En avançant, ils proposent la narration arborescente, ouvrant des parcours de lecture à choix multiples, dans lesquels, à chaque carrefour, le lecteur est interpellé sur son propre choix. Ils distinguent ensuite la narration multifocalisée, le changement de point de vue ouvrant à d'autres façons d'aborder l'histoire. La narration topographique, elle, insiste, sur le déploiement dans l'espace, symbolisé par les différents médias mis en jeu. La narration algorithmique ou auto-générative est fondée elle sur les actions des participants, à la manière d'un jeu de rôles. Enfin, la fiction multimodale correspond aux ramifications démultipliées sur plusieurs médias. Ces catégories s'emploient à classer des dispositifs de développement possibles pour le récit, mettant en jeu des créateurs et des médias variés. M-L. Ryan (2017) quant à elle distingue plusieurs types de narrations transmédias. Ainsi, on peut trouver des récits multimodaux, intégrant par exemple la diffusion d'un parfum. Aussi, le récit peut être « augmenté » de retours en arrière, d'enregistrements de conversations... Autre possibilité : faire appel aux ressources d'une technologie complémentaire, par exemple un audioguide proposant un diaporama commenté. Ou encore : intégrer une plateforme réunissant des

ressources multimédias, ou enfin, développer un ARG. Finalement, elle retient trois grandes modalités d'élaboration des mondes : l'extension, la modification, et la transposition.

Les dispositifs de circulation cherchent à créer des *rabbit holes*⁸, permettant des points d'entrée variés et personnalisés dans l'univers fictionnel. Ainsi, dans *Matrix*, une des productions transmédias les plus maîtrisées, la production du film appelle le fan à déployer sa sagacité sur d'autres plateformes pour posséder une connaissance plus complète du « monde ». H. Jenkins (2006) présente le dispositif comme un des modèles transmédias les plus aboutis. En effet, dès le générique, un numéro de téléphone intrigant les plus observateurs guide ensuite vers un site internet, dans lequel des informations-clefs sont distillées. Aussi, les béances narratives stimulent les facultés d'imagination et les capacités de mise en relation des fans. Celles-ci s'expriment largement sur des forums et autres. Par ailleurs, un jeu vidéo est également créé, donnant une importance-clef à des personnages annexes et apportant des éléments nouveaux dans la compréhension de l'histoire. Il y a donc plusieurs possibilités d'appréhender l'univers de *Matrix* : une certaine liberté prévaut dans les va-et-vient et par conséquent, cela stimule la recherche de communication, personne ne menant véritablement la même expérience, mais pouvant trouver son propre point d'accès à l'univers *Matrix*.

Dans tous les cas, le principe premier reste le refus de la narration linéaire, régie par des règles temporelles attendues et des statuts de personnages figés, portée par une posture de narrateur stable. L'architecture d'ensemble est alors portée par une dynamique de mouvement et d'interactions. Comme le souligne O. Aïm (2013), « le transmédia est bien [avant tout] une théorie de la totalité : totalité des supports, totalité des appropriations diégétiques, totalité des regards. [...] Remplaçant l'idée d'une œuvre qui synthétiserait toutes les formes artistiques, la « créativité » des industries narratives érige l'idéal d'une création partagée entre le pôle de la production et celui de la participation, envisagés comme une convergence « conversante » ».

2.4. Faire naître la participation, stimuler les interactions.

M-L. Ryan (2017) signale certaines spécificités de la narration transmédia : « *Donnez à l'utilisateur quelque chose à faire* est le conseil le plus commun pour les auteurs de récits transmédias ». Il s'agit de penser systématiquement la création en termes d'activités. Pour G. Stuchi (2013), il s'agit de considérer le « paradigme transmédia » dans ses extensions

⁸ Points d'entrée dans les univers narratifs transmédias, qui permettent ensuite de circuler vers d'autres extensions. Terme choisi par analogie avec le tunnel du lapin qu'emprunte Alice pour accéder au pays des Merveilles.

textuelles, d'une part, mais également dans les produits dérivés (brand) qui en découlent ainsi que dans les jeux qui vont le porter. Toutes ces entrées sont autant d'appels à la participation du public selon des modalités variées. Une place privilégiée serait alors accordée aux « makers », consommateurs de produits culturels mais également contributeurs. A-C. Lenoël (2017) le souligne : nous allons « vers un écosystème de culture collaborative, dont les finalités de production de solution globale, visent les optimisations des « modèles économiques existants, ou en élabore[nt] de nouveaux ». Cette perspective de design global, par le projet, paramètre un « écosystème centré sur l'individu », client et/ou l'utilisateur, où la notion de contribution devient essentielle et le partage systématique, via tous les médiums et outils collaboratifs désormais aisément accessibles ».

Néanmoins, des voix s'élèvent pour nuancer cet enthousiasme. E. Maigret (2013) note le cadrage assez serré des productions de fans : l'industrie chercherait à « parvenir à les baliser, les canaliser voire les domestiquer ». Il émet également quelques réserves sur les capacités d'amateurs à créer des extensions abouties et de qualité. Quant à M-L Ryan (2017), elle souligne que la mise en cohérence de l'ensemble des productions narrative est loin d'être assurée, et que plusieurs pistes deviennent des impasses faute de liens entre médias. Par ailleurs, les relations entre production et public ne sont alors pas systématiquement sereines. Ainsi, P. Le Guern (2009) souligne qu'il existe des cas où les producteurs s'emploient à contrôler les activités des fans, par exemple Lucas pour Star Wars. Aussi, dans l'écriture de la saga *Harry Potter*, Joanne Rowling (Kustriz, 2017) a toujours pris une part active aux débats entre fans, concernant leurs interprétations, leurs hypothèses, et elle est entrée dans des débats directement concernant les élaborations des suites.

Une des conséquences de cet engagement fort est le sentiment d'immersion, maître mot et principe-clef permettant au fan de vivre sa passion comme une expérience pas seulement passive, mais intensément vécue. Il est également possible de jouer sur des franchises liées à des personnages, vendues presque comme des marques. L'attachement des fans à ce personnage à travers le temps les amène à le suivre. L. di Filippo (2017) reprend le concept de « personnage transmédia » de P. Bertetti. Il l'applique au personnage de Conan⁹, au centre de multiples reprises fictionnelles par des auteurs variés. Il peut être efficace de reprendre un personnage en respectant certains invariants, tout en l'agrémentant de certains attributs originaux. L'auteur, quant à lui, propose de prendre en compte la notion de « monde réalisé localement ». Il s'agit alors de considérer l'ensemble des œuvres, notamment celles qui

⁹ Conan le Barbare est un personnage de fiction créé en 1932 par Robert E. Howard. Le personnage a ensuite été repris dans des romans, nouvelles, BD, films, jeux vidéo...

influencent les écritures des reprises de Conan, pour avoir une vision complète du processus de création de la franchise transmédia, qui fait son chemin à travers les époques, les médias, les concepteurs, en offrant aux fans le personnage central comme seul -et suffisant- fil d'Ariane.

2.5. Intégrer des créations de fans.

Certaines productions, au vu de la qualité des réalisations des fans, cherchent à les réinvestir dans un espace maîtrisé de diffusion. Cette reconfiguration à vocation collaborative est également source de tensions. M. Bourdaa (2013) évoque par exemple le cas de la Warner Bros, qui en 2001 a lancé la PotterWar en menaçant de fermeture de multiples sites ou blogs de fans. En parallèle, Joanne Rowling a ouvert le site *Pottermore* proposant des enrichissements, des développements inédits. Il y a là une volonté de contrôle voire de censure. Cependant, d'autres franchises adoptent une stratégie totalement opposée. Par exemple, entre la saison 1 et la saison 2, les producteurs de *Games of Thrones* ont demandé aux fans de proposer des *fanarts* autour des morts de la saison 1. Offrir de la visibilité aux productions les plus réussies présente aussi l'intérêt commercial de rendre disponible un résumé à fonction de promotion avant de lancer la saison 2. Cet exemple d'intégration montre que l'on peut également s'appuyer sur ces productions, les valoriser, en leur donnant une fonction marketing.

Le rôle des réseaux sociaux est central via les hasthags, qui permettent de diffuser ces productions (Bourdaa, 2016). Par exemple, Netflix, dans le cadre de la promotion de *Orange is the new black*, invite les fans à se prendre en photo en orange, avec un hashtag dédié. Cela favorise l'identification, et donc l'immersion, tout en laissant une part de créativité. Il s'agit d'une réadaptation des cosplays, bien connus des amateurs de mangas. Ces fonctionnalités en pleine expansion, appelées à se réinventer, font du dialogue entre production et réception une véritable collaboration à vocation créative. Celle-ci est cependant manipulée et maîtrisée pour obtenir des fans qu'ils deviennent médiateurs et publicitaires.

2.6. Une logique commerciale applicable à d'autres domaines.

Comme G. Long (2017) le souligne, il s'agit aussi de considérer le transmédia comme une vaste stratégie commerciale destinée à diriger le fan, à manipuler ses activités et à le faire entrer, de par son addiction à la fiction, dans des démarches de consommation. Il enrichit ses connaissances par des échanges, sur des forums ou dans des discussions réelles, mais aussi

par une volonté d'élargir son univers de jeu, en engageant des achats. M. Martin (2011) montre bien quant à lui comment, dans *Lost*, le public ressent une certaine liberté de circulation alors qu'il est le jouet d'une stratégie marketing visant à les rendre captif. H. Laurichesse (2012) se place du point de vue de l'industrie culturelle et montre comment une franchise modélisée en version transmédia produit des résultats performants en termes économiques. La politique de marque propose au-delà de la fiction des produits dérivés, jeux ou objets, mais également des expériences : les conventions, ou des parcs d'attraction thématiques. Des secteurs industriels autres sont alors concernés et dégagent des revenus importants, la franchise Harry Potter étant à ce jour la plus lucrative.

Par ailleurs, les applications du transmédia dépassent les limites du narratif. D-M. Santini (2017) étudie la valorisation du patrimoine immatériel par l'outil transmédia. Ainsi, un conte traditionnel corse, par le biais d'un canular dans lequel la presse locale devient actrice en relatant l'apparition mystérieuse d'un poisson, se trouve convoqué dans la transmission du patrimoine immatériel. Le but est alors atteint : revivifier la mémoire d'un conte voué à l'oubli. « Concevoir une narration transmédia n'est alors rien d'autre que le design d'une expérience permettant à l'utilisateur d'entrer dans un univers façonné pour passer d'un support à un autre à la manière d'un voyage ».

Aussi, F. Valentin (2017) rapproche l'open-design du transmédia storytelling. Il montre comment la création d'objets sur le mode participatif en reprend les fondements. Ainsi, le processus de conception est constamment soucieux d'inclure l'utilisateur, et d'ouvrir des possibles en suivant la palette des interprétations. L'objet fini a moins d'importance que la démarche de création qui lui donne naissance. L'espace privilégié du fab lab¹⁰ est là pour stimuler l'innovation et faciliter les réalisations.

3- *Fan Studies* : l'engagement du public et l'identité du fan au sein des communautés.

Les fans studies considèrent plusieurs pistes que M. Bourdaa (2013) nous invite à aborder selon trois axes : les activités de re-circulation, la participation du public, la communauté. Elles s'inscrivent dans la lignée des *Cultural Studies*, initiées dans les Universités anglo-saxonnes à la fin des années 50, qui explorent la culture sous l'angle des pratiques et des représentations sociales. L'impulsion est donnée par R. Hoggart, puis le courant donne

¹⁰ Espace de création ouvert fondé sur le travail collaboratif proposant des ressources numériques et des outils pour mettre en œuvre des projets de conception.

naissance à l'école de Birmingham, dans les années 60, qui définit et légitime le champ d'études au sein des recherches sociologiques et de celles portant sur les médias.

3.1. La figure du fan, essai de définition.

S'il y a consensus sur l'idée d'une passion, la condition est également de consacrer un temps important, voire démesuré, à ces activités. Peut-être faut-il rajouter des filtres plus opérationnels pour distinguer le fan du public en général. D. Peyron (2013) met en relation la culture fan avec la culture geek : être fan implique de glisser d'un support -souvent numérique- à un autre avec aisance. Aussi, il insiste sur une pulsion du fan : son désir de complétude, c'est-à-dire son avidité de maîtriser la compréhension globale de l'univers fictionnel. Pour P. Le Guern (2009), le fan montre un niveau d'engagement qui le distingue de celui du public habituel. Il se situe dans un excès par rapport à la norme. D'autre part, il est personnellement impliqué dans cette passion, qui modifie des traits identitaires et le pousse à se lier à une communauté. Celle-ci peut prendre une existence virtuelle, mais également se souder autour d'événements réels, comme les conventions, qui permettent de donner une cohésion autour de codes et de valeurs partagés. P. Le Guern (2009) insiste sur une caractéristique du fan, qu'il cherche à développer : son érudition. D'autre part, il commente la métaphore religieuse très souvent à l'œuvre pour le définir, à travers le mot « culte », notamment. Il montre qu'il y a bien une forme de dévotion qui relie le fan à l'objet de sa passion : pas de réciprocité, entrée dans des formes de ritualisation. L'auteur montre aussi l'évolution sémantique du mot avec des nuances positives, dès lors que l'on considère sa participation créative à l'univers fictionnel. Le fan réagit, détourne, s'approprie, mais aussi crée, imagine, collabore...

Pour finir, le fan cherche à intégrer un groupe soudé, le *fandom* : le terme désigne les communautés virtuelles de fans, organisées et productives. Le nom même suggère l'idée d'un monde à part, coupé du monde réel. Le terme de « communauté » domine dans le vocabulaire des fans. Il suppose la création de liens forts entre les membres, bâtis sur le partage d'une passion commune, mais aussi sur les interactions entre fans. Il s'appuie également sur la construction d'une culture commune. En termes identitaires, il implique à la fois l'adhésion à des valeurs communautaires, mais aussi la distinction en se positionnant dans sa singularité dans cet espace socialement organisé (D. Peyron, 2013). S. Proulx (2004) signale d'ailleurs que les communautés virtuelles d'utilisateurs possèdent « une structure sociale qui reproduit certaines caractéristiques de la structure de la société face-à-face : règles, normes, codes de

conduite implicites ou explicites, sanctions...”. La libre-expression s’auto-régule d’elle-même.

3.2. Les goûts des fans : une culture globalisée.

A l’heure de la globalisation, les goûts culturels des fans se tournent vers des produits internationaux bâtis sur des « imaginaires du monde » (S. Octobre, 2017). La sociologue souligne le « cosmopolitisme esthétique-culturel » de la jeunesse française : en effet, le répertoire du patrimoine national se voit largement dépassé par des titres souvent venus des Etats-Unis, du Japon, en tout cas ouverts sur l’ailleurs. Les produits deviennent des références partagées à l’échelle de la planète grâce à un accès toujours grandissant aux médias numériques. D. Peyron (2013) retrace ainsi un historique de la culture geek, devenue véritable mouvement. Tourné vers les mondes imaginaires issus de la science-fiction (*Star Wars*) ou de la fantasy (*le Seigneur des anneaux*), le fan geek est également adepte de technologie. Les œuvres rassemblent des communautés de fans possédant des références et une capacité à lire l’intertexte : ce sont alors des « mondes » à décrypter, dans lesquels des imaginaires venus de tous horizons s’entremêlent. Les frontières géographiques perdent alors de leur sens. Par ailleurs, S. Octobre (2014) s’interroge sur la formation de ces goûts et montre qu’il existe une pérennité dans le temps qui dépasse les générations. Entre parents et enfants, « La culture est donc négociée, partagée, mais rarement l’objet d’opposition générationnelle » : la transmission peut prendre la voie du relais familial, voire même créer du lien.

3.3. Les formes d’engagement des fans.

Une des premiers principes de la revendication de liberté est celui de l’individualisation des modes de réception. Comme le souligne M. Bourdaa (2013) dans son étude de fans portant sur *Battlestar Galactica*¹¹, les fans utilisent massivement le téléchargement de manière à décider de leur moment de visionnage et de manière à pouvoir consommer les épisodes de manière addictive, sans souffrir de la frustration de l’attente. Ils souhaitent s’affranchir des contraintes des grilles horaires et des attentes imposées, et gérer de manière autonome leur relation à l’objet culturel. Leur investissement, souvent coûteux en temps et en cognitif, est porté par leur attachement à un univers (P. Le Guern, 2009). Il s’agit d’une « expérience d’engagement total », consolidant un « lien émotionnel » (H. Jenkins, 2006). Le fan cultive

¹¹ Franchise de films, séries diffusés à partir de 1978. Des adaptations sous formes de BD, de jeux, de nouvelles ont également vu le jour.

alors une culture dialogique dans lequel il possède un statut valorisant bâti sur son expertise. Ses productions naissent dans un espace qui est comparable à celui du braconnage (M. de Certeau, 1980). Le fan utilise tous les espaces de liberté non contrôlés pour mettre en œuvre son désir d'appropriation. Sa sagacité et sa créativité s'exercent dans des zones non surveillées, dans lesquelles la narration principale laisse un blanc et dans lesquelles il peut déployer sa propre imagination.

De nombreuses études de fans s'emploient à lister les activités dans lesquelles leurs compétences rivalisent de créativité. M. Bourdaa (2015) en dégage cinq principales. D'abord, la création de lien social, par exemple par le biais du live-tweet, impliquant un réseau social. Celui-ci implique l'expression de réactions, d'émotions, d'hypothèses...souvent de manière concomitante avec le visionnage d'une série. Ensuite, le rôle de médiateur culturel, en apportant notamment des contributions au *fansubbing* (sous-titrage des séries), mais aussi en partageant à un nouveau public. Aussi, la participation à la création d'une intelligence collective, en développant ses interprétations souvent via les forums. Enfin, le fan créatif devient producteur de contenus, lorsqu'il met en ligne des fanfictions ou des fanvideos. Enfin, on note que certaines communautés se tournent vers un engagement civique et un activisme en lien avec des causes sociales. M. Bourdaa (2015) donne l'exemple de la Harry Potter Alliance, engagée socialement, par exemple pour promouvoir le mariage homosexuel ou aux côtés d'Oxfam pour lutter contre la faim dans le monde. Ces actions relèvent d'une forme de « cultural acupuncture », puisqu'au-delà de la communauté liée par la fiction, il y a volonté d'agir dans le monde. Cette fonction est en pleine expansion, M. Bourdaa l'étudie aussi dans *The Hunger Games*. Une mouvance activiste s'est en effet tournée vers la HP Alliance pour organiser, comme dans la série, douze catégories faisant écho aux douze districts opprimés, par exemple l'accès aux soins, à l'éducation, les inégalités de genres...Un site web est créé, de même qu'un Tumblr et un hashtag permet le suivi. Les fans rédigent des chartes, précisent les actions...Le niveau d'exigence est relevé.

La participation à une communauté met en jeu d'autres compétences. D'abord, ce sont des compétences de lecture interprétative fine qui se trouvent sollicitées. L'attention aux détails (D. Peyron, 2013), leur mise en relation, permet de valider ou d'invalider des séries d'hypothèses sur la suite. Les fans produisent donc du sens et formulent la cohérence d'un monde qui n'apparaît pas toujours immédiatement. Cela suppose une circulation sur plusieurs médias et une réception très attentive, permettant une collecte d'informations riche et complète, afin de les mettre en relation puis en perspective. Ensuite, ce sont des compétences de co-construction, de travail collaboratif. En effet, les fans interagissent entre eux, voire avec

la production lorsque celle-ci intervient directement pour valider ou invalider. Dans cette culture dialogique se construisent des théories, voire des pistes pour la suite. Enfin, ce sont des compétences de créativité qui se trouvent développées. Le fan peut proposer des narrations s'insérant dans les béances du texte : ce sont des fanfictions, déposées pour la plupart sur des sites spécifiques connaissant parfois un important succès d'audience. Elles prennent appui sur un des personnages de la fiction, ou alors ouvrent un retour en arrière. Elles sont également de l'ordre du détournement et de la parodie. Il faut donc rentrer dans un imaginaire, montrer qu'on en domine les codes par des connaissances sûres, mais également qu'on est capable d'une touche d'originalité. On peut aussi suivre S. Octobre (2014) qui distingue trois domaines principaux d'expression : les arts, par la création, l'intervention ; les connaissances, par le discours et l'analyse ; la diffusion sur des espaces publics dans le cadre de la fréquentation de communautés.

3.4. Les motivations des fans.

Pourquoi investir temps, argent dans des activités chronophages ? A un premier niveau, on peut souligner, avec D. Peyron (2013), l'enrichissement du plaisir personnel, à une époque où l'*entertainment* se trouve constamment mêlé aux loisirs culturels. Le caractère ludique du dispositif est donc essentiel. Il semble bien par ailleurs que dans le fan recherche une considération et un positionnement lui renvoyant une image positive de lui-même. Ainsi, il cherche dans la communauté à acquérir un statut d'expert qui lui accorde une certaine notoriété et le met en position valorisante. S. Octobre (2014) invite à considérer « les fonctions socialisatrices du loisir par les jeunes ». Pouvoir participer à un cercle de discussion fait naître des situations jugées intéressantes. Cette création de lien social est une des premières fonctions de l'investissement du fan. Elle souligne que « s'investir dans d'autres champs que le scolaire devient tentant » et suit A. Barrère (2011) qui évoque « l'éducation buissonnière » : l'école n'a plus le monopole de diffusion des savoirs, et n'est plus le lieu unique où l'on peut obtenir une valorisation sociale. En effet, le *fandom* est un lieu susceptible de récompenser symboliquement un participant et de lui octroyer une position de choix pour la qualité de ses compétences de lecture ou l'originalité de ses productions. D'autre part, les fans sont animés par un sentiment valorisant d'*empowerment*, c'est-à-dire l'intuition qu'ils ont un pouvoir d'action autonome. Ils ont conscience qu'ils sont une force, et que leurs réactions et leurs créations peuvent prendre une place considérable dans l'univers fictionnel. L'engagement que prend l'activité peut aboutir à un vrai contre-pouvoir.

Cependant, même si les fans revendiquent leur liberté d'expression, ils souhaitent pour la plupart que la suite se dessine sans leur avis (M. Bourdaa, 2013). C'est dire la fonction privilégiée du débat, des échanges par la parole, au détriment d'un pouvoir réel.

Cette vision est cependant nuancée par des points de vue plus critiques, à l'exemple de E. Maigret (2013), qui remet largement en cause la capacité des industries culturelles à mettre en cohérence l'ensemble des extensions. Il ne manque pas de signaler les confusions de définition avec le crossmédia, et montre le faible degré de maîtrise du déploiement complet. De la part du public, il est clair pour lui que les compétences de navigation et d'appropriation ne peuvent être contestées. En revanche, il doute que l'unité de sens soit claire pour tous.

En résumé

Le transmédia offre des perspectives de renouvellement incessant dans la conception des projets de fiction, puisque ceux-ci deviennent dépliés, déclinables, réappropriables et extensibles. Il est particulièrement stimulant de s'interroger sur les visages du fan et ses activités dans ces écosystèmes très ouverts, dans lesquels sa créativité est suscitée, valorisée, et pleinement intégrée. Cette créativité relève largement de la co-construction, le fan entrant dans un réseau de communication propre à sa communauté au sein de laquelle il se positionne et éventuellement agit. Dans la perspective de notre question de recherche, nous nous proposons d'appréhender comment de jeunes adolescents, âgés de 13 à 15 ans, dont les imaginaires se déploient autour d'invariants internationaux dominés par les industries culturelles, investissent ces dispositifs. Il conviendra en particulier de s'interroger sur leur circulation dans différents médias, et sur la manière dont ils tirent parti de chacun d'eux. Il s'agira également de faire le point sur leur degré de participation et sur leurs pratiques créatives pour les situer dans la « culture de la convergence ». Enfin, la construction de leur identité de fans, vécue à travers des expériences collectives, méritera d'être mieux cernée.

Deuxième partie : Méthodologie.

1- Le choix de la méthode qualitative pour appréhender des pratiques culturelles.

1.1. Justification du choix.

La méthode qualitative semble la plus appropriée pour mener à bien notre étude. En effet, notre projet est de mieux connaître les pratiques culturelles de jeunes adolescents dans le cadre des dispositifs transmédias. Afin d'avoir une compréhension fine, l'étape de l'échange dialogué paraît le plus fructueux car il permet de recueillir des réponses développées et éclairantes, permettant de mieux cerner les goûts et les formes d'engagement des jeunes adolescents. L'analyse nous amènera vers la conceptualisation, faisant appel à un mouvement constant entre la recherche et l'écoute : « Une démarche qualitative n'a de sens que si elle montre et analyse les intentions, les discours, les actions et interactions de leur point de vue et du point de vue du chercheur. C'est-à-dire si elle décrit et si elle narre » (Dumez, 2011).

De plus, notre étude s'inscrit dans la lignée des études de fans. Or, celles que nous avons pu consulter procèdent de la démarche qualitative, d'emblée identifiée comme plus fructueuse. Ainsi, nous pouvons nous appuyer sur P. Le Guern (2009) qui se justifie : « adopter une approche compréhensive de type weberienne éventuellement couplée à des enquêtes de type ethnographique est sans doute aujourd'hui une des clés du renouvellement des regards portés sur les fans, afin de mieux cerner la dialectique des valeurs (eux et nous / le solipsisme passionnel et la communauté de goûts / le sens du consumérisme et la revendication d'une idéologie anti-commerciale / le vrai fan et le fan au rabais / le fan dupé et le fan résistant) qui structure leurs identités. » L'entretien permet de faire surgir une connaissance approfondie du terrain. Notre projet consiste bien à « comprendre au sens weberien : entrer en sympathie avec tout en saisissant des structures intellectuelles » (J-C. Kaufmann, 1996). Chaque individu est alors envisagé comme un acteur social à la fois original et autonome, mais participant à la construction d'un modèle. C'est bien dans cette perspective que nous nous plaçons.

On note aussi l'existence d'études basées sur la méthode de l'observation participante (par exemple M. Bourdaa, 2012), qui permet de saisir des formes d'interactions au sein d'une communauté. Dans le cas cité, un questionnaire ouvert, par écrit, a paru le plus à même de recueillir des explications individuelles et des témoignages riches de nuances pour compléter l'observation des échanges virtuels.

La méthode quantitative a été écartée, bien qu'elle aurait pu permettre de considérer un échantillonnage plus nombreux et de faire apparaître des variables pertinentes. Ainsi, on aurait pu rechercher d'éventuelles différences entre filles et garçons, par exemple, ou encore évaluer la corrélation entre les compétences scolaires et la qualité des fanfictions imaginées. La méthode pourrait cependant présenter le risque de montrer une vision appauvrie des pratiques de fans, en cernant certaines activités par des mots, mais sans avoir le moyen de se représenter ce qu'ils signifient pour l'adolescent. Beaucoup de questionnements les interrogent en effet sur des pratiques, sur des goûts. Or, les identifier, les nommer est une étape essentielle mais les données statistiques ne permettent pas d'avoir accès à l'hétérogénéité des formes d'engagement ni de comprendre réellement la nature du lien noué avec l'objet culturel. Il s'agit pour nous d'obtenir, par le dialogue, « les phénomènes qui se donnent dans la conscience des acteurs, tels qu'ils se donnent, comment ils se donnent » (A. Mucchielli, 1996). L'explicitation mérite d'être verbalisée pour partager un matériau fait de représentations, d'activités, de relations.

1.2. Limites méthodologiques.

D'emblée se pose la question de la neutralité du chercheur ou de la chercheuse. Dans ce cas, nous sommes également la professeure de français de la plupart des jeunes enquêtés, ce qui peut biaiser quelque peu la relation et éventuellement induire une certaine auto-censure, ou au contraire surdévelopper certains aspects, en fonction du jugement projeté du regard de l'enseignant. Et ce d'autant plus que la matière enseignée -le français- peut leur sembler valoriser des pratiques normées, ainsi qu'une culture patrimoniale centrée autour de médias plus traditionnels. De plus, on ne peut être sûr que les jeunes s'adressent en toute sincérité au professeur : des élèves peuvent ainsi avoir tendance à cacher certaines pratiques, ou des formes d'addiction, qu'ils savent déjà condamnées par leurs parents. La posture n'est d'emblée pas celle de la distance telle qu'elle est privilégiée dans l'analyse qualitative. Ainsi, Danic, Delalande, Rayou (2006) recommandent au chercheur de montrer à l'enfant qu'il n'a pas affaire à un adulte en lien avec ceux qui l'entourent et représentent la sphère de ses éducateurs. Or, être enseignant implique l'appartenance à ce cercle connoté.

Ensuite, on peut signaler la limite de la portée des résultats. L'échantillon concerne un collègue de station balnéaire de la côte girondine, en zone semi-rurale, socialement homogène -classe moyenne plutôt aisée- pas nécessairement représentative de la jeunesse française. On ne trouve pas dans l'échantillon de jeunes appartenant à des classes populaires, et peu d'entre eux sont bridés financièrement dans leur consommation de biens culturels. Aussi, la plupart

des enquêtés comptent parmi les gros lecteurs, alors que les pratiques de lecture de la jeunesse semblent en net recul, résultat apparaissant par exemple dans l'étude de V. Cicchelli et S. Octobre (2017). Les conclusions dégagées auront donc une portée limitée.

Enfin, il est important de signaler la nécessaire modestie du chercheur, qui ne peut au cours de ces entretiens se représenter que partiellement l'engagement réel de jeunes fans dans leur univers de prédilection. L'étendue des formes et la variété des productions passerait idéalement par des formes d'observation plus complète et accompagnant les jeunes sur des durées plus longues. Cela donnerait accès aux modes d'élaboration de leurs productions personnelles, souvent abouties sur le long terme, et alors partagées.

2- Méthode de collecte des données.

2.1. Identification de l'échantillon.

Afin de nous adresser à de jeunes adolescents engagés dans des pratiques de fans, repérés comme immergés dans des dispositifs transmédiés, nous avons proposé un questionnaire en ligne à nos élèves au mois de janvier 2017. Le but de cette phase exploratoire était essentiellement d'identifier des élèves dont les pratiques pouvaient faire d'eux des fans. Cinq questions ont été formulées lors de cette phase exploratoire :

- Parmi ces activités, lesquelles pratiques-tu régulièrement ? (QCM testant leurs goûts en matière de culture).
- Dirais-tu que dans un de ces domaines tu es fan ? (Question fermée oui/non).
- Précise quelques titres dont tu es fan.
- Comment approfondis-tu cette passion ? (QCM citant différents médias).
- Comment vis-tu ta passion ? (QCM décrivant des attitudes + évaluant les enjeux relationnels).

En limite, nous notons d'emblée plusieurs réserves. D'abord, le terme de « fan » n'est pas connu de tous les jeunes adolescents, et ils n'en maîtrisent pas la définition. De plus, s'auto-définir comme fan ne peut être jugé satisfaisant. Le questionnaire permet de pointer l'intensité et la régularité de certaines formes d'engagement, mais pas nécessairement en lien avec des dispositifs transmédiés. Ainsi, en question 4, plus que les médias fréquentés, il faudrait coupler avec le temps et la régularité de fréquentation par exemple. Quant à la question 3, elle a surtout fait surgir la diversité en matière de goût compte tenu du fait que ne ressortent

absolument pas les grosses productions pré-envisagées, de type *Star Wars*, mais une multitude d'univers relevant de la fantasy, nés dans le jeu vidéo, ou des mangas.

Cependant, le questionnaire exploratoire fait immédiatement apparaître un taux important d'élèves se disant très engagés dans une pratique culturelle intense, et liés à un produit culturel de manière forte, confirmant la faisabilité de notre question de recherche.

2.2. Le choix des entretiens semi-directifs, individuels ou collectifs.

Le choix d'entretiens semi-directifs s'est imposé compte tenu de la situation. En effet, il s'agit d'enquêter auprès de jeunes adolescents. L'entretien semi-directif permet de donner une orientation aux discours produits puisque le but est, au-delà de l'expression des pratiques culturelles, de les mettre en relation avec les dispositifs transmédias. L'attitude bienveillante adoptée est également susceptible de faire naître la confiance des enquêtés car ils sont mis en avant, invités à développer leurs goûts et leurs pratiques sur le temps des loisirs privés.

Pour certains entretiens, nous nous sommes dirigés vers un format collectif. En effet, certains jeunes en ont exprimé le souhait dès lors qu'ils formaient déjà un groupe lié autour d'un produit culturel. Le cercle faisant sens pour eux, il était logique de les suivre et de prendre en considération leur complicité, nouée dans le dialogue et dans la complémentarité du groupe. C'est le cas en particulier des séries, qui sont l'objet d'une réception de groupes d'adolescentes filles. Il a fallu veiller à l'équilibre des prises de parole, et prendre la mesure des hiérarchies présentes.

Une particularité de ces entretiens qu'il faut signaler est que certains ont été fragmentés en deux, voire trois temps d'échange pour un enquêté. Une première contrainte a résidé dans la pause méridienne courte -1h20, incluant des aléas importants de cantine, et limitant la durée des entretiens. Plus tard, deux événements ont justifié un retour vers les enquêtés. D'abord, un événement culturel majeur : le Bordeaux Geek Festival, auquel participaient de nombreux jeunes à la fin du mois de mai. Il était intéressant, après avoir entendu les attentes des jeunes fans sur leur participation à cette convention d'envergure, de les rencontrer de nouveau après. En effet, cela constitue un temps fort dans leur identité de fan, et éventuellement un changement. Ensuite, au sein du collège, une jeune élève a fondé un club manga dont elle avait l'entière responsabilité, sans présence adulte. Il était également intéressant d'observer des activités de passionnés autour de cet atelier loisir organisé, d'écouter les échanges ainsi que de prendre connaissance des productions qui ont pu se réaliser dans son cadre (cf 2.2.3 §3).

2.3. Une implication personnelle destinée à approfondir l'empathie et la confiance.

Nous avons d'abord été confrontés à des difficultés pour entrer dans les univers transmédias. Après Harry Potter, dont nous connaissions uniquement le fil narratif et pas les extensions transmédias ni les produits de fanfiction, nous nous sommes adressés à des fans de jeu vidéo. Nous nous sommes rendus compte qu'il n'était pas évident de saisir la circulation dans ces univers sans en maîtriser le langage ni les codes. Ainsi, nous avons passé un temps important de l'entretien à écouter des explications, voire des définitions, sans relance nécessairement efficace. Pour d'autres domaines, notamment les séries, nous avons choisi de nous informer avant et d'être plus performante dans notre connaissance. Il nous a semblé que cela permettait de développer notre aptitude à l'empathie, définie par Dilthey (1942) comme une méthode « qui consiste à revivre en pensée les situations significatives pour les protagonistes sociaux. » Gagner en confiance et en crédibilité, montrer un intérêt plus marqué sont des déclencheurs de parole efficaces. Par ailleurs, J-C. Kaufmann (2006), dans le cadre de l'entretien compréhensif, recommande cet engagement de l'enquêteur qui, par le jeu des interactions verbales et non verbales, permet d'avancer sur le terrain des enquêtés en obtenant de leur part des réponses engagées. Danic, Delalande, Rayou (2006) invitent, pour de jeunes enfants, à introduire « proximité et distance ». La proximité est également favorisée par notre premier terrain de rencontre -le cours de français- qui fait entrer constamment les univers de fiction dans l'espace de parole, et dans lequel est favorisée l'expression d'une parole libre autour des lectures notamment, scolaires ou personnelles. De plus, montrer des connaissances sur les thèmes dont les enquêtés sont adeptes favorise aussi cette proximité.

Par ailleurs, nous avons choisi de nous rendre au Bordeaux Geek Festival (25-28 mai 2017) afin d'avoir accès à une convention, rassemblement de fans auquel de nombreux enquêtés ont participé. Il était important de nous rendre compte de l'étendue des propositions faites à ces jeunes et de la façon dont ils vivaient leur passion.

Enfin, nous avons suivi de près les activités du club manga en nous y rendant deux fois afin d'observer les pratiques et réalisations des jeunes passionnés, et d'écouter leurs échanges. Nous avons mené un seul entretien dans ce cadre -Zacharie- mais n'avons pas poursuivi car nous avons conscience que les jeunes fans étaient tournés vers leurs activités et leurs interactions, et ne souhaitaient pas en être détournés. Des questions éthiques de respect du

temps de loisir privé nous ont conduit à rester dans une posture d'observation le reste des séances.

Ces entreprises ont toujours été très bien accueillies par les jeunes fans, me considérant non pas comme une intruse, mais comme un adulte initié et donc accepté. Ainsi, plusieurs ont manifesté une certaine impatience avant les entretiens fixés et presque tous, ensuite, ont réengagé de leur propre chef des dialogues informels pour ajouter une information ou une anecdote. La relation de confiance est une condition de base pour asseoir la qualité de l'échange dans le cadre d'une enquête auprès de jeunes enfants. Danic, Delalande, Rayou (2006) insistent sur ce point afin d'obtenir des récits d'expérience. Un des obstacles à lever dans ce cas est notre perception comme adulte, qui plus est comme professeur, et donc éloigné par une distance sociale peu propice pour se livrer. Nous adoptons alors une posture ouverte pour que l'enfant se sente bien comme le point d'intérêt : l'enregistreur est montré, puis posé sur la table, et le ton est au dialogue libre et ouvert. L'absence de prise de notes permet de rentrer dans un échange plus naturel, et le guide d'entretien suivi est laissé loin des yeux. La plupart des entretiens se sont volontairement déroulés hors salle de classe, parfois en extérieur, dans un coin de la cour de récréation, d'autres fois dans une petite pièce dédiée aux rendez-vous avec les parents. Cette confiance est acquise dès lors que l'enquêté sent qu'il intéresse vraiment l'enquêteur. Or, de nombreux élèves se sont montrés très loquaces, plutôt valorisés par le fait qu'un adulte les pousse à expliquer en détails ce qu'ils pratiquent en dehors des injonctions scolaires, dans des domaines privés soudain mis en lumière. Beaucoup avaient visiblement plaisir à parler d'eux-mêmes, de leurs passions, en montrant leur champ d'expertise à un adulte-professeur, inversant la relation telle qu'ils se la représentent souvent. Nous avons pu noter une certaine fierté à raconter, décrire, expliquer des pratiques dans lesquelles des compétences parfois très maîtrisées sont engagées. Plusieurs biais, obtenus par le tissage sur le long terme d'une relation de confiance, ont ainsi permis de neutraliser quelques-uns des obstacles identifiés et d'obtenir des témoignages nourris.

2.4. Echantillon des enquêtés : tableau synoptique.

L'échantillon retenu est composé de 15 jeunes adolescents – 9 filles et 6 garçons. Ce léger décalage s'explique par le fait que deux entretiens avec des garçons ont finalement été écartés, en raison -comparativement aux autres- de leurs faibles activités de production. Identifiés préalablement et auto-déclarés comme fans, il s'est avéré qu'ils ne rentraient pas totalement dans notre corpus d'étude car ils étaient surtout consommateurs de séries, mais

actifs sur un ou deux médias seulement et pas producteurs de contenus. Quant à l'échelle des âges, elle est plutôt resserrée : 7 élèves sont âgés de 13 ans ; 3 élèves ont 14 ans ; 5 élèves ont 15 ans. Ils sont scolarisés de la 5^{ème} à la 3^{ème}.

On peut également remarquer que les produits culturels cités concernent des médias variés : livres, séries, jeu vidéo, mais sont tous d'origine étrangère et diffusés internationalement.

Nom	Age	Sexe	Univers dominant évoqué.	Informations professions parents.	Entretien : conditions.	Entretien : durée / date.
Emma	13 ans	F	Harry Potter	Ingénieur / employé	Avec Kilian	30 min 1/04/2017
Kilian	13 ans	G		Employés administratifs	Avec Emma	
Maëlle	13 ans	F	Harry Potter	Ingénieur / employé	Individuel	25 min 29/04/2017
Maxence	13 ans	G	Jeux vidéo (minecraft)	Mère technicienne	Avec Eliot	25 min 1/04/2017
Eliott	13 ans	G	Jeux vidéo (minecraft) et mangas. Minecraft (et autres)	Infirmier / kinésithérapeute	Avec Maxence	25 min 1/04/2017
Lenny	13 ans	G			Artisan / aide-soignante.	Avec Eliott
Louise	13 ans	F	mangas	Employé / fonctionnaire cadre.	Individuel	15 min 6/05/2017 30 min 14/06/2017

Zacharie	14 ans	G	mangas	Employé aéroport / professeur.	Individuel	20 min 12/05 +10 min 9/06
Vanessa	15 ans	F	Série Pretty	Commerçants	Groupe de 3	40 min 27/05
Angeline	15 ans	F	little liars	Artisan.		
Lyna	15 ans	F		Employé / professeur.		
Lucie	15 ans	F	Série	Ouvrier / sans profession	Groupe de 3	35 min 13/06/2017
Tessa	14 ans	F	The walking dead.	Commerçant / infirmière		
Léa	14 ans	F		Profession santé		
Nathan	14 ans	G	Warhammer (jeu vidéo) ; fantasy	Saisonniers tourisme	Individuel	25 min 20/06/2017

3- Le traitement des données.

3.1. Analyse thématique.

Il s'agit de définir des attitudes et des activités qui pourraient permettre de dresser un portrait de jeunes fans au sein des dispositifs transmédiés. Nous suivrons donc le mouvement général recommandé entre autres par Paillé et Mucchielli (2012). Nous nous donnons donc comme objectif de partir du descriptif, pour aller vers l'interprétation, c'est-à-dire de la catégorisation à la conceptualisation. L'étape de la catégorisation sera d'autant plus délicate que Danic, Delalande et Rayou (2006) signalent une particularité des approches des enfants : ceux-ci ne se réduisent pas à suivre des injonctions commerciales, mais procèdent de façon souvent originale. Ils reproduisent tout en s'autorisant une marge de liberté et d'autonomie.

Il faut à cette étape avoir conscience du risque d'utiliser des catégories efficaces dans les études sur le transmédia portant sur des échantillons de fans souvent jeunes adultes ou adultes, repérés autour d'un dispositif identifié. En effet, il faudra être ouvert à des pratiques personnelles de jeunes adolescents évoluant différemment.

3.2. Analyse transversale.

Nous nous emploierons à dresser une vision globale des pratiques expérimentées, certaines relevant des catégories déjà présentes dans la littérature scientifique consacrée aux fans, avec toutefois des nuances car peu d'études intègrent les jeunes adolescents. Nous cherchons donc à recouper, à dégager des modèles à l'aide d'un dialogue continu et fécond entre la recherche et les données de l'enquête. Le choix de cette vision synthétique nous écarte de l'analyse longitudinale. Celle-ci, en établissant des portraits précis au sein d'un panel, permet toutefois « de reconstituer les trajectoires individuelles et les logiques de leurs transformations » (P. Mercklé, 2015). La finesse des portraits retrace des processus, des histoires personnelles dont les nuances pourraient nous éclairer, par exemple sur l'évolution des modes de consommation. Nous privilégierons cependant l'analyse transversale afin de repérer des stratégies récurrentes dans les pratiques de jeunes fans.

Comment ces derniers investissent-ils les dispositifs transmédias ? Notre projet consiste à nous représenter les circuits empruntés par les enquêtés dans différents médias, et à nous interroger sur leur degré de participation. Nous pourrions alors dégager quelques traits du fan en formation.

Troisième partie : Résultats.

Notre champ d'étude se concentre sur un échantillon de jeunes fans de 13 à 15 ans, dont les goûts déclarés en matière culturelle recouvrent des champs variés : la fantasy, les mangas, les séries américaines, le jeu vidéo... Notre projet consiste à rendre compte de leurs pratiques culturelles au sein de dispositifs transmédia. Il s'agit de partir d'une classe d'âge, l'adolescence, et de comprendre leurs formes d'engagement. Dans un premier temps, nous nous intéresserons à leurs modes de consommation culturelle et nous observerons comment ceux-ci donnent accès à un « monde » tissé sur plusieurs médias et extensible à l'infini. Ensuite, nous examinerons l'angle production pour rendre compte du degré de participation des jeunes fans et de la mise en jeu de leur propre créativité. Enfin, nous tenterons de cerner la formation et les caractéristiques de leur identité de fans.

1- Des modes de consommation ouverts au déploiement transmédia.

Lorsque les adolescents enquêtés formulent leurs centres d'intérêt en matière de culture, ils s'inscrivent immédiatement dans une vision globalisée des produits culturels. Ils citent spontanément un genre –le manga ou la fantasy-, des titres de séries américaines –*Pretty little liars*, *The walking dead*-, ou des jeux –*Minecraft*. La culture internationale est largement à l'honneur. Dans tous les cas, sans exception aucune, ils mentionnent plusieurs médias combinés autour de ce centre d'intérêt : un ou deux leur offrant une connaissance enrichie de la fiction ; d'autres dont la fréquentation est motivée par des desseins distincts : acquérir des connaissances, approfondir la compréhension, ou encore se divertir. Les voies du numérique sont largement privilégiées.

1.1. Des modes de consommation fondés sur la circulation entre les médias.

Deux des fondements des dispositifs transmédiés semblent bien intégrés par les jeunes fans : d'une part, l'idée d'un univers construit via des extensions, d'autre part, la conviction que celui-ci n'est accessible que si le récepteur parcourt activement les contenus médiatiques.

Ainsi, les 6 adolescentes fans de séries associent toutes le visionnage en streaming à la consultation de sites et à l'usage des réseaux sociaux. Presque toutes ont lu les séries de livres

ayant donné naissance à la série ; 3 citent également un jeu proposé en application. Lyna, 15 ans, fan comme plusieurs de ses amies de la série *Pretty Little Liars*¹², partage sa curiosité :

« Et ça c'est aussi tiré d'un livre. Je suis en train de le lire. A chaque fois qu'on regarde une série, on aime bien explorer d'autres trucs. On regarde tout parce qu'on essaie de pas avancer trop vite pour pas finir trop vite. »

On remarque d'une part que le passage de la série au livre va de soi pour elle, et que la généralisation au groupe (« on ») est immédiate. De plus, le choix du verbe explorer n'est pas anodin : il sous-entend la conscience nette qu'il y a bien un monde à ouvrir, qui ne se donne pas immédiatement.

Les 4 amateurs de mangas, quant à eux, associent immédiatement les livres aux versions animées. Louise, 13 ans, partage ses pratiques de circulation, motivées également par des raisons financières et d'accessibilité :

« Je regarde les animés surtout, ça coûte rien et c'est plus facile. Je les vois en streaming ou je les trouve sur youtube, mais quand un manga me plait vraiment je l'achète parce que je veux le voir aussi en version papier. »

Son approche des mangas est d'emblée ouverte sur plusieurs médias. Les jeunes enquêtés font référence également à des sites, des forums et dans une moindre mesure les réseaux sociaux. Les 3 amateurs de la saga *Harry Potter* ont des pratiques très comparables. De même, Nathan, 13 ans, passionné de fantasy, et en particulier de *Warhammer*¹³, un jeu vidéo, associe plusieurs médias :

« Je vais surtout sur le site qui parle de l'univers de Warhammer et qui s'appelle la bibliothèque impériale (...) Ils ont classé ça en plusieurs catégories et je cherche la catégorie que je veux trouver (...) Les races, le bestiaire.... »
Nathan précise qu'il est entré dans cet univers « surtout grâce à des jeux vidéo et aussi aux livres ».

Pour Nathan, la circulation d'un média à l'autre est pleinement intégrée, et relève de continuels allers-retours. Un média est immédiatement associé à d'autres, présentés comme complémentaires et constituant des étapes d'un cheminement permanent.

¹² Série américaine de I. Marlene King diffusée entre 2010 et 2017, comprenant 7 saisons. Un an après la disparition mystérieuse d'Alison, ses quatre meilleures amies reçoivent des messages signés « A » distillant des secrets qu'elles lui avaient confiés. Elles mènent l'enquête.

¹³ Univers imaginaire tiré de l'héroïc-fantasy créé dans les années 80 dans un jeu de figurines, puis donnant lieu à des jeux de rôles, des jeux vidéo, un fanzine...

1.2. Explorer les univers de fiction.

1.2.1. Comparer des transpositions.

A un premier niveau, la fréquentation d'un autre média dans lequel l'univers fictionnel a été transposé s'impose pour presque tous les jeunes fans : 11 d'entre eux le mentionnent. Ils combinent alors très souvent un média numérique avec un média plus traditionnel, tel le livre. Du point de vue de l'industrie culturelle, cela relève du cross-média, mais cela constitue le premier noyau d'une toile transmédia souvent plus vaste et plus complexe. Pour les jeunes fans, il y a un désir marqué de prendre connaissance de ces versions différentes, qui enrichissent leur connaissance et leur donnent accès aux sources. Ils exercent alors leurs compétences d'analyse critique en dégagant les points communs et les différences, puis en commentant les choix effectués.

Lucie et Léa, 14 ans, évoquent *The walking dead*¹⁴ :

« (...) *Il y a plein de choses dans la série qui ne se passent pas comme ça dans le livre. Ils ont pas tout pris. Par exemple, certains meurent dans le livre, pas dans la série. Il y a beaucoup plus de détails.* »

Léa ajoute « *Moi j'ai aussi lu les BD. Mais les BD, au départ, c'est le même thème, mais c'est pas les mêmes suites* ».

Léa comme Lucie mettent en avant leur capacité à déceler des différences, et donc à entrer même modestement dans une analyse comparative qui requiert une maîtrise sûre des supports. Eliot, 13 ans, rend compte de sa passion des mangas et signale également sa démarche comparative.

« *Justement, là, je suis en train de reprendre tous les mangas que je connais. J'achète les 5 premiers tomes et ensuite je vois les animés pour voir les différences. Ça, c'est intéressant.* »

On remarque qu'il s'est engagé dans un projet construit dans la durée, car il s'agit d'un gros lecteur. La mobilisation des efforts cognitifs est consentie et semble lui apporter une satisfaction d'ordre intellectuel.

Emma et Kilian, 13 ans, fans de *Harry Potter*, ont découvert d'abord cet univers par les romans et les films. Ils envisagent les deux médias comme indissociables. Kilian réhabilite pourtant les livres : « *Dans les livres il y a plus de détails que dans les films. Ils sont plus restreints dans tout ce qui est imaginaire, paroles...* » Emma tisse constamment des liens entre les deux :

¹⁴ Série d'horreur américaine diffusée depuis 2010, adaptée par Franck Darabont et Robert Kirkman.

Dans un univers post-apocalyptique, les rescapés doivent survivre, menacés par des morts-vivants et d'autres groupes.

« Par exemple, il y a les secrets de certains personnages qui sont dévoilés dans le 2 dans le livre, et dans les films c'est dans le dernier. Moi j'ai vu les films avant de lire les livres et c'est bien de comparer. »

Les transpositions crossmédiées donnent lieu à des pratiques bien ancrées : les jeunes fans entrent dans une démarche d'observation active exigeant une certaine attention. Ils manifestent le désir de s'appropriier toute l'étendue de l'univers de fiction et ils ont alors l'impression d'accéder à un niveau de compréhension jugé plus complet.

1.2.2. *Parcourir des extensions.*

Les jeunes fans formulent tous l'intérêt qu'ils portent aux fictions en lien avec leur univers. Ils cherchent constamment à se nourrir de nouveautés. Ainsi, qu'il s'agisse des mangas ou des séries américaines, la pulsion de complétude du cycle est perceptible : les jeunes lecteurs cherchent à aller du début à la fin, et à disposer d'une vision d'ensemble. Vanessa, 15 ans, sait déjà que sa série préférée, *Pretty Little Liars*, glisse vers sa fin : « je suis déçue ». Louise, Eliot, Zacharie, n'évoquent que des mangas par série. « Dans *One Piece*, il y a une scène qui n'est pas passée, du coup j'ai moins accroché », signale Louise. Cela ne l'a pas conduite à l'abandon : elle a lu l'intégralité de la série plusieurs fois.

Dès qu'un titre séduit, l'intérêt pour les productions liées est très fort. Ainsi, Maxence et Eliot savent déjà qu'un film puisant son inspiration dans le jeu *Minecraft*, dont ils sont passionnés, sortira en 2019. Maxence émet un avis réservé : « Souvent, les films tirés des jeux vidéo ne sont pas très bons. J'attends de voir ce que ça va donner ». Pourtant, lui et son ami sont déjà sûrs d'aller le voir, le scénario les intrigue et ils veulent se forger une opinion.

1.2.3. *S'ouvrir aux fanfictions.*

La curiosité manifeste des jeunes fans dépasse largement les propositions officielles faites par l'industrie culturelle. En effet, 7 d'entre eux fréquentent des sites ou des plateformes proposant des dérivés de natures diverses réalisés par des fans. Le terme de fanfiction est d'ailleurs spontanément formulé par 5 jeunes adolescents. Léa, autour de *The walking dead*, énumère ses centres d'intérêt :

« Moi, je regarde des parodies, des courts-métrages sur youtube. Il y a Wattpad¹⁵, aussi, je lis des histoires de zombies qui reprennent certains personnages. »

¹⁵ Wattpad est un site et une application fondé en 2006 par Allen Lau et Yvan Ywen. Ce site est un réseau social littéraire gratuit. Les utilisateurs écrivent et mettent leurs poèmes ou récits en ligne. D'autres utilisateurs peuvent lire leurs textes et donner leurs avis.

Là encore, plusieurs médias sont convoqués et combinés pour prendre connaissance de productions variées. Celles-ci naissent dans des médias distincts et prennent des directions différentes : extensions approfondissant un personnage, ou changement de registre. Eliot, dans cette démarche, montre des attentes et une fréquentation suffisante pour être capable de comparer et d'évaluer la qualité des propositions réalisées :

« Il y a des fanfictions qui peuvent être un peu bêtes, mais il y en a qui peuvent être super sur des jeux vidéo, ou sur des mangas. Je vais sur youtube ou sur jeuxvidéos.com, c'est une plateforme qui réunit beaucoup de choses. Il y a des mangas qui laissent des énigmes alors ils disent ce qui se passe après. Par exemple sur youtube on tape fanfiction et le nom de ce qui nous intéresse et on voit. »

Eliot montre là encore une aisance à citer des ressources, ainsi qu'une capacité à expliquer ses stratégies de recherche, révélant une fréquentation régulière et une curiosité bien réelle. Il engage du temps et des prises d'initiatives dans ces démarches. Maëlle, 13 ans, jeune fan de la saga *Harry Potter*, s'intéresse également aux productions de ses pairs :

« Je vais sur une application pour écrire des livres en ligne et je les lis pas en entier mais j'en lis des parties et c'est bien. C'est Wattpad. J'ai trouvé des parties où c'est Harry Potter. »

Maëlle est ouverte aux créations d'autres fans dans ses lectures, ses impressions sont positives. Quant à Louise, 13 ans, elle varie ses sources pour nourrir son univers de mangas, mais cite encore Youtube et Wattpad, en manifestant son intérêt pour les fanfictions.

Elle donne des sites : *« Je suis abonnée à des chaînes Youtube sur les mangas et je suis sur un site où on écrit des livres en ligne. /.../ C'est Wattpad, mais il y a pas que des mangas, il y a aussi des histoires originales, il y a plein de choses. »* Elle justifie ses choix : *« Il y a des gens qui essaient de trouver le passé de certains personnages, et ça j'aime bien. »*

Louise dans ses lectures de fanfictions a le sentiment d'approfondir son univers manga. Elle apprécie particulièrement la créativité des fans en matière de fiction, en particulier les extensions déclenchées par des retours en arrière ou l'approfondissement d'un personnage.

Le groupe des jeunes amatrices de la série *Pretty Little Liars* est avide de productions courtes, variées, et privilégie youtube pour l'étendue des propositions. Vanessa se dit intéressée par les parodies, surtout *« pour rire »*. Angeline apprécie les cosplays, elle aime les mises en scène avec costumes qu'ils impliquent. Les attentes sont plutôt légères. Il s'agit de profiter d'un moment de détente.

1.3. Rechercher des informations.

1.3.1. Modalités de recherche d'information passive versus active.

Unanimement, tous les jeunes fans lisent des informations autour de leur univers favori. On distingue deux modalités d'approche via des média essentiellement numériques : des modalités passives et des modalités actives.

Emma, 13 ans, jeune fan de *Harry Potter*, privilégie les notifications :

« Je suis pas sur les réseaux sociaux, mes parents ils veulent pas, mais je peux lire les tweets. En fait, je cherche pas les infos, c'est quand ça vient à moi. C'est juste que sur google, il y a les actualités, et moi, ils ont repéré que je faisais souvent des recherches, alors ça s'affiche directement. »

Emma est consciente que ses données sont suivies de près, et que ses goûts pour l'univers de *Harry Potter* déclenchent des notifications personnalisées. On peut supposer qu'elle a été mise en garde, pour autant, elle utilise cette fonctionnalité pour sa facilité.

Une grande part de la recherche d'informations reste cependant bien active. Une des motivations majeures de la recherche d'informations reste les nouveautés, par exemple les dates de sorties. Louise, 13 ans, est très au fait des nouveautés liées aux mangas, et plus spécifiquement aux pokemons.

Louise explique : *« Il y a deux sorties prévues. Une à la switch festival, un pokemon pour faire des combats et un qui est la suite du RPG pokemon qui est sorti. /...Je le sais car la compagnie l'a annoncé et je suis abonnée à leur chaîne youtube. Et ils ont aussi prévu qu'il y aurait un RPG sur la switch mais on n'a aucune information. »*
Elle complète ses sources : *« Je vais sur des sites, le site de la pokemon company déjà, celui de Game freak, j'en parle avec des gens dans les commentaires de la vidéo, et je cherche sur d'autres chaînes spécialisées. »*

Louise cite des stratégies et des sources d'information suffisamment nombreuses pour signaler son aisance dans ce type de recherche : sites officiels, sites spécialisés, youtube. Elle maîtrise les ressources, et distingue clairement deux sources : la production elle-même et d'autres fans.

1.3.2. Chercher à s'informer : choix des médias en fonction des attentes.

Tous les jeunes adolescents enquêtés utilisent les médias numériques pour s'informer : il s'agit de sites animés par la production, de sites plus généralistes, de blogs créés par des fans, ou alors des réseaux sociaux qui occupent dans cette activité une place privilégiée. Parfois, des livres peuvent apporter des ressources.

Lorsqu'il s'agit de séries, les « actu » sur sites généralistes retiennent l'attention. Lucie, 15 ans, fan de *The walking dead*, cite une de ses ressources :

« Moi je vais sur melty¹⁶. C'est comme un petit journal, mais sur internet. En fait, ils parlent de plein de trucs mais ils parlent des séries, par exemple quand est-ce qu'elle va recommencer ou des infos. Par exemple quand la saison elle était finie on savait pas vraiment qui était mort, moi je voulais savoir. »

Lucie s'intéresse aux nouveautés, mais aussi aux *spoils*¹⁷ dévoilés pour combler son impatience à attendre la saison suivante.

Le rôle des réseaux sociaux est prévalent : 12 enquêtés sur 15 en citent au moins un, si l'on intègre youtube en tant que réseau social, dès lors qu'il s'agit d'abonnements à des youtubers. Par ordre d'occurrences, on trouve skype (1 mention), pinterest (1 mention), twitter (1 mention), facebook (2 mentions), instagram et snapchat (6 mentions), youtube (11 mentions). Divers abonnements permettent aux amatrices de séries de suivre les acteurs qui incarnent les personnages et deviennent eux-mêmes sources d'information. L'acteur est dans la série personnage de fiction, mais sur les réseaux sociaux, il devient un médiateur efficace auprès des jeunes adolescents. Ces derniers se montrent particulièrement sensibles et réceptifs à ces porte-voix incarnés, dont ils identifient les visages, et qui leur semblent proches. Angeline, 15 ans, fan de *Pretty little liars*, synthétise : *« C'est sur instagram en général, sur snapchat aussi pour les acteurs. »* Lyna, 15 ans, complète et précise : *« Par exemple, s'il y a des vidéos youtube avec des interviews nous on saute dessus. C'est intéressant, on peut voir aussi les making off, ce qui est décor, costumes. »* Lyna étend donc son intérêt pour la série à des questions plus techniques. Dans le cas des fans de *The walking dead*, la démarche est identique. Pour Lucie, 15 ans, les réseaux sociaux permettent d'être au fait des nouveautés.

« Moi je suis les acteurs, comme ça dès qu'ils postent une photo, je suis ce qui se passe. C'est sur instagram. Il y aussi les comptes des séries, et puis il y a les comptes des stars (...). Ils informent de quand l'épisode il sort, quand le tournage reprend. Des fois ils nous disent pas des spoils, mais des petites annonces. »

Ces abonnements renforcent le sentiment de proximité et maintiennent en permanence l'intérêt des fans, en leur donnant d'impression de faire partie des « élus », premiers informés.

Les blogs, ou sites permettant d'avoir un lien direct avec la production, retiennent l'attention. Ainsi, Emma, 13 ans, fan de *Harry Potter*, elle consulte régulièrement des blogs, où elle espère trouver des éléments apportés par l'auteure elle-même.

¹⁶ Site d'actualités français destiné aux jeunes et proposant des articles sur le sport, les séries, les people...

¹⁷ Fait de dévoiler à l'avance des éléments-clefs de l'intrigue dans une œuvre de fiction.

« *Moi je vais sur des blogs, je m'inscris pas mais je regarde ce qui se passe. Je passe comme ça. Je regarde pas ce que les fans en pensent, je regarde juste si elle dévoile des secrets* ». Elle dit rechercher activement ces secrets : « *Joanne Rowling, elle dévoile beaucoup de choses qui n'ont pas été dévoilées dans les films et du coup j'essaie de suivre ce qu'elle a dit. Elle donne son avis, elle dit qu'elle aurait peut-être pas dû écrire ça comme ça. Oui, elle dit par exemple qu'il y a eu une polémique... Que c'était pas les capacités mentales des jeunes qui faisaient leur valeur mais ce qu'ils admiraient. Comme par exemple Hermione qui admire le courage, elle peut aller à Poudlard, mais c'est pas parce qu'elle a la qualité du courage* ».

Emma valorise les informations venues de l'auteure elle-même. Elle a le plaisir de mieux comprendre et d'avoir entre les mains un élément central dans l'interprétation. Ce lien ressenti comme privilégié avec l'auteure donne le sentiment d'avoir entre les mains des clés d'interprétation de première importance, dont tous les lecteurs ne bénéficient pas. On retrouve ces mêmes attentes chez les fans de *Pretty little liars*, qui sont tenues en haleine par la perspective de découverte du mystérieux harceleur, A.

Vanessa, 15 ans, explique : « *Il y avait des fans qui demandaient à la réalisatrice qui était A et elle donnait des indices comme des bouches, des éclairs en emoticones ou en smiley* ». Elle dit s'adresser à la réalisatrice en se rendant sur son site.

Vanessa rentre dans cette quête d'indices, ici donnée hors visionnage des épisodes, espérant trouver en la réalisatrice des ressources nouvelles pour nourrir les débats.

Enfin, le jeu vidéo constitue un cas particulier car les joueurs sont régulièrement amenés à se documenter pour améliorer leurs performances. Ils mènent alors leurs recherches sur des médias variés : Eliot a commencé à jouer à *Minecraft* il y a plusieurs années : « *quand j'ai commencé, j'ai acheté les livres* ». Maxence cite quant à lui des sources nombreuses : « *il y a aussi un wiki pour nous aider, des vidéos. C'est aussi la communauté. Youtube, des less play des tuto, comment construire des pixels, des constructions* ». Les joueurs sont avides de solutions pour progresser, qui leur sont fournies par leurs pairs sur les voies numériques, mais ils ne renoncent pas systématiquement aux apports des livres édités par la production des jeux et payants.

1.3.3. Chercher à mieux comprendre, confronter plusieurs interprétations.

11 jeunes fans évoquent la nécessité de mener des recherches d'information pour mieux comprendre, ayant le sentiment d'être confrontés à un matériau complexe et de devoir fournir des efforts pour en venir à bout. Outre une relecture / reVISIONNAGE et la consultation de forums ou de blogs, youtube s'impose comme la plateforme la plus adaptée pour obtenir des éléments de compréhension.

Lucie, 15 ans, justifie ainsi le fait qu'elle revisionne presque systématiquement les épisodes de *The walking dead* :

« Moi quand je revois un épisode, je me rends compte qu'il y a encore des choses à apprendre. Je me rappelle que quand j'ai regardé la première fois, j'avais pas compris de quoi ils parlaient ou ce que c'était vraiment. Moi j'ai lu les livres de base, aussi. J'ai tout regardé toute seule, mais j'ai acheté les DVD et je revois tout avec mes parents. »

Lucie n'hésite pas à se remettre en question et à signaler ce qu'elle identifie comme ses propres failles. Le revisionnage constitue une première étape afin de mener une lecture attentive aux détails ; les 6 fans de séries s'y engagent toutes.

La lecture d'analyses permettant de bâtir des hypothèses de suite est également un motif de recherche apprécié pour les jeunes adolescents. Lyna, 15 ans, explique sa démarche pour la série *Pretty little liars* :

« Il y a aussi beaucoup de gens qui font des théories, ça ils savent pas la suite, mais bon ils font des théories, la suite, ils la créent eux-mêmes. Et même, dans la dernière saison, les réalisateurs se sont inspirés des théories de quelques-uns. »

Lyna est convaincue de pouvoir trouver dans ce type de lecture des pistes valides pour anticiper la suite. A ses yeux, elles sont valorisées car la production en tient compte et leur attribue du crédit. Vanessa, 15 ans, toujours sur *Pretty little liars*, juge ces « théories » dignes de son attention :

« Moi je regarde énormément, il y en a une que j'ai trouvée, j'étais morte de rire. C'était la théorie par rapport à Alice au pays des merveilles, il y avait les tea time souvent, la méchante reine, plein de trucs comme ça qui étaient trop en rapport. »

Ces ressources interprétatives sont d'emblée perçues comme riches, d'autant qu'ici elles ont une dimension littéraire puisqu'il s'agit de mettre à jour l'intertexte qui pourrait conduire le scénario et l'évolution des personnages, et ainsi ouvrir des pistes d'anticipation.

La plateforme privilégiée pour obtenir ces informations est alors youtube. Deux approches sont mises en avant : les vidéos explicatives elles-mêmes, mais également le riche fil des commentaires. Louise, 13 ans, fan de manga, évoque ses centres d'intérêt :

« L'avis des autres, et ça permet de découvrir de nouveaux mangas aussi, et de réfléchir à des détails que j'avais pas forcément vus ou à des choses que j'avais pas remarquées. /.../ Après, je regarde aussi des vidéos explicatives./.../ Je réalise des choses que j'avais mal comprises. Parfois je lis, et j'interprète pas forcément la même chose que l'auteur voulait nous faire comprendre. Eux ils décortiquent les bandes annonces des jeux vidéo qui vont sortir. Ils expliquent tout avec des détails, des extraits. Il y en a qui font ça image par image, c'est vraiment très précis. »

Louise manifeste une ambition clairement formulée de ne pas manquer du sens, elle se remet en question et cherche un guidage jugé fiable : des youtubers ou des sites officiels. Elle utilise des termes d'analyse littéraire, notamment les verbes interpréter et décortiquer, qu'elle distingue des avis, et elle est capable de décrire la méthode d'analyse. Eliot, 13 ans a des pratiques proches sur youtube pour les mangas:

« Ils expliquent le sens, quand j'ai pas trop compris, par exemple analyse manga. Moi si j'ai pas compris, je vais aller voir, Ils expliquent souvent très bien. »

Eliot valorise les ressources produites par ses pairs dans sa quête de sens.

1.3.4. Relever des défis, déjouer des énigmes.

Le mode de lecture dominant est tourné vers les détails et le goût de l'approfondissement. Ce mode de lecture-enquête est le seul susceptible de garantir le sentiment d'accéder à la totalité de l'univers fictionnel. Tessa, 14 ans, donne un exemple concernant le générique d'un épisode de *The walking dead* :

« Hier, j'ai vu un épisode, il y avait écrit « en l'honneur de » avec un nom et je pouvais pas m'endormir sans savoir qui c'était. J'ai regardé sur les réseaux sociaux. C'est quelqu'un qui est mort. »

Apparaît nettement une pratique de réception très attentive aux détails – en l'occurrence, un nom qui laisse deviner un hommage, et une capacité à investir du temps et à déployer des stratégies de recherche, activité potentiellement chronophage, afin de ne pas laisser échapper un volet de l'interprétation. Émerge aussi l'idée d'une production qui pourrait disséminer des énigmes, et donc qu'en tant que fan, il faut relever le défi, être à la hauteur des attentes, et ne laisser passer passivement aucun détail. Tessa est capable d'investir du temps et des efforts cognitifs en ce sens, afin de ne pas laisser s'échapper des sources d'information.

1.4. S'adonner au plaisir ludique.

Les dispositifs transmédiés développent presque systématiquement des extensions sous forme de jeux en ligne. Ceux-ci attisent la curiosité des jeunes adolescents et sont reçus très positivement, car ils favorisent l'identification et l'immersion. 13/15 en ont fait l'expérience.

Vanessa, 15 ans, décrit un jeu dérivé de *Pretty little liars* :

« C'est épisode, une application. Il y a plein d'histoires et c'est nous qui devons faire des choix. Ils rajoutent un autre personnage qui est nous, ce qui leur arrive nous arrive aussi. »

On remarque que la direction générale du jeu – l’identification, l’immersion – est d’emblée cernée par l’adolescente.

Maëlle, 13 ans, est abonnée depuis presque deux ans à *Poudlard12*, un jeu en ligne inspiré par l’univers de *Harry Potter*. Elle explique :

« Dedans on a notre propre maison, notre baguette magique, on a des jeux à l’intérieur pour gagner des gallions et ensuite on peut aller acheter des hiboux et plein d’autres choses comme ça, et après il y a des parties forums où on peut parler des livres, des films. » Elle précise le cadre : *« il y a des parties où il y a des histoires. En fait, c’est Poudlard après la bataille, plusieurs années plus tard. Il y a même des moments où on peut faire des évaluations et ça peut faire gagner des points. Après on a des documents sur toute une matière qu’on lit pas dans les livres et pas dans les films ».*

Le jeu contribue ici à enrichir l’univers de la fiction tout en le respectant. Cela motive fortement l’assiduité de Maëlle qui a l’impression de découvrir de nouveaux aspects de la narration. Par ailleurs, elle s’identifie aux élèves de Poudlard, acceptant également d’être testée sur ses connaissances comme en situation de classe.

On peut également évoquer des consultations consacrées à la fabrication d’objets ou costumes liés à l’univers de fiction. Ces ateliers créent un moment récréatif, tout en favorisant également l’immersion par la construction d’objets réels, réappropriés, qui permettent de s’identifier aux héros. Maëlle les connaît : *« Harry Potter tutoriel, il y a des origamis, des affiches, des tutoriels pour fabriquer des choses. »* Elle mène alors ses recherches sur pinterest ou youtube. Zacharie, de même, amateur de mangas, se rend sur des pages facebook de fans détaillant leur fabrique de costumes pour des cosplays.

Au terme de ce panorama des pratiques de consommation culturelle de jeunes fans, nous reprenons ici les principaux résultats :

- Nos jeunes enquêtés combinent sans cesse plusieurs médias entre eux. Ces médias sont à dominante numérique : sites de la production, blogs, forums, youtube, réseaux sociaux, jeux en ligne.
- La circulation transmédia est nourrie par la recherche de ressources efficaces visant à accroître leur compréhension de toutes les facettes de l’objet culturel : Dans cette perspective, ils font usage des interprétations d’autres fans, des informations de la production et ils mettent en jeu leurs propres efforts intellectuels.
- La plupart des jeunes enquêtés fréquentent plusieurs plateformes et valorisent nettement les propositions de leurs pairs. Qu’elles soient de nature interprétative ou de nature fictionnelle,

elles sont considérées avec attention, alimentent les réactions, et contribuent à étendre l'univers.

2- Participation et production des jeunes fans au sein des dispositifs transmédiés.

Dans ce butinage sur des médias variés, les jeunes fans trouvent également des espaces d'expression dans lesquels leur voix est sollicitée. Lire, visionner sont des activités qui suscitent des interactions et appellent leur participation. Ces espaces d'expression sont ouverts, et si on peut y venir en observateur, on peut également y poser sa voix. Que ce soit dans les forums, les fils de discussion les posts ou les tchats, les commentaires fusent, les débats naissent. 11 enquêtés sur 15 disent formuler des messages sur média numérique et interagir avec d'autres fans. En effet, lire, réagir et publier vont de pair pour eux, et dès 13 ans, nos jeunes enquêtés entrent pleinement dans les logiques participatives. Un nombre plus restreint d'entre eux -6- entre également dans des activités de création. Fanfiction, fanvidéos sont autant de voies dans lesquelles plusieurs s'essaient avec des projets d'envergure variée.

Les médias mentionnés sont alors les suivants :

-les réseaux sociaux pour réagir, faire circuler des informations, mais aussi pour poster des photographies personnelles ou des vidéos en lien avec l'univers de fiction. Snapchat et Instagram sont les plus cités.

-les forums pour formuler des interprétations, échanger.

-l'éditeur en ligne Wattpad, connu de multiples fans lecteurs qui peuvent aussi y publier leurs propres créations.

2.1. Participation à travers la formulation de commentaires.

2.1.1. Réagir, exprimer une opinion.

11 jeunes adolescents sur 15 mentionnent dans leurs propos qu'ils formulent régulièrement leur opinion par écrit, dès lors qu'une plateforme numérique leur en offre la facilité dans un fil de discussion.

Les 6 adolescentes adeptes de séries américaines s'expriment aisément via les réseaux sociaux. Toutes sont abonnées aux comptes Instagram et Snapchat des acteurs, et elles réagissent fréquemment : Tessa, 14 ans, fan de *The walking dead*, met des « like » ; Lyna, 15 ans, fan de *Pretty Little Liars* écrit, elle, des commentaires :

« Déjà il y a les acteurs, on met des commentaires genre "on a hâte de voir les prochains épisodes" ou des trucs comme ça. En anglais, bien sûr. Après il y a aussi les comptes fans, on met des trucs dessus genre "il était bien ce moment, il était intéressant" mais on le fait moins car on est déjà pas mal à le regarder. »

Le contenu du commentaire manifeste une émotion –l’impatience- ou un jugement rapide, l’enthousiasme. Il a pour destinataire les acteurs eux-mêmes mais il est également lu par d’autres abonnés et contribue donc à nouer des liens autour de cette série. Cet espace de parole alimente donc également la vitalité du *fandom*. Les acteurs, bien qu’ils ne soient ni scénaristes, ni réalisateurs, reçoivent ces commentaires qui sont pour la production des sources d’information exploitables.

Pour Eliot, 13 ans, l’évaluation des pairs va de soi, notamment dans le cadre de *Minecraft* qui encourage ses joueurs à aller voir ce que produisent les autres joueurs et à les évaluer :

« Sur Minecraft, il y a un jeu, on a 20 minutes et un thème, et dès que c’est fini, on va voir ce que font les autres, on voit ce qu’ils ont créé, on va devoir noter./.../ Mais dans le tchat, on peut dire si c’est bien ou pas bien. »

Eliot apprécie ces jeux-défis, et il a pleinement intégré sa fonction d’évaluateur d’autres réalisations, en s’adressant aux joueurs constructeurs. La notion de communauté est pleinement prise en compte, Eliot y occupe des fonctions assumées.

2.1.2. Réfléchir et interpréter.

De plus, autant les jeunes fans lisent avec attention les commentaires ou impressions sous-tendues par des analyses, autant certains d’entre eux sont déjà investis dans la participation, ouvrant leur place dans la communauté interprétative. Ainsi, Eliot apprécie les débats sur les mangas, particulièrement sur *Dragon Ball Z*, et y intervient : *« je réagis beaucoup en commentaire »*. De même, Léa, 14 ans, suit de nombreux fils d’échange sur *The walking dead*. Elle va dans le même sens : *« Des fois, il y en a qui disent n’importe quoi, alors je les corrige. »* Dotée d’une connaissance fine de la série, elle la réinvestit pour participer activement sur des plateformes dédiées.

La fréquentation active d’espaces de dialogues crée une fidélité et un renouvellement incessant des centres d’intérêt par l’engagement. Ces espaces de dialogue peuvent être proposés par la production elle-même, mais également naître de l’initiative de fans. Zacharie, 14 ans, amateur de mangas en livres, films, jeux, rend compte de son expérience :

« Au départ, dans le jeu vidéo, il y a un système qui permet de faire partie d'une guilde¹⁸ et j'ai regardé l'annonce qui disait de faire partie d'une guilde, je suis rentré dedans, et le maître de la guilde avait créé un groupe sur skype pour parler de tout ça. »

Zacharie, lui-même gros lecteur de mangas, livre ses impressions et partage ses informations avec son groupe. Pour autant, le fonctionnement est codifié, voire hiérarchisé. Il explique comment fonctionnent les rendez-vous : *« C'est avec les gens qui sont connectés, on parle presque tous les soirs, après les cours. »* La thématique de l'échange est donnée par *« celui qui a créé la conversation »*.

La ritualisation de ces échanges presque quotidiens révèle la force d'addiction de la pratique. Cette participation investissant du temps va de pair avec une certaine qualité des interventions, puisque Zacharie évoque 4 à 8 connectés dans son groupe, actifs dans leur participation. Il rentre dans des interactions qui le poussent à approfondir ses connaissances des mangas, et à nourrir le désir d'en lire de nouveaux. On peut souligner dans ce cas original la manière dont les fans s'affranchissent des cadres donnés par la production, même lorsque ces derniers –les guildes– sont censés ouvrir des espaces de liberté, pour reconstruire les leurs. On peut également deviner compte tenu du volume et de la régularité des échanges que les impressions ou éléments de compréhension donnent lieu à des analyses sans cesse renouvelées et alimentées par des lectures suscitant débat.

2.2. Créer, publier, partager.

Sur nos 15 jeunes enquêtés, 8 manifestent leur désir de « faire » quelque chose. Comme le résume Lenny, 13 ans, très investi dans Minecraft : *« moi, ce que je préfère, c'est créer »*.

2.2.1. Productions en réponse à des incitations.

Dans un premier temps, le partage peut être suscité par le cadre proposé, notamment dans un jeu créatif comme Minecraft qui suscite les interactions entre joueurs. Eliot donne un exemple : *« avec un ami, on a passé beaucoup de temps et on a construit un énorme château. On l'a partagé à nos amis pour les critiques, pour améliorer »*. Lorsque le résultat est jugé satisfaisant, youtube permet de diffuser plus largement : *« parfois, après que j'ai fini le projet, j'installe un mode c'est pour tourner l'écran, je mets des shaders c'est un truc pour rendre le jeu beaucoup plus beau l'eau, ça bouge. Je partage avec tout le monde, sur youtube. »* Eliot a

¹⁸ Guilde : terme utilisé dans le domaine des jeux vidéo pour désigner la communauté des joueurs se retrouvant sur internet, particulièrement en mode MMORPG (*Massively Multiplayer Online Role Playing Game*).

en effet ouvert une chaîne qui lui permet de publier une création jugée esthétique, pour laquelle il espère obtenir des conseils, mais également des retours satisfaisants et valorisants.

2.2.2. Initiatives personnelles : du côté de l'image.

La palette des productions est large et va des clichés les plus modestes, aux vidéos les plus élaborées.

Dans un premier temps, la photographie peut permettre une entrée relativement aisée. Les fans de séries cherchent ainsi à reproduire, en s'identifiant aux acteurs, et en même temps à se réapproprier. Ces publications à visée ludique ont également une fonction de médiation puisqu'elles ne sont lisibles que par des lecteurs initiés aux sources d'inspiration. Il en est ainsi pour les 3 fans de *Pretty little liars*. Angeline, 15 ans, évoque les photos qu'elle et son groupe d'amies s'essaient à imiter. « *Dans le générique, les 4 filles, elles sont comme ça, elles font chut, et des fois on s'amuse à refaire la scène.* » Lyna précise leur diffusion et complète : « *Sur les réseaux sociaux, instagram, facebook, ou alors c'est pour nous. Moi j'aime bien aussi voir les filles qui se déguisent, qui font la même chose.* »

Il s'agit ainsi de participer à une forme de jeu entre fans –rejouer une scène du générique- qui rentre en écho avec d'autres productions. Cela d'une part favorise l'identification, mais crée également un lien avec d'autres fans. En outre, cela contribue à assurer la promotion de la série puisque l'activité entretient, sous forme de défi, la curiosité.

Deux autres jeunes fans de notre échantillon sont à des stades de projet plus ou moins avancés mettant en jeu l'image. Ainsi, Léa, 14 ans, fan de *The walking dead*, fait du maquillage d'horreur : « *On fait des photos, je mets sur instagram, je regarde les commentaires.* » Léa a développé des compétences la rapprochant déjà d'un métier du cinéma. D'autres élèves révéleront plus tard qu'elle a d'ailleurs une certaine notoriété en la matière. Les réseaux sociaux offrent à ses créations une certaine visibilité, qui la poussent à progresser. Elle va parfois un peu plus loin : « *Des fois on fait des petits films, avec mes cousines. On imagine un petit scénario à partir des zombies, on filme avec le téléphone, mais c'est pas terrible.* » Elle justifie le fait qu'elles ne les diffusent pas par une qualité jugée insuffisante. Les contours de la fanfiction sont lâches., car Léa peut quitter sa source d'inspiration première – *The walking dead* – pour élargir sur sa thématique de prédilection, les morts-vivants. La réalisation vidéo occupe cependant un temps de loisirs ouvert à la création. De même, Lyna, 15 ans, fan de *Pretty little liars*, a l'habitude, surtout durant les vacances d'été, de tourner en fond vert des scènes, voire un court-métrage, avec sa famille. Le scénario n'est pas écrit, mais plus ou moins improvisé. « *L'an dernier, j'ai pensé à une scène que j'ai vue dans la série, on l'a*

rejouée mais à notre manière. » Plusieurs membres de la famille participent, mais c'est son frère, actuellement étudiant en école de cinéma en spécialité montage, qui est aux commandes de la réalisation. Le produit fini n'est diffusé qu'à l'échelle familiale. Plusieurs des remarques de Lyna montrent d'ailleurs son intérêt pour les métiers du cinéma et sur la réalisation en général.

Il s'agit bien d'extensions transmédias, mais qui ouvrent ensuite sur une liberté reprise. En effet, les 2 fans productrices de contenu vidéo cherchent à acquérir des compétences qui mettent en jeu certaines exigences : Léa et sa cousine se posent des questions de scénario, de réalisation, de mise en scène, de décor, de maquillage et de costume... La production s'inscrit alors dans le *fanart*, même si elles s'en servent de tremplin pour ouvrir leur propre imaginaire en se nourrissant de ce qu'elles ont vu. Ce désir d'affranchissement pour accéder au titre d'auteur original semble un cheminement commun.

2.2.3. Initiatives personnelles : du côté de la fanfiction.

Si l'on examine maintenant la production de fanfictions, on note que 5 jeunes enquêtés se révèlent engagés à des niveaux divers. Ils ont des projets, des trames narratives élaborées ou des ébauches, parfois non publiées mais dans lesquelles ils investissent du temps et du travail. Ainsi, Maëlle, 13 ans, fan de *Harry Potter*, a un projet d'écriture ambitieux : écrire le tome 9 de la saga.

Elle explique sa démarche commencée quand elle était en 6^{ème}, depuis presque 2 ans :
« Moi en ce moment je suis en train d'écrire le 9, et dedans j'incarne les personnages. /.../Je vais sur le forum, je donne des avis, je fais des quizz, je joue mais chez moi, toute seule, j'écris sur un carnet. Je montre parfois à Emma, aussi à ma sœur qui lit tout le temps, elle aime bien. Ça fait longtemps que je le montre à personne. »

Maëlle dégage donc du temps et mobilise son imagination pour écrire un roman complet, qui reprend les héros de Joanne Rowling et l'univers qu'elle maîtrise bien. Il s'agit d'un engagement de long terme, mais c'est pour elle une source de satisfaction personnelle et un défi qu'elle est fière de porter.

Aussi, on peut remarquer que les pratiques de lecture sur des plateformes éditant en ligne des propositions de jeunes amateurs suscitent la création. Louise, 13 ans, a par exemple publié quelques histoires ancrées dans l'imaginaire manga. *« J'ai lu des histoires, j'ai mis des commentaires. Puis j'ai écrit une ou deux histoires, mais j'aime pas trop ce que j'ai écrit. »* Elle a donc fait ses premiers pas dans la participation en donnant son avis, puis elle est passée à l'invention. Son auto-évaluation est encore modeste, mais elle publie tout de même ses

productions. Bien que ses projets soient jugés inaboutis, elle souhaite poursuivre son chemin dans la sphère des créateurs, écrivains et dessinateurs.

Lorsqu'on demande à Louise si elle partage des récits ou des projets de scénarios, elle répond : « *Non, je le fais dans ma tête. C'est un peu secret./.../ ça change tout le temps.* » Elle évoque ses conditions de travail : « *Le soir, avant de dormir. Je lis, surtout des romans de fantasy, et après je pense à mon manga.* » Elle se heurte encore à des difficultés : « *Ce sont mes personnages. Mais j'arrive pas à les créer totalement, ils font souvent penser à des personnages que j'ai déjà vus. /.../Je vais me tourner vers les visual novel, c'est plus simple. C'est un livre illustré avec un texte qui défile dessous.* »

Louise à ce stade laisse entendre qu'elle y consacre du temps et que son imagination se déploie autour de ce projet. Cependant, il y a véritablement désir d'émancipation de sa part, et ambition implicite de pouvoir créer sa propre fiction. Zacharie, 14 ans, également sur le manga, nous montre son brouillon pour un projet qu'il prépare depuis un an environ. Sous une présentation organisée, presque scolaire, il a réalisé la fiche d'identité des personnages, il les a dessinés, et il a rédigé un plan, reprenant les étapes du schéma narratif de l'œuvre à venir. Pourtant, il élude les questions dessus, c'est encore secret, il n'en parle à personne, dit-il, même pas à son groupe skype, et il n'est pas satisfait de l'histoire dans laquelle « *il manque encore de l'aventure* ».

De manière générale, on note que dès qu'il y a publication, il y a régulièrement dans les commentaires des auto-évaluations insatisfaites, soulignant le désir de progresser.

Louise : « J'ai écrit une ou deux histoires, mais j'aime pas trop ce que j'ai écrit. »

Léa : « On filme avec le téléphone, mais c'est pas terrible. »

Zacharie : « C'est encore trop simple, il manque beaucoup de choses ».

Vanessa : « Il faudrait qu'on s'organise mieux, qu'on améliore les costumes ».

Les fanfictions constituent une piste de création, mais elles ouvrent aussi aux productions personnelles reprenant les thématiques ou l'imaginaire.

2.2.4. Une production hors média.

Un élève propose une réappropriation un peu différente, en sortant de l'espace des médias. Ainsi, Nathan, 13 ans, qui ne fréquente ni les réseaux sociaux, ni les forums, a créé un jeu de plateau. Celui-ci est né à partir de *Warhammer*, et trouve des sources d'inspiration dans la bibliothèque impériale, site dédié à cet univers.

Il explique ses conditions de création : « *Je m'amuse parfois à créer de vrais univers et des histoires quand je suis en permanence ou au CDI, quand je suis dehors, à la plage par exemple, je m'imagine cet univers mais quand je suis rentré, je prends une feuille et un crayon et je note.* » Il s'inspire de *Warhammer* mais essaie aussi de s'en

distancier dans sa création de personnages : « *On peut retrouver les mêmes mais il y en a d'autres qui sont supplémentaires.* » Il a réuni tous ses éléments dans un jeu de plateau : « *j'ai créé des cartes, j'ai créé un plateau, j'ai créé des règles de jeu, une histoire. On incarne des personnages vus de dessus. Je dessine à la main la carte, et quand on change d'endroit, je redessine cette même carte à la main. Quand les personnages touchent la limite, j'étends le monde.* » Ce jeu mesure « *une vingtaine de feuilles, actuellement* »

Nathan joue avec ses amis, particulièrement en fin d'année scolaire, mais n'a aucun projet de publication ou d'édition. Il préfère rester maître des règles. On peut imaginer également que cela lui donne un statut valorisant auprès de ses camarades.

En résumé, on peut établir que la participation des jeunes fans dans les dispositifs transmédias est effective, et qu'un nombre non négligeable d'entre eux -6- s'engage dans des projets créatifs d'envergure. Ces derniers y consacrent du temps et des efforts. Ils se fixent d'ailleurs dans la sphère de l'intime des objectifs souvent ambitieux, sur des projets à ce stade peu partagés et qui pour la plupart ne sont pas encore diffusés.

Dans ces activités de participation et de production, les jeunes fans se révèlent médiateurs, sans en avoir pleinement conscience. Ils font circuler des contenus en lien avec leur passion, dans lesquels ils investissent une force de conviction efficace. Ils sont donc des relais sûrs pour un pôle production qui s'emploie à stimuler ce type de participation.

Cependant, les fans créateurs recherchent une certaine émancipation dans la mesure où ils développent certaines compétences d'amateurs-experts. Il y a bien l'idée de s'ériger au rang de créateur reconnu dans l'écriture, le dessin, la vidéo. Lorsque cela nécessite des compétences techniques, les jeunes adolescents sont animés par le désir d'apprendre.

3- La construction d'une identité de fan.

Le troisième et dernier volet de notre étude portera sur l'identité du jeune fan en devenir. Après avoir défini ses pratiques de consommation tournées vers la circulation et l'extension, ainsi que ses capacités avérées de production et de participation, prenant des voies multiples, nous nous tournerons vers le mode d'être du jeune fan. En effet, être fan, c'est s'identifier, modifier ses conduites et entrer dans des pratiques de consommation culturelles afin de favoriser le sentiment de proximité et l'impression d'immersion. Nous nous intéresserons également à une fonction majeure de ces pratiques culturelles : créer du lien social en

développant un sentiment d'appartenance à des communautés. Celles-ci peuvent être réelles comme virtuelles.

3.1. Un engagement complet.

Le jeune fan se démarque du non-fan par un degré d'expertise avancé dans la maîtrise de l'univers qui le passionne. Pour cela, il y consacre du temps et mobilise des efforts.

3.1.1. Un niveau d'expertise reconnu.

Les jeunes fans, à force de fréquentation, disent se reconnaître et s'évaluer entre eux, en considérant des niveaux de hiérarchie. Cela implique de se démarquer par un certain degré d'expertise ou d'érudition. Tessa, 14 ans, lorsqu'elle veut absolument chercher une explication à une dédicace d'un épisode : « *je ne pouvais pas m'endormir sans savoir qui c'était* », se différencie du non-fan qui visionnerait les épisodes sans chercher à approfondir. Ses explications sur des détails contribuent à la valoriser auprès de ses camarades et à obtenir une reconnaissance dans le cercle des proches.

Dans le relationnel entre fans, des hiérarchies apparaissent. Ainsi, Lyna, 15 ans, affirme de Vanessa pour *Pretty little liars*: « *Vanessa, elle est vraiment fan* ». Elle signale plusieurs fois son avance dans le visionnage des épisodes ou les prises d'initiative pour des activités collectives. Lenny, 13 ans, évoque Eliot au sujet de *Minecraft* avec un peu d'amusement : « *c'est un maître dans l'art du jeu* ». Zacharie, 14 ans, dans son groupe skype tourné vers les mangas, fait référence avec respect au « *maître* » de la guilde, qui dirige les conversations et dont il ne donne pas le prénom. Il y a donc bien des leaders reconnus.

Enfin, les conventions sont des événements très attendus. Elles permettent de rencontrer la communauté de fans, ainsi que d'étendre ses connaissances. Eliot, ayant eu l'expérience de deux conventions à Paris, est ensuite celui qui initie ses amis collégiens à celle de Bordeaux. Il est respecté : il a préalablement concocté le programme.

3.1.2. Un investissement qui se mesure en temps et en effort.

Les jeunes fans consacrent régulièrement un volume horaire plutôt important dédié à leur passion. Les 6 jeunes fans de séries favorisent les pratiques compulsives : le visionnage est parfois repoussé afin d'enchaîner les épisodes. Quant aux autres objets de passion, ils sont tous fréquentés quotidiennement par leurs adeptes, 1 heure environ.

Angeline, 15 ans, qui suit *Pretty Little Liars*, privilégie « *les vacances, les jours fériés ou le week-end. On enchaîne rapidement les épisodes, j'essaie d'éviter la semaine* ». Lucie, 15 ans, lorsqu'elle fréquente les forums autour de *The walking dead*, se limite : « *j'évite d'y aller car j'y passe facilement deux heures. Je trouve ça trop intéressant de lire l'avis des autres, leurs idées.* » Dans les deux cas, on note une attraction quasi compulsive vers l'objet culturel. Zacharie, 14 ans, quant à lui rejoint son groupe de discussion manga presque tous les jours, après l'école, environ 1 heure. Eliot évalue à une heure par jour sa fréquentation de Minecraft, davantage le weekend. Nathan, presque tous les jours, consacre du temps à réfléchir à l'amélioration de son jeu... Ils sont prêts à investir des volumes horaires conséquents ainsi que des efforts cognitifs parfois importants, notamment en langue, comme le souligne Tessa, 14 ans, qui regarde assidument *The Walking dead* : « *Au début, je regardais en français, avec les sous-titres, mais j'ai avancé tellement vite que du coup, je regarde quand ça sort, en anglais* ». Lucie fait de même : « *Au début, c'est dérangeant, mais au final, on s'y habitue* ». L'impatience prend le dessus : il faut être parmi les premiers à visionner un épisode nouveau et pour cela dépasser l'obstacle immédiat de la langue.

3.2. Une identité construite dans le temps et évolutive.

3.2.1. Un suivi sur plusieurs années.

D'abord, l'attachement de nos jeunes fans au produit culturel est souvent ancien. La fréquentation de leur univers a souvent traversé le passage enfance – adolescence, assurant une connaissance fine et formant le goût de manière assez sûre. Les jeunes enquêtés situent sans aucune hésitation leur entrée dans cette passion, qui se compte en années :

Maëlle, 13 ans: Moi j'ai commencé en CP-CE1, donc pendant toutes ces années la personnalité change, c'est normal.

Louise, 13 ans : Vers le CM1, j'avais 10 ans à peu près.

Kilian, 13 ans : En CP je commençais à voir un peu les films. En CE1 j'ai essayé de lire le premier mais j'ai pas trop accroché et donc en CM1 CM2 j'ai commencé à tous les lire.

Zacharie, 13 ans : depuis le CE2 donc ça fait assez longtemps.

Maxence, 13 ans : j'ai découvert à 7 ans.

Vanessa, 15 ans : moi depuis la 6^{ème}. On grandit en même temps que la série, on s'attache aux personnages, à l'histoire, on n'a pas envie que ça finisse.

Lucie, 14 ans : depuis 2012, j'étais en CM2.

Notre échantillon est constitué de fans fidèles, engagés dans une relation de plusieurs années qui les nourrit, et qui devient une « histoire », dans le sens où il y a des temps forts, une évolution, des temps de pauses aussi. Vanessa a du recul sur ce passé qui la lie pour elle aux

personnages de la série : « *on grandit en même temps que la série* ». Ce sont des personnages-compagnons qui constituent des repères fixes, qu'ils abordent aussi avec leurs yeux qui mûrissent. On remarque que ces repères semblent passer le cap enfance – adolescence. Il n'y a nullement rejet, ou sentiment que la passion fait partie du monde de l'enfance, mais suivi.

3.2.2. L'initiation.

Dans 4 cas, l'initiation se fait dans le cadre familial, et le produit culturel se transmet de parent à enfant. A l'âge de l'émancipation, on constate que les enfants ne cherchent pas nécessairement à s'affranchir des goûts de leurs parents. Au contraire, un lien inter-générationnel est susceptible de se créer à partir de la fiction partagée.

C'est en particulier ce qui se passe pour *Harry Potter*. Kilian, 13 ans, a ainsi découvert les romans en suivant le modèle de sa mère : « *je connaissais depuis longtemps, ma mère elle les lisait* ». Maëlle, 13 ans, a quant à elle suivi son père : « *mon père il les a tous lus en anglais, il aime beaucoup* ». Elle s'inquiète également des réactions et avis de son père : il est lecteur du tome 9 qu'elle écrit, et la guide : « *Au début, je voulais faire un blog dessus, mon père il m'a déconseillé parce que sur un blog il faut tout le temps mettre de nouvelles choses alors que Harry Potter c'est tout fini.* » On peut deviner que *Harry Potter* alimente une certaine complicité père-fille, et que cette dernière accorde du crédit aux conseils et positions de son père. Tessa, 14 ans, lorsqu'elle évoque son entrée dans la série *The walking dead* s'est inspirée de sa mère :

« *Moi c'est ma mère qui regardait, elle était à la deuxième saison, mais mon frère et moi on voulait regarder, avec les morts-vivants, c'était trop bien. Et du coup maintenant, on regarde ensemble.* »

Ainsi, Eliot, 13 ans, a participé à plusieurs conventions autour du manga et du jeu vidéo. Son père joue un rôle majeur. Eliot évoque ici sa première convention, la Paris Manga, en 2015 : « *je me baladais sur youtube, j'ai vu une vidéo, ça avait l'air génial, mon frère aussi connaissait. On a demandé à notre père, il était d'accord, et on a été à Paris 2 jours avec lui.* » C'est ce même père qui l'emmène en mai 2017 au Bordeaux Geek Festival, avec trois de ses copains, et participe avec eux à un jeu de rôles.

D'après les propos des adolescents enquêtés, certains parents sont indifférents ou peu impliqués dans l'accompagnement de cette passion. Dans 7 cas, ils sont investis et trouvent là un centre d'intérêt commun qui permet de partager du temps, des conversations, voire des activités avec leur enfant.

Par ailleurs, plusieurs jeunes fans se situent au sein d'une famille de fans. Léa, 14 ans, fan de *The walking dead*, donne un exemple qui la fait sourire : « *ma tante, elle a appelé son chat Daril, Daril c'est son préféré dans la série.* » Lucie, 15 ans, évoque son oncle fan de la même série : « *mon oncle, il est tellement fan : il a acheté tous les livres, ils sont exposés dans la maison, il a des posters. Son seul but dans la vie, c'est de rencontrer les acteurs.* » Certains des jeunes enquêtés observent donc dans leur entourage ces pratiques de fans, qu'ils considèrent avec amusement, et dont ils commentent les excès. En même temps, ils y puisent des modèles et une légitimation de leur propre engagement.

3.2.3. Des jeunes fans médiateurs.

12 jeunes enquêtés sont actifs et contribuent à alimenter le public. Ils font connaître l'univers qui les passionne à des camarades ou à des membres de leur famille. Lyna, en parlant de Vanessa, affirme : « *c'est elle qui entraîne tout le monde* ». Lucie a parlé de sa série à de nombreuses amies et en a convaincu plusieurs de la suivre. Elle initie maintenant ses parents. Elle poste régulièrement sur les réseaux sociaux, « *si c'est intéressant* ». Nathan, 13 ans, a, par son jeu, fait découvrir *Warhammer* à d'autres camarades.

Certains ont pris l'initiative de thématiser leurs anniversaires autour de l'objet de culte, tout en ayant des invités non initiés. Pour Maëlle, 13 ans, cela s'est limité à des déguisements, à quelques objets – les baguettes magiques- pour évoquer Harry Potter. Vanessa, 15 ans, quant à elle, avait imaginé tout un scénario autour de *Pretty little liars* à l'occasion de son anniversaire.

« *Je disais à chaque fille quelle action elle devait faire en tant que A, dans la chambre il y avait le big boss A, c'était Sarah qui le jouait.* » Elle a dû cependant adapter les rôles : « *il y en a qui connaissaient pas la série, il y avait aussi des garçons qui regardaient pas, mais c'était drôle quand même.* »

Bien que le scénario n'ait pas été jugé pleinement satisfaisant, il a inspiré un jeu collectif, et a également contribué à faire connaître la série à des camarades.

3.2.4. Des fans nomades.

Les jeunes fans se disent tous très attachés au monde qui fait naître leur passion. Pour autant, ils s'intéressent en même temps à d'autres domaines et restent ouverts à d'autres propositions. Ainsi, Léa, 14 ans, privilégie l'imaginaire des morts-vivants, et par extension celui des survivants. Elle suit donc plusieurs séries à la fois. Les jeunes fans de *Pretty Little Liars* suivent les acteurs sur les réseaux sociaux et selon leurs suggestions s'intéressent ensuite aux

autres séries dans lesquelles ils jouent. Aussi, les amateurs par exemple de mangas ou de jeux vidéos entrent dans la culture geek, qui possède une force de diffusion assez puissante par les voies numériques et le succès des conventions. L'appétit de produits culturels est immense, et les stratégies voire compétences développées dans un cadre sont transférables dans d'autres.

3.3. Des jeunes fans désireux de s'identifier.

Dès lors qu'il s'agit d'un univers fictionnel construit, les jeunes fans manifestent un fort désir d'identification. Ils cherchent en effet à faire entrer la fiction dans leur vie.

3.3.1. Intégrer dans son environnement l'univers de fiction.

Avec des significations différentes, 11 de nos enquêtés font état de pratiques cherchant à faire entrer dans leur quotidien l'univers de fiction. Cela passe par des objets évocateurs, ou par un lien avec des acteurs via les réseaux sociaux.

6 jeunes fans cherchent à posséder des objets favorisant le jeu et leur donnant l'illusion de faire partie de la fiction. Ces objets trouvent place dans leur environnement quotidien qu'ils modifient et thématisent. Maëlle, 13 ans, décrit une de ses activités : « J'adore fabriquer des potions, des fioles Harry Potter. » Elle a ainsi l'impression de se transformer elle-même en apprentie-sorcière, et d'obtenir à la fin des produits qui restent sa propriété. Cela induit également des modes de consommation tournés vers des produits dérivés. Les jeunes fans éprouvent ainsi régulièrement de la frustration dans leurs perspectives d'achats. Zacharie, 14 ans, au Bordeaux Geek Festival, a dû renoncer à un masque : « *ce masque, je le voulais vraiment.* » Louise, 13 ans, s'est intéressée à de nombreux produits proposés : « *Il y avait des peluches, des coussins, des sacs, plein de trucs sympas. Moi j'ai pas beaucoup acheté parce que j'avais que 20 euros, j'ai acheté un ou deux trucs.* » On peut noter que le désir de gratuité a une incidence sur leur découverte des mangas, souvent par le biais des animés en accès libre, il n'en demeure pas moins qu'ils sont ouverts à une forte consommation d'objets dérivés, les rapprochant de l'univers qui les passionne. 3 amateurs de mangas sur 4 possèdent des costumes, leur permettant de participer à des cosplays. Ces costumes ont été achetés ou offerts, mais ils leur permettent de prendre véritablement part à leur univers fictionnel de prédilection. Le déguisement favorise l'identification et alimente une impression de proximité, d'autant que des camarades se prêtent au jeu.

Les amateurs de mangas éprouvent par ailleurs une certaine fascination pour le Japon en général, et étendent leur passion-manga à une passion-Japon. Ils ont ainsi un intérêt particulier pour la gastronomie japonaise. Zacharie, de passage à une convention, dit : « *j'ai aimé les*

restaurants avec de la nourriture japonaise : ça, je ne m'y attendais pas. » Louise a le même avis : *« les sushis, les moshis (bonbons), c'est amusant quand on voit ça pour rentrer dans l'univers. »* Il y a donc clairement volonté de modifier son environnement, voire ses habitudes, pour se sentir plus proche de l'univers de fiction. Cela est particulièrement net pour les mangas, suscitant un désir d'immersion dans la culture japonaise en général.

Quant aux personnages de séries, ils sont invités par le biais des acteurs à prendre part au cercle affectif du jeune fan. Leur présence, par le biais des réseaux sociaux, reste virtuelle, mais néanmoins bien posée. Vanessa, 15 ans, explique à sa manière ce jeu de superposition :

« En fait, au début, on aime le personnage, on est à fond sur le personnage, et du coup on dérive sur l'acteur qui joue le personnage et au fur et à mesure on apprend à le connaître, le personnage mais également l'acteur et on s'attache à eux et ça devient un tout en fait ».

Il y a donc assimilation personnage – acteur, ce qui mêle deux mondes, celui de la réalité et celui de la fiction. Cela justifie alors les adresses directes, notamment sur les réseaux sociaux, dont Vanessa est coutumière. L'univers affectif du quotidien accorde une place à ces voix devenues familières.

3.3.2. Adopter un langage, jouer des rôles.

Le fan se modèle et se conforme à ses personnages favoris de la fiction. Dans une série, le langage et les codes de communication sont un signe d'appartenance qu'il convient de maîtriser, jusqu'à éventuellement incarner totalement le personnage.

Angeline, 15 ans, explique ainsi comment les initiés à *Pretty Little Liars* se reconnaissent entre eux :

« Franchement s'il y a des gens qu'on côtoie pas dans la cour, et qui regardent Pretty Little Liars, on va vers elle et on parle de ça. Dès qu'il y a les prénoms, les petites choses de la série que nous on connaît. Comme « suis ta capuche, A, message secret. » Vanessa, 15 ans, poursuit : « On prend des photos, quand on voit la lettre A. C'est comme pour laisser une trace, comme un symbole. Ceux qui connaissent la série savent ça par cœur. »

Ces signes de reconnaissance contribuent à souder et à nourrir la communauté des fans. Ce sont des petits secrets partagés qui créent une complicité et excluent les non-initiés.

Très vite, cette appropriation d'un langage et des codes glisse vers un autre désir : celui d'incarner véritablement les personnages de la fiction. C'est ainsi que le groupe de jeunes

fans de *Pretty Little Liars* va plus loin dans son désir d'identification en « jouant » à être les personnages et en réinventant le scénario.

Lyna résume : « *Chacune, on a un personnage préféré, on aime bien trouver un préféré. C'est instinctif pour nous, comme ça on fait référence aux 4 filles.* » Vanessa explique : « *Moi, je suis Aria, elle Emilie, toi aussi, et elle Spencer. Chacune des filles a une référence à un personnage, et quand on se voit on se dit « toi, tu es Aria ».* Angeline enchaîne : « *on imagine des choses, ça va même dans certains délires (rires)* ». Vanessa, Lyna et Angeline mêlent alors leurs voix : « *On préfèrerait par exemple que ce personnage pourrait être avec ce personnage et pas tel autre. On refait pas le scénario, mais...Des fois on se dit...que si on était dedans, on se demande comment on le vivrait.* »

Il s'agit pour ces adolescentes d'un jeu, mais ce jeu est fondé sur une identification pérenne, ainsi que sur une connaissance sûre des personnages de la fiction.

On peut remarquer, dans le cas des séries, la force d'immersion assez efficace puisqu'il y a un désir d'incarner les personnages et de se projeter dans le scénario. On peut ainsi sentir un brouillage entre la fiction et la réalité, les deux mondes semblant reliés par une frontière poreuse. Lucie, 15 ans, se projette, comme dans *The walking dead*, dans une atmosphère post-apocalyptique :

« *Avec une copine qui regarde The walking dead on est plus à nous dire que nous on aimerait qu'il y ait une apocalypse, avec des zombies pour pouvoir voir si je me débrouillerais. En fait, ça, j'aimerais trop.* »

L'imaginaire des morts-vivants s'immisce alors dans des projections concernant le monde réel, permettant aussi de prolonger le temps de la série.

Eliot, 13 ans, quant à lui, a été ravi de participer à des jeux de rôle autour des imaginaires de jeu vidéo. Il insiste sur la consigne du maître de jeu : « *il nous a dit qu'il fallait vraiment incarner les personnages, il voulait qu'on fasse leur voix.* » Sa parfaite connaissance des univers convoqués lui a permis d'être immédiatement à l'aise.

3.4. Des loisirs culturels pour vivre des expériences immersives.

3.4.1. Événements et rencontres.

La demande d'immersion est suffisamment forte pour créer un appel vers une offre culturelle renouvelée et thématifiée. Événements ponctuels ou camps proposés sur un temps plus long : 7 de nos jeunes fans ont participé à des rencontres de ce type, et 14 sur 15 se disent très intéressés par celles à venir. On trouve dans les discours trois motivations principales mises

en avant : le plaisir du jeu, l'opportunité de rencontres, ainsi que l'approfondissement des connaissances.

Les propositions d'immersion sur un temps long faites par l'industrie du loisir ont retenu l'attention de Maëlle, 13 ans, qui cet été est inscrite dans une colonie *Harry Potter*. Elle s'en réjouit grandement. D'une part, car le programme lui paraît attractif : cours d'anglais et activités inspirées par Poudlard. D'autre part, pour le potentiel de rencontres que cela représente : « *Il va y avoir des cours d'anglais, mais aussi des jeux de rôle, des sorties...Ce que je voulais, surtout, c'était rencontrer d'autres fans.* » Maëlle souhaite donc vivre une expérience partagée, qui la projette dans son univers de fiction de manière immersive, et qui lui offre aussi la possibilité de partager son plaisir.

Aussi, les événements ponctuels, de type convention, rencontrent le plus vif intérêt de la part de nos enquêtés. Léa, particulièrement intéressée par l'imaginaire des morts vivants, participe depuis 2 ans à la zombie walk de Bordeaux, événement qui en 2016 a réuni plus de 2000 participants. Elle a intégré les équipes de maquillage, ateliers qui ont connu un franc succès. Pour elle, c'est un événement majeur : « *On est maquillé, déguisé. Les gens prennent des photos de nous comme ça.* » Le jeu du travestissement, impliquant costumes et maquillages, marque une volonté d'investir un personnage de fiction, et éventuellement de se le réapproprier.

Les conventions permettent aux fans de se reconnaître entre eux et ainsi de valoriser leur propre connaissance du milieu, mais aussi de s'initier à des nouveautés en matière de jeu vidéo, par exemple, ou encore de prendre connaissance d'extensions non accessibles par internet. A 13 ans, certains ne sont pas novices en la matière, c'est le cas d'Eliot :

« Moi c'était la première fois ici (à Bordeaux) mais j'étais déjà allé à Paris deux fois pour des conventions. /.../ A Paris, il y a la Paris manga, au début je voulais y aller, comme l'année dernière, mais là on peut pas, l'année prochaine peut-être. Il y a aussi la Japan expo et la Paris game street, c'est les plus grandes conventions. »

3.4.2. Des loisirs culturels à l'initiative de jeunes fans.

Il y a véritablement le désir de diffuser et partager une passion à travers des temps de loisirs dont l'initiative est prise par de jeunes fans. Louise, 13 ans, a par exemple créé au collège un atelier de dessin manga. Elle a obtenu l'autorisation à partir de mars 2017 d'utiliser la salle d'arts plastiques entre 13h et 14h, le jeudi, et d'accueillir un groupe d'élèves intéressés. « *On peut échanger, on peut voir les techniques des autres, pour progresser c'est bien.* » Le groupe de dessinateurs mangas se réunit avec enthousiasme. Nous avons assisté à deux séances à un mois d'intervalle, dans lesquelles transparaissent l'intérêt des jeunes fans, et se nouent des

conversations autour du manga. Le groupe se met d'accord sur un personnage à dessiner, que tous connaissent. Louise le dessine au tableau et tous les élèves la suivent dans ses traits. Ensuite, les participants comparent leurs esquisses, s'évaluent, améliorent. Les élèves les plus rapides peuvent aider les autres s'ils en manifestent le besoin ; des dessinateurs de la 6ème à la 4ème s'entraident.

Nathan, 13 ans, offre à ses camarades un temps de loisirs à partir d'un jeu de plateau qu'il a créé autour de *Warhammer*. Il s'en sert pour faire jouer ses camarades du collège, au CDI par exemple, en leur proposant un temps de jeu. Il tient à en garder la maîtrise : il a la main sur les règles, sur les explications, et il présente les évolutions. Nathan occupe alors une position dominante et fait autorité, d'autant qu'il est aussi initiateur à la complexité du monde *Warhammer*. Il se fait par là animateur et ambassadeur de sa passion.

3.5. Le fan au sein de communautés.

Pour tous les jeunes enquêtés, la notion de groupe accompagne la passion. Jamais elle n'est vécue seul : le partage vivifie et affirme le goût. Plusieurs cercles se dessinent, pouvant se recouper : les communautés virtuelles, celles se réunissant lors d'événements, et enfin les groupes de socialisation du quotidien.

3.5.1. Les communautés virtuelles.

Le terme de communauté prend l'un de ses sens dans les voies du numérique, par le biais de plateformes diverses. La fonction est pleinement maîtrisée par les adeptes de jeu vidéo. Ainsi, Maxence, 13 ans, lorsqu'il explique le fonctionnement de *Minecraft*, le prononce à 4 reprises. En effet, la communauté des joueurs est immédiatement perçue positivement : elle permet de faire équipe, elle apporte de l'aide, elle offre un retour intéressant. Pourtant, pour lui, il s'agit d'une communauté transparente, sans véritable visage. Lui-même, d'ailleurs, se sert de ses apports plus qu'il n'apporte de ressources.

Zacharie, 14 ans, est pleinement intégré à une communauté virtuelle, donnant lieu à un groupe de discussion sur le manga :

« Au départ dans le jeu vidéo, il y a un système qui permet de faire partie d'une guildes et j'ai regardé l'annonce qui disait de faire partie d'une guildes, je suis rentré dedans, et le maître de la guildes avait créé un groupe sur skype pour parler de tout ça. C'est plus des amis derrière un écran, c'est pas vraiment la vérité, c'est des amis sur skype »

Il rejoint ce groupe presque quotidiennement, après les cours. Zacharie a conscience du caractère virtuel de cette amitié. Cependant, l'investissement temps et la régularité de fréquentation révèle la dimension addictive de ce groupe. Y tenir sa place l'invite également à progresser dans sa connaissance des mangas, puisque les conversations poussent à délivrer des conseils de lecture, donner ses avis, émettre des hypothèses.

3.5.2. Les communautés à l'occasion d'événements.

Les conventions induisent des rencontres de fans qui ont pour fonction de faire naître un fort sentiment d'appartenance à une communauté. Au départ, il s'agit d'un fonctionnement par petit groupe de 3 ou 4, parmi lesquels se distingue un leader. Parmi nos jeunes enquêtés, trois groupes ont participé au Bordeaux Geek Festival, se déroulant sur trois jours fin mai. Cette sortie soude les jeunes concernés car elle exige une certaine préparation. Pour chacun, il y a un leader, qui a pris l'initiative de proposer à d'autres et dont la famille assure le transport. Il s'agit de Louise, Eliot et Zacharie qui impulsent le mouvement. De plus, tous ont au préalable réfléchi à leur costume et se sont préparés en groupe : « *ça faisait deux ans qu'on attendait ça, alors on a eu le temps* », s'amuse Louise.

A une plus large échelle, ce petit groupe préparé va trouver sa place au sein d'un plus grand : le public de la convention, en l'occurrence celui du Bordeaux Geek Festival. Il s'agit de s'assurer que l'on possède bien les codes de la culture geek. Louise s'est rassurée sur ce point-là : « *en général, je reconnais tout le monde. Sauf pour certains jeux vidéo* ».

3.5.3. Les groupes de socialisation du quotidien.

Tous les jeunes fans auprès desquels nous avons enquêté partagent leur passion avec un ami ou un groupe d'amis proches. Les goûts culturels donnent lieu à des échanges qui ont essentiellement une fonction socialisante. Pour obtenir une place dans un cercle de conversation, il s'agit de connaître son sujet.

Ainsi, Zacharie, 14 ans, fait part de son initiation aux mangas :

« Au départ j'avais des copains qui lisaient un manga qui s'appelle Fairy Tail, du coup je voulais pouvoir parler de ça avec eux et j'ai commencé à lire des livres. »

Sa motivation première est claire : ne pas être mis à l'écart, être au fait du sujet de conversation, partager des goûts. Intégrer la culture manga a d'abord été lié à la sociabilité qui l'accompagne : on intègre potentiellement, en même temps, un réseau d'amis.

Pour les fans de séries, leur passion est un sujet de conversation quotidien. Vanessa, 15 ans, avoue, dans un sourire complice à ses camarades de 3ème : « *Oh, on en parle, on en parle*

beaucoup. » Tessa, en 4ème, le reconnaît : « *on en parle beaucoup, presque tous les jours.* » Autour de la série, se greffent des conversations : l'échange d'informations issues de la lecture d'interviews ou autres, mais également des déroulé de scénarios. L'imaginaire est ainsi stimulé par les interactions : « *on imagine des choses, ça va même dans certains délires* » avoue Angeline, 15 ans, en riant. Maëlle, 13 ans, insiste sur le ciment que constitue la thématique Harry Potter pour souder un groupe.

« Avec Emma quand on s'est rencontrées c'est grâce à Harry Potter, donc j'espère me faire plus d'amis comme moi fans d'Harry Potter comme ça on aura plus de points en commun. Parce qu'au début de l'année ou en 6^{ème} c'était mon premier critère : fan d'Harry Potter. Bon maintenant, je m'en fiche. »

Elle a donc l'idée d'un filtrage par les goûts culturels, qui font naître à son avis des liens solides en amitié.

Enfin, on peut retenir que l'immersion dans l'univers de fiction est fortement recherchée par les jeunes fans, qui se tournent vers une consommation non seulement de produits dérivés, mais de loisirs culturels qui contribuent à étendre encore les horizons de leur univers. On peut noter que si les voies du numérique sont fortement valorisées, il existe une véritable volonté de se relier à un groupe, voire, plus largement, à une communauté. La fonction socialisante des goûts culturels apparaît en effet nettement. Ceux-ci nourrissent des conversations, alimentent des dialogues jugés riches dans le cercle quotidien. Au-delà, il y a sentiment d'appartenance à une communauté de fans plus lointaine, mais formant un groupe avec lequel on peut partager des événements, autant de temps forts qui vivifient la culture fan.

Pour conclure, ces résultats soulignent que les jeunes fans s'emparent de l'offre culturelle déclinée en version transmédia et adhèrent aux possibilités offertes par les interactions. Se dessine également une orientation beaucoup plus active. En effet, les jeunes fans sont demandeurs de « faire » et ils prennent des initiatives en ce sens : intervenir dans des débats, dessiner, jouer des scènes, imaginer des fanfictions... Les marques d'investissement et de réappropriation se lisent régulièrement. Dans l'ensemble, cette adhésion sert l'industrie culturelle, car les jeunes fans sont des médiateurs investis, et leurs productions viennent étendre l'univers fictionnel. Par ailleurs, être fan dans le domaine culturel exige un engagement entier, et fournit une clef d'accès à des cercles de socialisation tant dans le quotidien qu'à échelle plus large.

Quatrième partie : Discussion et implications professionnelles.

1- Discussion.

L'étude que nous avons conduite porte sur des jeunes fans à l'âge de l'adolescence. Elle nous a permis, à travers les entretiens de recherche menés auprès de 15 jeunes âgés de 13 à 15 ans, de mieux connaître leurs pratiques dans des dispositifs transmédiés, ainsi que d'ouvrir une fenêtre sur leur identité de fans. Trois insuffisances apparaissent toutefois au terme de notre étude.

D'abord, ces jeunes adolescents sont engagés dans des pratiques culturelles variées, s'intégrant à des dispositifs que nous n'avons pu explorer dans leur intégralité. Nous en sommes souvent restés à ce qu'ils nous ont décrit, à leurs choix personnels. Peu disposent d'une vue d'ensemble sur la globalité de la toile transmédia tissée autour d'un produit. Ainsi, notre appréciation de leur degré d'implication reste approximative étant donné que nous ne l'inscrivons pas nettement dans une construction d'ensemble. Les adolescents ne distinguent pas toujours les directions impulsées par la production et celles impulsées par d'autres fans, le cadre reste à leurs yeux quelque peu opaque, seul le résultat en termes de satisfaction personnelle a de l'importance pour eux.

Par ailleurs, il serait intéressant, au-delà de l'enquête qualitative basée uniquement sur l'échange verbal, d'avoir un regard plus fin sur les productions des enquêtés. Une observation directe paraîtrait adaptée pour prendre la mesure de certaines formes d'engagement. Ainsi, suivre leur itinéraire dans une convention pourrait apporter des éléments éclairants. De plus, au vu des nombreux élèves producteurs de contenus et créateurs, il aurait été enrichissant de consulter leurs productions, qu'il s'agisse de commentaires en forums, ou de contenus créatifs de type vidéo. Cela ne s'obtient pas aisément car il y a de leur côté une certaine pudeur à dévoiler des créations personnelles dont ils restent insatisfaits, il aurait probablement fallu procéder en plusieurs temps.

Enfin, bien que nous en ayons eu assez tôt le projet, il a été difficile de conduire une évaluation de leur degré de conscience de la dimension marketing des dispositifs. Quelques signes apparaissent parfois, mais le type de questions engagées les invite rapidement à se sentir jugés, et a pour effet, en leur renvoyant une image négative d'eux-mêmes, de rompre le lien de confiance avec l'enquêteur, c'est-à-dire moi-même. Aussi, ils ont tendance – car c'est un sujet auquel ils sont sensibilisés – à glisser vers des problématiques d'addiction, sans

percevoir d'eux-mêmes les causes. Il faut tout de même mettre en avant leur jeune âge, et pour beaucoup leurs pratiques de fans somme toute mesurées.

1.1. De jeunes fans engagés et actifs dans l'exploration d'un monde.

L'attachement des jeunes fans enquêtés à l'univers de fiction qui les passionne est significatif, ils adoptent une démarche d'exploration engagée dans le temps et exploitant les ressources de médias complémentaires. Ils manifestent une certaine aisance dans ces pratiques et une grande ouverture aux apports divers. Cela correspond au désir d'accéder à une « compréhension augmentée » (M. Bourdaa, 2013), qui ne se satisfait pas d'un simple mode de réception (lecture ou visionnage). Le jeune fan cerne en effet ses propres failles et cherche à ne rien laisser s'échapper : il est conduit par l'ambition de connaître un monde, et pas seulement une fraction, et par celle d'en maîtriser le sens.

On retrouve ainsi dans nos résultats la capacité, soulignée par D. Peyron (2013) à manier des supports divers, incluant le numérique, mais également des médias plus traditionnels. Dans cette fréquentation assidue, ils parviennent à un certain niveau d'érudition (P. Le Guern, 2009), qui va marquer une frontière entre le fan et le non-fan. Nos jeunes enquêtés investissent du temps, ainsi que parfois des stratégies de recherche pour étendre leur vision de l'univers ou rechercher un éclairage plus complet. Dans leur mode de réception, on remarque l'attention aux détails (D. Peyron, 2013), caractéristique d'une attitude de fan, qui alimente les discussions et leur permet de participer à des débats.

Le portrait que nous en avons peint correspond donc assez bien au portrait dressé par les études empiriques, portant souvent sur un public plus âgé.

1.2. Des jeunes fans participatifs, entrés dans la « culture de la convergence » (H. Jenkins, 1998).

Lorsque H. Jenkins (1998) pose le concept, il se propose de le définir ainsi : « La convergence culturelle décrit les nouvelles façons par lesquelles les récepteurs sont liés au contenu médiatique, leurs compétences grandissantes pour décoder les médias, et leur désir de culture participative ».

Nous avons vu ci-dessus qu'il existe tôt des activités sur plusieurs médias. Nos résultats montrent que le jeune public, conformément aux études de fans, entre volontiers dans des activités participatives. Nous avons mis en avant plusieurs modes de participation : la formulation d'avis, de réactions ; la participation à des débats interprétatifs sur forum ; la

création. Cela fait écho en grande partie aux distinctions proposées par M. Bourdaa (2015), qui souligne par là-même la création de lien social ainsi induite, notamment par le biais des réseaux sociaux, ainsi qu'une fonction qu'ils s'assignent : celle de médiateur culturel. Ils font en effet connaître le produit culturel à d'autres, le valorisent par des moyens divers. On peut alors suivre E. Maigret (2006) lorsqu'il affirme : « le terme public s'affaiblit au profit de communauté participative ». On peut donc chercher à percevoir « les passerelles entre les médias, les producteurs, les usagers ». Les jeunes fans sont constamment amenés à consulter leurs pairs ou à collaborer avec eux de manière à progresser dans leur connaissance du monde ou dans leurs compétences. Les plateformes numériques fréquentées le facilitent, et au-delà, chacun semble avoir clairement conscience de ce qu'il a à gagner en adoptant ce type de fonctionnement. Un mouvement « bottom up » dessiné par A. Gallarino (2013), noue bien le pôle réception au pôle production. Les jeunes adolescents sont présents, actifs, réactifs et créatifs. Ils répondent assez bien à l'injonction « *Donnez à l'utilisateur quelque chose à faire* » (M-L Ryan, 2017). Dès lors que l'industrie culturelle lance cette logique, ils adhèrent assez aisément et agissent en fonction des demandes implicites. Les joueurs de jeu vidéo sont très habitués à rentrer dans ce type d'interaction, qui s'étend aux fans de séries, par exemple, vite guidés par les réseaux sociaux.

Il faut également souligner que dans les projets de production, nos jeunes enquêtés développent des compétences sûres dans certains domaines. Il en est ainsi de ceux travaillant sur des vidéos, mettant en jeu des qualités dans le domaine du jeu scénique, du maquillage, de la scénarisation, de tournage, de montage. On peut donc mettre en avant le « lien entre professionnel amateur et expert » (S. Octobre, 2014), qui ne manque pas de s'esquisser déjà. En effet, les jeunes créateurs se montrent très libérés dans leurs approches et ils puisent là des sources d'inspiration variées. Il est aussi remarquable qu'une partie d'entre eux soit animée par un projet de création déjà lancé, révélant deux points. D'abord, ils sont tout à fait ouverts pour dégager du temps et s'engager pleinement dans des activités associées ; ensuite, ils font appel à leur imagination et éprouvent à la réception un plaisir qui devient complet s'il est prolongé par la création. Les productions, à 13 ou 15 ans, sont encore balbutiantes : récits esquissés, scènes filmées, jeux personnels en germe...mais les jeunes fans sont ambitieux dans leurs créations à venir, et se projettent volontiers dans des pratiques professionnelles.

Par ailleurs, un des résultats de notre étude qui a été encore peu mis en avant est l'intérêt émis pour les productions de fans, pleinement intégrées à la consommation culturelle. Plusieurs des formulations font nettement apparaître l'admiration ou l'intérêt vivace pour les productions de pairs. Celles-ci peuvent servir d'appui à une meilleure compréhension. Cependant, cela ne

s'arrête pas là : d'autres peuvent en effet venir enrichir la fiction elle-même, auquel cas elles suscitent l'intérêt de certains jeunes fans qui consultent ces productions, et y sont ouverts dès lors qu'elles font naître leur intérêt ou leur amusement. S'ancre donc petit à petit un jugement valorisant à l'égard des productions amateurs et donnent lieu à l'exploration de plateformes spécifiques.

Un autre résultat de notre étude qui peut être souligné, consiste en l'existence de réalisations personnelles ne sollicitant aucun média. Un de nos jeunes enquêtés a créé un jeu de plateau, avec des cartes confectionnées manuellement. Le numérique n'efface donc nullement des pratiques plus traditionnelles que les jeunes enquêtés ont plaisir à mener, mais déjà dans la stimulation d'un usage collectif.

1.3. Des goûts culturels au centre de la socialisation.

Les goûts culturels méritent d'être partagés et ne sont pas vécus seulement, pour nos jeunes fans, dans la sphère de l'intime. S'il y a bien conscience des apports de la collaboration dans la réception ou la conception de ressources, il y a également volonté de se relier à d'autres fans par divers moyens. On retient plusieurs cercles de socialisation.

D'abord, le cercle du quotidien, à l'échelle des amis et/ou de la famille. Le rapprochement des goûts, les confrontations d'opinion, les formulations d'hypothèses sont autant de ciments permettant de consolider un lien avec les amis. Au-delà de la conversation, qui trouve là un sujet quotidien de discussion à en croire les jeunes adolescents, le jeu peut aussi unifier le groupe : jeu en ligne -faire équipe, devenir adversaire – mais aussi le jeu d'acteurs. S. Octobre (2014) invite à considérer « les fonctions socialisatrices du loisir par les jeunes », et la première étape constitue les échanges verbaux, débouchant parfois sur des activités de moindre échelle, essentiellement récréatives. On remarque dans notre enquête que 6 adolescents partagent leur passion avec leur famille : ils ont été initiés, sont encouragés, échangent des impressions ou partagent des événements entre parents et enfants.

Ensuite, les amis sans visage, ceux du virtuel. Ils répondent par tchat, sous forme de posts, sont présents pour des conversations en visioconférence, peuvent même prêter main forte pour un jeu...Mais ils restent à distance. Nos jeunes enquêtés en ont conscience et les différencient des « vrais » amis.

Ensuite, la communauté élargie, donnant lieu à des rencontres via internet, ou réelles lors d'événements organisés. Les conventions ou autres réunions, qui sont autant de loisirs très courus par les jeunes fans, permettent de nourrir un fort sentiment d'appartenance. On

retrouve alors les conclusions de J. Nouhet (2005) : « De Tokyo à Paris, en passant par Washington, Bologne, Rennes ou Nancy, chaque année, des millions de fans célèbrent dans ces rencontres festives leur passion pour les mangas ou les jeux vidéo, avec le sentiment d'appartenir ainsi à une génération sans frontière ». Les jeunes fans ont connaissance de ces conventions, cherchent à y participer et s'intéressent aux autres formes de réunions. Ils sont au fait de l'actualité du calendrier. Ils les vivent également comme des étapes leur permettant de progresser et d'enrichir leur propre appréhension de leur passion. Il faut signaler que les goûts mêmes des jeunes adolescents révèlent qu'ils sont largement tournés vers la culture internationale en matière de produits culturels, à dominantes anglo-saxons et japonais. S. Octobre et V. Cicchelli (2017) s'intéressent aux « imaginaires du monde » des jeunes et analysent leur « cosmopolitisme esthétique-culturel ». On retrouve cette direction dans les goûts de nos enquêtés, qui adhèrent pleinement à la globalisation portée par la culture geek (D. Peyron, 2013).

1.4. Un public manipulé ou libre de ses choix ? Pratiques consuméristes associées.

A. Gallarino (2015) montre que le transmédia, en évoluant, est devenu « une sorte de concept trop peu étanche perdant une part de sa spécificité et surtout offrant un plus large spectre d'application aux marques et agences de communication. » Nous avons bien perçu les multiples voies d'extension du monde expérimentées par les jeunes fans, enclenchant également des pratiques consuméristes. Celles-ci sont quelque peu bridées, pour nos jeunes enquêtés qui ne gèrent pas directement leur propre budget. Elles entrent pourtant bien dans un système dénoncé par de nombreux chercheurs, par exemple G. Long (2017) qui montre bien comment le transmédia participe d'une logique à vocation commerciale. Les dispositifs transmédiatiques tissent autour du public perçu comme des consommateurs potentiels des toiles qui sont également des pièges. Au-delà de l'attraction pour les produits dérivés, ou pour les sorties donnant lieu à achat, il y a une adhésion complète pour participer à tout type d'événements immersifs, même lorsque ces derniers engagent des dépenses importantes. Le succès des cosplays auprès de nos enquêtés en témoigne largement : les costumes, maquillages font appel à des fonds personnels importants, et accueillent des stands qui impulsent de nouveaux projets d'achat longuement mûris et savamment pesés pour faire l'objet de cadeaux futurs.

Par ailleurs, la propre créativité des jeunes fans, dès lors qu'elle donne lieu à des productions diffusées, sert aussi, même à petite échelle, la notoriété d'un produit culturel. Ils entrent ainsi dans le rôle de médiateurs, ce dont ils n'affichent nullement la conscience : M. Martin (2011)

le souligne : « l'exemple de Lost montre bien /.../ comment enfin les consommateurs peuvent être assujettis quand ils pensent être inventifs et comment ils se libèrent par la participation à une pure campagne de marketing. » En effet, certains de nos jeunes fans diffusent semble-t-il grâce à leur conviction et aux moyens mis en œuvre une véritable publicité pour les fictions qu'ils affectionnent. Instrumentalisés, ils participent à l'extension du public tout en s'en réjouissant, car leur cercle de diffusion est souvent leur entourage et ils gagnent des interlocuteurs et des partenaires d'échanges.

C'est d'ailleurs là que l'on peut voir une forme de liberté réaffirmée du jeune fan. Dans la mesure où son cercle de socialisation premier est souvent constitué de ses amis de collège, il développe également des activités avec eux qui s'affranchissent quelque peu des suggestions de l'industrie culturelle. Les formes de réappropriation relèvent alors du braconnage évoqué par M. de Certeau (1980) : d'une part, ils peuvent avoir des initiatives assez originales, par exemple le club manga, d'autre part, ils peuvent s'en servir pour des créations personnelles qui s'inspirent d'un imaginaire ou d'un genre, tout en s'en écartant.

Finalement, nous retenons de notre étude les résultats suivants, qui viennent infléchir les apports préalables de la recherche :

- Les jeunes adolescents construisent assez tôt leur identité de fan autour d'un produit culturel. Celle-ci est valorisée et constitue le ciment d'un lien social fort à l'échelle du cercle d'amis proches, mais également des communautés pour lesquelles ils éprouvent rapidement un sentiment d'appartenance.
- Les jeunes fans sont pleinement investis dans les dispositifs transmédias, ils développent des compétences dans la circulation entre médias, mais leurs activités de fans ne s'expriment pas toutes par les voies du numérique. Ils sont demandeurs de loisirs culturels ouverts sur l'objet choisi, et peuvent en être à l'initiative. Leur participation sous des formes diverses est réelle.

2- Implications professionnelles.

Deux pôles méritent d'être examinés. D'abord, du point de vue des pratiques professionnelles, des exploitations pédagogiques ont vu le jour. Ensuite, il convient de s'interroger sur le volet éducatif, le transmédia étant pour l'instant peu intégré à l'EMI.

2.1. Nouvelles écritures : les narrations transmédias.

Pour qu'une histoire devienne transmédia, il faut partir d'un récit qui va se déployer en arcs narratifs éclatés créant un univers. Ceux-ci évoluent à travers des médias complémentaires et des plateformes variées. Le public est invité à vivre une expérience immersive par un jeu d'interactions, voire à participer en devenant créateur. Après avoir fait le point sur ce qui est déjà exploité dans les classes, nous suggérerons quelques pistes d'approfondissement.

Dans la production d'écrits, plusieurs de ces démarches sont ancrées dans les pratiques. Partir d'un récit-noyau en le faisant évoluer fait partie des pistes d'écriture présentes dans les programmes de français des cycles 3 et 4 sous les formes suivantes :

- des transpositions : on invite des élèves à changer de genre, de cadre, d'époque...
- des changements de registre : du comique au tragique ; parodie ;
- des écritures de suites, éventuellement en épisodes ;
- des changements de point de vue en adoptant notamment celui de personnages secondaires ;
- des retours dans le passé ou des projections dans le futur.

L'imagination des élèves est stimulée, ainsi que leur capacité à entrer dans une lecture qu'il faut d'abord s'approprier et à partir de laquelle ils sont invités à créer.

De plus, la publication et les formes d'écriture associées ont depuis quelques années largement tiré parti des médias mis à disposition. Les classes peuvent écrire sur des blogs, s'exprimer sur les réseaux sociaux – pages Facebook d'un personnage de fiction, par exemple, ou fil Twitter d'un voyageur –, mettre en voix et podcaster des productions audio, ou encore filmer des vidéos. Les médias scolaires se diversifient et ouvrent la voie à des productions hybrides, par exemple le webdocumentaire. Des pratiques plus abouties incluent la réalité augmentée, à l'aide de QR codes facilitant la circulation entre les différentes productions médiatiques. Dans ces architectures de plus vaste ampleur, le principe de coopération est pleinement intégré. Chacun participe apporte sa pièce à un puzzle, et toute création n'a de sens que dans un ensemble. Les jeux d'interdépendances imposent des capacités d'adaptation constantes.

Quant aux interactions entre les pôles création et réception, elles sont favorisées par la publication via des blogs ou à l'échelle de la classe via l'ENT. Les élèves lecteurs sont invités

à réagir, à commenter, à s'exprimer. Les impressions s'échangent et donnent lieu à des argumentations plus ou moins poussées.

Enfin, la construction des connaissances et compétences tend à s'appuyer sur des dispositifs pédagogiques inspirés de procédés transmédiés. Les élèves, dès lors que l'on combine plusieurs supports complémentaires, trouvent un mode de circulation qui leur permet de découvrir sous plusieurs aspects un objet d'étude particulier. Aussi, la « gamification » de l'enseignement constitue un axe d'innovation pédagogique. Elle participe de l'immersion des élèves en les rendant acteurs dans leur apprentissage. Des *serious games* sont ainsi proposés pour compléter un cours en l'enrichissant d'une fiction interactive, par exemple en histoire. On trouve des propositions concernant le Moyen-Age, ou la première guerre mondiale, dans lesquels l'élève-joueur s'identifie à un personnage, formule des choix, est confronté à des événements. Le documentaire *Apocalypse*, par exemple, donne lieu à un jeu¹⁹ dans lequel le participant est invité à produire des scénarios.

Toutes ces entrées, intégrées à la pédagogie de manière inégale en France, font vivre aux élèves des expériences participatives. On y retrouve le principe de circulation – forage posé par Jenkins comme fondateur. Les élèves disposent d'une offre médiatique étendue pour entrer dans un monde et ils peuvent approfondir un aspect. Dans cette perspective, on se place dans une approche de type constructiviste dans laquelle l'élève, à travers des activités engageantes, développe des compétences dans divers domaines.

En revanche, la mise en place d'une cohérence globale reste souvent à mettre en place, ainsi que le contrôle d'une plateforme de publication valorisant toutes les ressources produites. Il s'agirait alors d'avoir une vision des extensions créées et de leur arborescence générale afin de proposer aux lecteurs des parcours personnalisés. Aussi, la gestion des interactions pourrait amener à un degré de participation plus élevé, impulsant de nouvelles créations.

Il est également possible de s'inspirer des productions transmédiés réalisées dans le domaine de la culture. On peut modestement adapter des idées, par exemple partir d'un documentaire pour créer une BD interactive prenant pour héros un personnage de second plan. C'est le cas du *Dernier Gaulois*, documentaire donnant lieu à une extension transmédia²⁰. A plus grande échelle, le jeu documentaire transmédia *Fort McMoney*, initié par le journaliste et réalisateur David Dufrêne permet de réfléchir sur les conflits entre l'économie et l'écologie dans une ville dédiée au pétrole. Il a connu un véritable engouement du public, pour son rythme, la qualité des enjeux scientifiques et économiques posés et l'arborescence très ouverte. On

¹⁹ <http://www.apocalypse-10destins.com/#>

²⁰ <http://lederniergaulois.nouvelles-ecritures.francetv.fr/>

pourrait alors proposer de scénariser des projets de ce type, intégrant des connaissances précises et des développements à choix multiples.

Certains projets exploitent ces pistes. Ainsi, au Québec, des enseignantes ont proposé une écriture relais impliquant plus de 90 classes à l'international réparties en équipes. Les récits écrits par étapes donnent lieu à des petites vidéos, et des liens sont tissés entre les classes via les réseaux sociaux. Un site web²¹ donne une unité aux publications. En France, à Bordeaux, le laboratoire MICA développe un projet transmédia de diffusion culturelle autour de la figure d'Aliénor d'Aquitaine²². Il est destiné à être diffusé dans les classes et se déploiera via un site, une application, les réseaux sociaux et des événements réels. Des personnages historiques se mêlent à des personnages fictifs, le public a la main sur son propre parcours dans lequel il choisit les points de vue qu'il souhaite suivre.

2.2. Pour une éducation au transmédia.

Dans le cadre de l'éducation aux médias, il serait peut-être intéressant d'accorder une vraie place à la question du transmédia. Beaucoup d'élèves sont en effet de jeunes fans investis, et constituent une cible marketing de tout premier ordre pour les industries culturelles. Plusieurs signalent leur intérêt pour un univers de fiction dont ils sont fans, et s'intègrent à des communautés qui vont alimenter leur désir de consommation, allant des objets dérivés aux jeux, et incluant désormais des loisirs culturels parfois coûteux.

Cependant, il ne serait pas inutile de développer le regard critique de ces adolescents sur des dispositifs dans lesquels ils sont particulièrement investis et qui font naître parfois des pratiques addictives. Le but est de les conduire à devenir des consommateurs éclairés. Plusieurs entrées sont envisageables pour servir ce dessein.

D'abord, il peut être fructueux de décrypter la stratégie transmédia déployée autour d'un produit culturel phare. Un des exemples les plus frappants est probablement la franchise *Harry Potter*. Les jeunes fans y apprendraient par exemple toutes les formes de contrôle, voire de verrouillage, exercées par la production à l'encontre de ses fans, ainsi que les stratégies de développement coercitifs et extrêmement lucratifs de la marque. J.K. Rowling s'est imposée dans de multiples interventions destinées à garder le contrôle sur ses fictions et leurs dérivés. Décrypter un système transmédia peut permettre d'acquérir une distance critique face à la toute-puissance des industries culturelles et de s'en prémunir.

²¹ <https://animehistoire.jimdo.com/>

²² <http://lesvoiesdalienor.org/>

Ainsi, il s'agit d'armer les consciences dans un système d'interactions où la participation du public est stimulée, mais également exploitée. Ainsi, des images produites peuvent avoir pour fonction d'assurer la promotion d'un produit. Ce qui est perçu comme un jeu ou un défi donne lieu à une exploitation de nature commerciale. L'éducation aux médias peut permettre de donner aux industries culturelles une part plus modérée de soi.

Aussi, aborder à travers les goûts culturels la problématique du traçage des données dans le cadre du big data s'impose comme un axe éducatif pertinent. Le système de notifications et le maillage englobant information et marketing mérite d'être éclairci auprès des élèves. S'ils ont parfois l'impression d'être libres et acteurs dans leurs choix culturels, ils doivent garder en tête que leurs données sont sans cesse analysées et que des offres personnalisées leur parviennent, associant leurs goûts à des produits et d'éventuels achats.

Enfin, il est important pour de jeunes élèves de garder une certaine distance par rapport aux effets immersifs des dispositifs transmédias, qui peuvent être poussés assez loin. Lorsque naît un sentiment d'appartenance fort à une communauté et que les sources de sollicitation se multiplient, notamment par la voie des réseaux sociaux, la collusion vie réelle – vie fictive peut être déséquilibrée. Par exemple, on pourrait gagner, avec de jeunes fans de séries, à adopter un point de vue analytique sur les comptes instagram des acteurs. On pourrait montrer comment ils participent d'une illusion de proximité et comment ils assurent en même temps la promotion de leur série en jouant sur l'affectif.

Conclusion.

Notre étude, modeste, met en lumière plusieurs points. Le transmédia storytelling, en impulsant du côté des industries culturelles des stratégies de diffusion et de communication éclatées, a repositionné le public de consommateur à acteur. Le public adolescent auprès duquel nous avons mené notre enquête semble bien adhérer à la possibilité de s'exprimer et aux incitations à créer. La fanfiction trouve en eux un terreau fertile et prometteur. De plus, leurs goûts culturels sont fondateurs d'une identité sociale et sont la clef de communautés diverses auxquelles ils s'attachent et qu'ils contribuent à faire vivre.

George Lucas affirme que, même s'il a créé la saga *Star Wars*, « elle appartient désormais aux fans ». Le réalisateur se départit donc du sentiment de propriété de son œuvre pour appeler le public à s'en emparer. Pourtant, quel sens donner à une telle proposition ? Si la recherche érige régulièrement tel ou tel dispositif en « modèle » du transmédia, aucun n'a véritablement réussi à s'imposer. C'était le cas de *Matrix*, dont la complexité de déploiement est restée assez unique. Les questions en suspens restent nombreuses : comment tirer parti de la culture collaborative entre les pôles production et réception ? Selon quelles configurations le public articule-t-il les propositions des fans et celle des industries culturelles ? Des réponses ponctuelles sont données, toujours réadaptées et laissant entendre qu'il n'y aura pas de maquette unique d'une architecture transmédia. Les concepteurs eux-mêmes sont amenés à être inventifs pour un label aujourd'hui galvaudé mais qu'il faut sans cesse redessiner. A mesure que le mot transmédia se désolidarise du storytelling, il investit des domaines très divers – le marketing, le design, l'information, l'éducation... Son avenir est lié à celui des médias numériques, ainsi qu'à celui des pratiques du public, relevant parfois de l'amateurisme expert. La place importante accordée aux univers imaginaires et le désir d'ouvrir les frontières entre monde réel et fiction seront également déterminants.

Du point de vue des études de fans, il serait particulièrement intéressant d'envisager les appétits de production des jeunes fans sur le long terme : comment évolueront les projets de création des adolescents entrés jeunes dans le fanart ou la fanfiction ? Deviendront-ils de jeunes adultes pleinement investis dans la conception ?

Il paraît également porteur de suivre le déploiement de logiques transmédiatiques dans d'autres domaines que la fiction, en particulier dans les démarches pédagogiques, du côté de la transmission culturelle ou de l'éducation. En effet, la culture de la collaboration et les logiques immersives ne manqueront pas d'orienter nombre de démarches innovantes.

Bibliographie

Aïm Olivier (2013), « Le transmédia comme remédiation de la théorie du récit », *Terminal* [En ligne] 112 | 2013, URL : <http://terminal.revues.org/558>

Bourdaa Mélanie (2012), « Taking a break from all your worries : Battlestar Galactica et les nouvelles pratiques télévisuelles des fans », *Questions de communication* [En ligne], 22 | 2012, URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/6917>

Bourdaa Mélanie (2012), *Le Transmedia Storytelling : entre narration augmentée et logiques immersives*, [En ligne] <http://www.inaglobal.fr/numerique/article/le-transmedia-entre-narration-augmentee-et-logiques-immersives?tq=7>

Bourdaa Mélanie (2013), « Les fans studies en question : perspectives et enjeux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 7 | 2015, URL : <http://rfsic.revues.org/1644>

Bourdaa Mélanie (2013), « Le transmedia storytelling », *Terminal* [En ligne], 112 | 2013, URL : <http://terminal.revues.org/447>

Bourdaa Mélanie, Chollet Mona (2014), « Sous-titrage en séries », *Le Monde Diplomatique*, [En ligne], 04/2014, URL : <https://www.monde-diplomatique.fr/2014/04/BOURDAA/50330>

Bourdaa Mélanie (2015), « Les fans de Hunger Games : de la fiction à l'engagement », *InaGlobal*, [En ligne] URL : <http://www.inaglobal.fr/cinema/article/les-fans-de-hunger-games-de-la-fiction-lengagement-8191?tq=3>

Bourdaa Mélanie (2016), « La promotion par les créations des fans. Une réappropriation du travail des fans par les producteurs », *Raisons politiques*, 2016/2 (N° 62), p. 101-113. URL : <http://www.cairn.info/revue-raisons-politiques-2016-2-page-101.htm>

Cailler B., Denis S., Sapiéga J, dir. (2015), *Histoire du transmédia, Genèse du récit audiovisuel éclaté*, Champs visuels, L'Harmattan.

Cicchelli Vincenzo, Octobre Sylvie (2017). *L'amateur cosmopolite : Goût et imaginaires culturels juvéniles à l'ère de la globalisation*. Paris : Ministère de la Culture - DEPS.

Dahan Chantal (2013), « Les adolescents et la culture », *Cahiers de l'action*, 2013/1 (N° 38), p. 9-20. URL : <http://www.cairn.info/revue-cahiers-de-l-action-2013-1-page-9.htm>

Danic Isabelle ; Delalande Julie & Rayou Patrick (2006). *Enquêter auprès d'enfants et de jeunes : objets, méthodes et terrains de recherche en sciences sociales*, Presses universitaires de Rennes

De Certeau Michel (1980), *L'Invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*, Gallimard, Folio Essai

Di Crosta Marida (2013), « Stratégies narratives transmédias », *Terminal* [En ligne], 112 | 2013, URL : <http://terminal.revues.org/571>

Di Filippo Laurent (2017), « Conan entre personnage transmédia, monde transmédiat et réalisations locales », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 10 | 2017, URL : <http://rfsic.revues.org/2578>

Dilthey William (1942) : Introduction à l'étude des sciences humaines. Presses universitaires de France, Paris.

Donnat Olivier (2009), « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Éléments de synthèse 1997-2008 », *Culture études*, 2009/5 (n°5), p. 1-12.
URL : <http://www.cairn.info/revue-culture-etudes-2009-5-page-1.htm>

Dumez Hervé (2013), « Qu'est-ce que la recherche qualitative ? Problèmes épistémologiques, méthodologiques et de théorisation », *Annales des Mines - Gérer et comprendre*, 2013/2 (N° 112), p. 29-42. URL : <http://www.cairn.info/revue-gerer-et-comprendre1-2013-2-page-29.htm>

Dumez Hervé (2013), *Méthodologie de la recherche qualitative : Les questions clés de la démarche compréhensive*, Vuibert.

Eco Umberto (1985), *Lector in fabula, le rôle du lecteur ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*, Grasset.

François Sébastien (2009), « Fanf(r)ictions. Tensions identitaires et relationnelles chez les auteurs de récits de fans », *Réseaux*, 2009/1 (n° 153), p. 157-189, URL : <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-1-page-157.htm>

Gallarino Aurore (2013), « Jenkins Reloaded : évolution de la pensée d'Henry Jenkins de Textual Poachers à (l'avant) Spreadable Media », *Terminal* [En ligne], 112 | 2013, URL : <http://terminal.revues.org/580>

Glevarec Hervé (2010), « Les trois âges de la « culture de la chambre » », *Ethnologie française*, 2010/1 (Vol. 40), p. 19-30, [En ligne] URL : <http://www.cairn.info/revue-ethnologie-francaise-2010-1-page-19.htm>

Jenkins Henry (1998), « The poachers and the stormtroopers. Cultural convergence in the digital age ». [En ligne] <http://web.mit.edu/cms/People/henry3/pub/stormtroopers.htm>

Jenkins Henry (2008), « La filk et la construction sociale de la communauté de fans de science-fiction », pp. 212-222, in Glévarec H., Macé E, Maigret E., dir., *Cultural Studies Anthologie*, Paris, Armand Colin / INA.

Jenkins Henry (2006), *Convergence Culture, Where old and new media collide*, New York, NYU Press.

Jenkins Henry (2013), « La licorne origami contre-attaque », *Terminal* [En ligne], 112 | 2013, URL : <http://terminal.revues.org/455>

Jenkins Henry (2014), « Entretien sur le transmédia storytelling », propos recueillis par Mélanie Bourdaa, *Narration Augmentée*, Carnet de recherche en culture visuelle, 27 Janvier 2014, [en ligne], <http://culturevisuelle.org/narration/archives/6>

Jenkins Henry (2015), « Panorama historique des études de fans », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 7 | 2015, URL : <http://rfsic.revues.org/1645>

Kaufmann Jean-Claude (1996), *L'entretien compréhensif*, Paris, Nathan.

Kustritz Anne (2017), « Interactivité, resémantisation, et plaisirs de la primauté ontologique : les œuvres de fans comme centre du récit », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 10 | 2017, <http://rfsic.revues.org/2672>

Laurichesse Hélène (2012), « À la croisée des univers du transmedia, de la marque et de la franchise dans l'industrie cinématographique », *Mise au point* [En ligne], 4 | 2012, URL : <http://map.revues.org/598>

Laurichesse Hélène (2013), « Un marketing générateur de contenus pour l'univers transmédia », *Terminal* [En ligne], 112 | 2013, URL : <http://terminal.revues.org/544>

Le Guern Philippe dir. (2004), *Les cultes médiatiques, Culture fan et œuvres cultes*, Presses Universitaires de Rennes.

Le Guern Philippe (2009), « No matter what they do, they can never let you down... Entre esthétique et politique : sociologie des fans, un bilan critique », *Réseaux*, 2009/1 (n° 153), p. 19-54. URL : <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-1-page-19.htm>

Lenoël Anne-Cécile (2017), « Porosités poïétiques fictionnelles : partage du sensible et perspectives anthropocentrées singulières », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 10 | 2017, URL : <http://rfsic.revues.org/2570>

Lévy Pierre (1994), *L'intelligence collective, Pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, La découverte.

Long Geoffrey (2017), « Créer des mondes dans lesquels jouer : utiliser l'esthétique Transmedia pour transformer des histoires en mythologies », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 10 | 2017, URL : <http://rfsic.revues.org/2560>

Maigret Eric (2014), *Penser la convergence et le transmédia : avec et au-delà de Jenkins*, Préface de l'édition française de *La culture de la convergence*, H. Jenkins, Armand Colin.

Maigret Eric (2013), « Du « signifiant flottant » au « transmédia storytelling », ou le retour aux stratégies », *Terminal* [En ligne], 112 | 2013, URL : <http://terminal.revues.org/536>

Martin Martial (2011), « La situation instable du public de Lost sur Internet. Entre licence et contrainte », *Réseaux*, 2011/1 (n° 165), p. 165-179, URL : <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2011-1-page-165.htm>

Mercklé Pierre (2015) « Analyse longitudinale », in Paugam Serge (dir.), *Les 100 mots de la sociologie*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que Sais-Je ? », p. 24-26.

Mucchielli Alex, dir. (2009), *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines*, A. Colin, Paris.

Neveu Erik, Mattelart Armand (2008), *Introduction aux Cultural Studies*, La Découverte, collection Repères.

Nouhet-Roseman Joëlle (2005), « Mangamania et cosplay », *Adolescence*, 2005/3 (no 53), p. 659-668. URL : <https://www-cairn-info.nomade.univ-tlse2.fr/revue-adolescence1-2005-3-page-659.htm>

Octobre Sylvie (2009), « Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures ? Cultural practices amongst the young and transmitting institutions: a clash of cultures? », *Culture prospective*, 2009/1 (n°1), p. 1-8. URL : <http://www.cairn.info/revue-culture-prospective-2009-1-page-1.htm>

Octobre Sylvie (2014), *Deux pouces et des neurones. Les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*. Ministère de la Culture - DEPS

Paillé Pierre, et Mucchielli Alex (2012), *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Armand Colin.

Peyron, David (2008), « Quand les œuvres deviennent des mondes. Une réflexion sur la culture de genre contemporaine à partir du concept de convergence culturelle », *Réseaux*, 2008/2 (n° 148-149), URL : <http://www.cairn.info/revue-reseaux1-2008-2-page-335.htm>

Peyron David (2013), *La Culture Geek*, Limoges, Fyp Editions, Collection Innovation.

Peyron David (2014), « Les mondes transmédiatiques, un enjeu identitaire de la culture geek », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2014/2 (n° 15/2), p. 51-61. URL: <http://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2014-2-page-51.htm>

Proulx Serge (2004), *Les communautés virtuelles construisent-elles le lien social ? Actes présenté au Colloque International « L'organisation média. Dispositifs médiatiques, sémiotiques et de médiations de l'organisation »*, Université Jean Moulin, Lyon, URL : <http://www.lcp.cnrs.fr/IMG/pdf/pro-04a.pdf>

Ryan Marie-Laure (2017), « Le transmedia storytelling comme pratique narrative », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 10 | 2017, URL : <http://rfsic.revues.org/2548>

Santini Don-Mathieu (2017), « Valorisation d'un objet du patrimoine immatériel par l'outil transmedia : design d'une expérience participative », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 10 | 2017, URL : <http://rfsic.revues.org/2612>

Schmitt Laurie (2015), « Le « transmédia », un « label » promotionnel des industries culturelles toujours en cours d'expérimentation », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2015/1 (n° 16/1), URL : <http://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2015-1-page-5.htm>

Stucchi Gaetano (2013), « Migration du récit télévisuel vers le transmedia storytelling », *Terminal* [En ligne], 112 | 2013, URL : <http://terminal.revues.org/565>

Valentin Frédéric (2017), « Transmedia-storytelling comme grille de lecture des pratiques de design ouvertes », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 10 | 2017, URL : <http://rfsic.revues.org/2620>

Vitalis Louis et Guéna François (2017), « Narrer pour concevoir, concevoir pour narrer - enjeux épistémologiques croisés », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 10 | 2017, URL : <http://rfsic.revues.org/2603>