

questions
de communication

Questions de communication

22 | 2012

Patrimonialiser les musiques populaires et actuelles

« *Taking a break from all your worries* » : *Battlestar Galatica* et les nouvelles pratiques télévisuelles des fans

« *Taking a break from all your worries* » : *Battlestar Galactica* and New Fans' Practices

Mélanie Bourdaa



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/6917>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.6917

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2012

Pagination : 235-250

ISBN : 978-2-8143-0130-6

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Mélanie Bourdaa, « « *Taking a break from all your worries* » : *Battlestar Galatica* et les nouvelles pratiques télévisuelles des fans », *Questions de communication* [En ligne], 22 | 2012, mis en ligne le 31 décembre 2014, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/6917> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.6917

Tous droits réservés

> NOTES DE RECHERCHE

MÉLANIE BOURDAA

Médiation, information, communication, art

Université Bordeaux 3

melaniebourdaa@yahoo.fr

« TAKING A BREAK FROM ALL YOUR WORRIES » : BATTLESTAR GALATICA ET LES NOUVELLES PRATIQUES TÉLÉVISUELLES DES FANS

Résumé. — L'article **se** propose d'analyser la façon dont les fans consomment les séries télévisées à l'ère de la convergence des technologies. Le but est de comprendre comment ont évolué les pratiques télévisuelles des fans de séries télévisées. Nous verrons de quelle manière ils se créent de nouvelles expériences télévisuelles grâce aux nouvelles technologies et établissent de nouvelles interactions grâce aux forums de discussions. Nous nous appuyons sur une étude de cas : l'analyse du site officiel de la série américaine *Battlestar Galactica* et des sites de fans. Nous avons opté pour une méthodologie d'observation participante des interactions et des discussions du forum du site officiel. Nous avons également posté un questionnaire à destination des membres du forum officiel.

Mots clés. — Série télévisée, *Battlestar Galactica*, fans, réception, temporalité, sociabilité.

L'environnement traditionnel télévisuel est aujourd'hui en mutation et nous sommes entrés dans une nouvelle ère télévisuelle, celle de la « techno-télévision » (Bourdaa, Biscarrat, 2012), c'est-à-dire d'une télévision marquée par la rencontre entre télévision traditionnelle et Internet et par un engagement intellectuel et émotionnel de plus en plus grand de la part des téléspectateurs et plus particulièrement des fans. Nous en voulons pour preuve les nombreuses franchises « Transmedia » (Jenkins, 2003) qui sont élaborées autour des séries télévisées afin de créer des univers cohérents, immersifs et engageants. Le phénomène du *live tweeting* (commenter en direct les émissions de télévision sur le réseau social Twitter) atteste également de nouvelles pratiques de réception et d'un renforcement du lien social.

Dans cette nouvelle ère télévisuelle, les producteurs créent de nouvelles stratégies, qualifiées d'« obscures » par Sharon Marie Ross (2008), qui vont inviter les fans à participer. De leur côté, ces derniers mettent en place des tactiques de réception qui viennent modifier les temporalités médiatiques et renforcer leur appartenance à une communauté virtuelle de pratiques. Cette contribution se propose, tout d'abord, de (re)définir le fan et le *fandom*, et de replacer ce phénomène culturel dans l'environnement de réception télévisuel. Ensuite, nous verrons l'impact des nouvelles technologies sur les pratiques de réception des fans. Nous analyserons enfin les interactions entre fans ainsi que leurs réponses à un questionnaire posté sur le forum officiel d'une série télévisée américaine, *Battlestar Galactica*. Les enjeux de cette dernière partie sont de montrer les nouvelles pratiques de réception des fans, impactées par l'usage des nouvelles technologies : enjeux de sociabilité (sentiment d'appartenance), de temporalités et d'interactions entre fans et producteurs.

Une évolution de la définition du fan

La notion de fan a longtemps été liée à la celle de culte, plus précisément d'œuvres cultes. Le fan était alors défini comme fanatique d'une œuvre en particulier à laquelle il vouait une adoration et une vénération sans limite. Il rejetait toute personne qui n'appartenait pas à sa communauté, à son environnement, qui ne partageait pas la même vision de son œuvre culte. Cependant, Éric Maigret rejette cette analogie avec le culte religieux pour plusieurs raisons : la notion de « fanatisme » est pour lui dévalorisante et marginalise trop les fans dans leurs pratiques, ensuite, la notion de « culte » sous-entend une notion de sécularisation de la société qui ne va pas de soi. L'attitude des fans a souvent été décriée et décrite comme excessive, passionnelle, irrationnelle. Jostein Gripsrud (2002 : 118) met l'accent sur le fait qu'être fan, c'est « avoir une relation avec un objet qui, d'une certaine manière, est caractérisée par l'obsession et l'intolérance vis-à-vis d'autres points de vues ou préférences ». Pour John Fiske (1998), un véritable fan est caractérisé par le fait qu'il pratique une discrimination des objets disponibles et par des activités de production.

Marginalisés jusqu'à maintenant dans les études sur la réception des messages télévisuels pour ces raisons, les fans prennent aujourd'hui une autre dimension grâce à l'avènement des nouvelles technologies en lesquelles ils voient un nouveau moyen d'exprimer leur passion et de se retrouver dans une même communauté. Cette autre dimension a fait l'objet de recherches dans les *cultural studies* américaines qui considèrent « le phénomène des fans comme l'ultime exemple d'un public actif et producteur, qui met en place des formes de résistance aux industries culturelles » (Gripsrud, 2002 : 114). L'activité des fans peut se manifester dans plusieurs pratiques culturelles variées, mais John Fiske, dans son étude sur les publics fans, rappelle que ceux-ci « participent activement à la circulation sociale du sens » (Gripsrud, 2002 : 114). Quant à Cornell Sandvoss, il définit « le phénomène des fans comme la consommation régulière et émotionnelle de textes populaires, que ce soit sous la forme d'un livre, d'une série, d'un film et de musique, ou même d'équipes sportives ou d'icônes populaires » (Sandvoss, 2005 : 822-835).

En France, ce phénomène est de plus en plus étudié en sociologie des publics, mais surtout en sciences de l'information et de la communication. L'étude pionnière de Dominique Pasquier (1999) sur l'analyse de la réception d'*Hélène et les Garçons* par un public adolescent a ouvert la voie à plusieurs travaux. Dans son sillage, Philippe Le Guern (2002) proposait dans un ouvrage collectif différentes analyses du phénomène en le rapprochant des œuvres (musicales, audiovisuelles) cultes. Plus récemment, il pose la question de la légitimité des études de fans, en s'appuyant sur un état des lieux structurant des études sociologiques des publics (Le Guern, 2009). Patrick Flichy (2010) reprend les théories anglo-saxonnes des études de réception et de fans et met en avant le fait que les nouvelles technologies ont favorisé un « sacre de l'amateur » et un développement communautaire sur l'internet. Enfin, la revue *Réseaux*, en 2009, a proposé un numéro complet consacré aux « Passionnés, fans et amateurs » qui prouve l'importance que prend ce champ d'investigation dans les études en sciences de l'information et de la communication. De jeunes chercheurs (Biscarrat, Bourdaa, 2012 ; François, 2009 ; Martin, 2011 ; Peyron, 2008) s'attachent, quant à eux, à analyser le phénomène sous l'angle de l'activité créatrice et de la production d'œuvres (fan-fictions, *mashups*, remix).

Désormais, les fans ont acquis un pouvoir légitime d'interaction avec leur objet culte puisqu'ils le connaissent parfaitement. Les technologies numériques ont donné une légitimité à leur rôle, en ce sens qu'elles ont rendu possible de nouvelles formes de productions culturelles de leur part. Henry Jenkins (1998) qualifie cette évolution de convergence culturelle :

« 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. Si la convergence technologique ne sera jamais plus qu'un produit marketing, c'est parce que nous sommes plus investis dans les transformations des médias. Si nous sommes culturellement investis dans la télévision interactive, c'est parce que notre culture nous a amenés à considérer nos interactions avec la télévision et à percevoir les contenus télévisuels comme une ressource dans nos interactions sociales ».

Grâce aux possibilités offertes par les nouvelles technologies, à la vulgarisation de l'utilisation de l'internet, les fans peuvent désormais allonger le moment de la réception des programmes télévisuels, et plus particulièrement des séries télévisées en interagissant constamment avec leur objet de culte. La réception des séries télévisées par les fans a un fort caractère chronophage, puisqu'ils se connectent pour pousser encore plus loin leur expérience de réception. Désormais, la réception est une boucle sans fin, dans laquelle les téléspectateurs regardent, s'informent, discutent, avant, pendant et après la diffusion des épisodes. En effet, Sonia Livingstone (1999) rappelle que, grâce à la convergence des nouvelles technologies, « on nous promet de satisfaire nos désirs égocentriques et de prendre en considération nos goûts de fans, nous permettant de passer d'un observateur passif à un participant actif dans le monde virtuel ». De plus, l'activité des fans sur Internet permet une plus grande expression créative et, depuis les prémices de l'émergence des nouvelles technologies, a englobé une plus grande population démographique d'utilisateurs, faisant mentir la théorie de l'utilisateur « mâle blanc de classe moyenne » qui prédominait. Henry Jenkins pointe trois éléments qui prouvent que les fans sont des récepteurs actifs qui s'adaptent aux nouvelles technologies et à un nouvel environnement socioculturel pour créer et redéfinir un langage, des pratiques, des interprétations et une identité propre :

- re-circulation : transmission des matériaux à un plus large public. Les médias numériques permettent une nouvelle relation au contenu médiatique. Les séries télévisées sont désormais des médiacultures « transmédiatiques » qui se consomment, circulent et se discutent sur différents médias ;
- participation : les individus peuvent s'engager activement dans la création et la re-circulation des matériaux culturels. La logique culturelle des fans permet d'entrevoir une ligne floue entre consommation et production, lecture et écriture, en imaginant un monde dans lequel les narrations sont disponibles en tant que ressources pour raconter nos propres histoires ;
- communauté virtuelle : le lieu des relations sociales qui émerge à travers la participation dans un environnement médiatisé. Dans cette communauté virtuelle, pour être accepté, il faut répondre à certains critères implicites de la communauté. Serge Proulx (2004) rappelle que ces communautés virtuelles d'utilisateurs possèdent « une structure sociale qui reproduit certaines caractéristiques de la structure de la société de face-à-face : règles, normes, codes de conduite implicites et explicites, sanctions, etc... ». Éric Maigret (2004 : 264) ajoute :

« Les communautés en ligne formées d'anonymes sont rarement dépourvues de filtres chargés de rendre possible une interaction harmonieuse et de sélectionner des personnes au profil social acceptable : le "cadre" de l'échange et la "présentation de soi", au sens de Goffman, influent sur le choix d'échanger ».

Les nouveaux récepteurs parmi lesquels les fans, représentent un exemple non seulement de créativité et de reproduction, mais également de performance et d'engagement en ce qui concerne les pratiques sociales et culturelles. La réception n'est plus simplement assimilée à une consommation d'un produit culturel, mais

aussi à un déplacement continu entre créativité, choix tactiques, engagement (et parfois refus, cela va de soi) et construction identitaire. La culture des fans est dialogique plutôt que disruptive, affective plutôt qu'idéologique, collaborative plutôt que conflictuelle. Les braconniers du texte, comme les nomme Michel de Certeau (1980), veulent s'appropriier le contenu médiatique et imaginer une culture populaire plus démocratique. La culture fan est une culture de la participation à travers laquelle ceux-ci explorent et questionnent les idéologies de la culture de masse en se positionnant, parfois à l'intérieur, parfois à l'extérieur de la logique culturelle du divertissement commercial.

Fans et pratiques télévisuelles

De façon intéressante, Denise Bielby, Lee Harrington et William Bielby (1999 : 37) replacent les fans dans des pratiques télévisuelles communes à la différence de l'individualisation des pratiques envisagées par l'usage des nouvelles technologies. Ils écrivent : « Regarder la télévision est une activité relativement privée. Par contre, être un fan, c'est participer à un nombre d'activités qui vont au-delà de l'acte privé de réception et symbolisent un engagement émotionnel avec le contenu télévisuel ». En effet, la réception des messages télévisuels par les fans ne s'arrête pas temporellement au seul moment de la réception du programme, mais se poursuit bien au-delà grâce à plusieurs activités expérimentées au sein d'une communauté de fans : « Les fans de médias sont des consommateurs qui produisent, des lecteurs qui écrivent, des spectateurs qui participent » (Jenkins, 2008 : 212.). Les fans font partie d'une communauté qui partage une même passion, un même langage, les mêmes pratiques médiatiques, le même plaisir à participer à la création du contenu. Pour Serge Proulx (2004), la communauté virtuelle « désigne le lien d'appartenance qui se constitue parmi les membres d'un collectif d'usagers d'un chat, d'un forum, d'une liste de discussion, ces participants partageant des goûts, des valeurs, des intérêts et des objectifs communs ». Cette définition de la communauté virtuelle s'adapte pleinement aux communautés de fans sur l'internet puisque ce qui les rassemble avant tout c'est leur intérêt commun pour un programme télévisé.

Le défi pour les chaînes de télévision et pour les producteurs de séries a été de transformer l'internet en une plate-forme interactive consacrée aux séries télévisées permettant aux téléspectateurs d'interagir et de participer à la vie de la série, à son succès ou à sa chute. Aujourd'hui, pour fidéliser le téléspectateur, les producteurs et scénaristes redoublent d'ingéniosité et créent des narrations complexes mais, en plus, ils permettent aux téléspectateurs, grâce à des sites interactifs consacrés à la série, de prolonger le plaisir et de créer un lien d'attachement, d'attente et de manque lors des intersaisons. John Fiske (1998) décrit ces téléspectateurs particuliers comme des téléspectateurs extrêmement compétents et des consommateurs assidus de ces programmes qui, par conséquent,

peuvent pleinement profiter de ces programmes. Le simple téléspectateur se transforme en un expert d'un programme qu'il suit avec passion et assiduité, ce qui va lui conférer un certain pouvoir d'analyse. En téléspectateur averti, il pourra se permettre des remarques, des commentaires, des questions, des suggestions sur l'évolution de l'intrigue et sur la vie des personnages ; il pourra participer à des réunions de fans dans lesquelles interviennent, en général, les acteurs principaux et les scénaristes et entamer avec eux un échange, un dialogue d'égal à égal visant à faire avancer la série et à l'améliorer.

Battlestar Galactica (BSG) : les nouveaux enjeux des pratiques de réception

Afin d'analyser les pratiques télévisuelles des fans d'une série américaine et comprendre l'évolution du rôle des fans, nous avons utilisé une méthode d'observation participante des discussions et interactions entre fans sur le forum officiel de la série *Battlestar Galactica* suivie d'un questionnaire proposé à la communauté des fans. Il nous paraissait intéressant d'analyser le forum officiel parce que sa création participe de ce qu'Henry Jenkins appelle le phénomène de performance. Cela signifie que les producteurs se doivent de proposer aux fans un espace d'expression qu'ils s'approprient pour partager et créer. Sur le site officiel de *Battlestar Galactica*, vitrine de la série, les producteurs ont bien laissé un lieu d'expressivité et de création dans lequel il était possible de discuter de la série et d'activités de fans (écritures de fan-fictions, création de fanvidéos ou fan-arts).

Nous nous sommes créés un profil de membre pour faire partie de la communauté et entrer dans le forum. Pendant toute la durée des saisons 3 et 4 de *Battlestar Galactica*, du 6 octobre 2008 au 15 avril 2009 (deux semaines après la diffusion américaine du *Finale*, le dernier épisode, de la série), nous avons participé aux débats sur le forum, et donné nos opinions sur les théories proposées par les fans. Ayant acquis la légitimité nécessaire pour nous faire accepter en tant que vrai fan de *Battlestar Galactica*, nous avons pu poster un questionnaire ouvert, contenant des questions relatives à notre recherche, en prenant soin de débiter un nouveau sujet dans l'onglet « Informations générales » du forum. En effet, il était important de faire apparaître le questionnaire comme une nouvelle conversation afin de lui donner de la visibilité, tout en respectant les hiérarchies établies par les fans eux-mêmes. Les questions (en anglais) portaient sur les nouvelles pratiques de réception des fans et étaient au nombre de six :

- « Pensez-vous qu'Internet et ses possibilités d'interaction ont changé votre rôle en tant que fan ? Combien de fois vous rendez-vous sur le forum et postez-vous ?
- Que pensez-vous de ce site/forum ? Qu'ajouteriez-vous pour le rendre plus interactif ?
- Pour BSG, regardez-vous la série seul ou en famille ? Regardez-vous la série en direct (quand elle est programmée), en différé à la télé ou sur l'ordinateur ou en streaming sur le site officiel ?

Pourquoi voulez-vous interagir avec les autres fans, et/ou les producteurs ou acteurs de la série ?
Pensez-vous que des fans comme vous puissent changer le scénario d'une série ? Pourquoi ?
Pourquoi pas ? »¹.

Dès le début, nous nous étions présentés comme chercheurs, travaillant sur le phénomène des fans. Cette transparence dans notre profil a permis aux autres membres de la communauté d'apprécier notre démarche scientifique. Nous avons obtenu 45 réponses, provenant des fans les plus *hard-core* (ceux qui postaient le plus de messages) que nous pouvions considérer comme les *gatekeepers* (« gardiens ») de cette communauté.

Les fans du site sont de nationalités majoritairement anglo-saxonnes et sont aussi bien des hommes que des femmes, des universitaires (des « *academics-fans* » ou « *aca-fans* » comme les surnomme Henry Jenkins) que des vendeurs. Il est impossible d'établir un profil type du fan de *Battlestar Galactica*, comme cela serait possible avec des séries comme *The L Word* ou *Xena Warrior Princess*, connues pour le soutien inconditionnel de leurs fans homosexuelles. L'échantillon est donc hétéroclite mais représente bien le rassemblement dans une même communauté de fans qui, sans cela, ne se seraient probablement jamais rencontrés. Ceux qui ont participé à cette recherche sont les mêmes qui postent le plus de messages sur le forum avec, par exemple, 20 283 messages laissés pour Maxbell, 18 850 pour Question79 ou encore 14 686 pour Alex-The-Cylon.

Enjeux de temporalité

Parmi les réponses à notre questionnaire sur les pratiques de consommation de la série, et plus particulièrement concernant les questions liées à la temporalité, quatre fans ont déclaré regarder le programme en famille, mais seulement deux en direct lors de la diffusion sur la chaîne sci-fi. Là où les pratiques de visionnage diffèrent par rapport à celles d'un genre télévisuel comme la télé-réalité, c'est dans le fait que les fans mettent à contribution les nouvelles technologies pour regarder les épisodes. En effet, beaucoup les regardent en « *streaming* » sur divers sites proposant ce genre de diffusion ou sur le site officiel de la série, achètent les saisons en DVD, enregistrent les épisodes sur magnétoscope numérique ou les téléchargent sur des réseaux illégaux de *peer to peer* (P2P). Les fans de la série préfèrent donc se libérer de toutes contraintes temporelles ou imposées par une grille de programmation rigide. Dans le cadre d'une recherche sur la « consommation des séries à l'épreuve d'Internet », Clément Combes (2011 : 143) décrit ce même phénomène : « finalement, toujours plus libéré de la logique du flux et de la grille prédéfinie (agenda, horaires, publicités, etc...), le téléspectateur peut suivre plus encore son rythme et ses envies du moment... Qui ne sont pas forcément ceux de ses proches ».

¹ Traduit de l'américain par M. Bourdaa.

La consommation de la série télévisée peut ainsi être comparée à la prise de drogues ou au *binge drinking*². Grâce au stockage ou à l'acquisition des saisons en DVD, les fans expérimentent des comportements boulimiques de consommation de la série en regardant plusieurs épisodes à la suite. L'emploi du vocabulaire de la prise de drogue ou du comportement boulimique est fréquent chez les consommateurs de séries télévisées : « Je peux avoir ma dose » ; « Je consomme frénétiquement, sans pouvoir m'arrêter » ; « C'est comme une drogue » (Bourdaa, 2009).

Les fans de BSG souhaitent également avoir la possibilité de regarder les épisodes autant de fois qu'ils le veulent pour rechercher, à chaque visionnage, une nouvelle expérience télévisuelle. C'est grâce aux nouvelles technologies ainsi qu'aux interfaces proposées sur le site officiel de la série que les téléspectateurs peuvent profiter de ces nouvelles pratiques télévisuelles, individuelles, temporelles créant une nouvelle expérience de visionnage. Ces visionnages font appel à différentes lectures et interprétations de la part des fans, ce que Henry Jenkins appelle des « re-lectures ». En effet, chaque fois, le fan va se concentrer « sur une multitude de matériaux textuels d'emprunt » (Jenkins, 2008 : 222). Le contrôle des fans sur le texte augmente grâce à ces re-lectures. Pour Olivier Blondeau et Laurence Allard (2007 : 118), c'est le téléchargement et le stockage des épisodes qui va aider les fans à développer les re-lectures : « Le téléchargement illégal des épisodes donne la possibilité aux téléspectateurs-usagers de conserver le matériau nécessaire au déploiement de leur créativité. Le téléchargement repose sur l'idée qu'il est non seulement nécessaire de pouvoir voir des films, mais qu'il faut aussi disposer d'archives, stables et pérennes, véritables banques d'images et données cognitives ». Des épisodes téléchargés et stockés sur ordinateurs vont permettre aux fans actifs de mettre en avant leur expressivité, en créant des récits écrits, des fan-fictions. Ainsi disposent-ils du matériau brut dans lequel ils peuvent trouver l'inspiration pour leurs créations.

Enfin, une notion d'urgence est présente dans le visionnage car les fans se précipitent, d'une part, pour regarder l'épisode dès qu'il est disponible, de n'importe quelle façon que ce soit, et, d'autre part, pour le commenter sur le forum. Celui qui n'aurait pas vu le dernier épisode pourrait, sans le souhaiter, voir un résumé de l'épisode sur le forum, un « spoiler »³, voir de nouvelles théories élaborées qui lui gâcheraient tout le plaisir. Concernant donc les séries américaines, et plus particulièrement *Battlestar Galactica*, les nouvelles technologies, leur convergence et leur usage ont contribué à changer la façon dont les fans appréhendent et consomment un programme télévisuel avant, pendant et après sa diffusion.

² L'expression *binge drinking* renvoie au fait de boire beaucoup d'alcool en peu de temps pour être ivre. Pratique très populaire auprès des jeunes.

³ Le terme spoiler vient de l'anglais « *to spoil* » (« gâcher »).

Enjeux d'appartenance

L'interactivité intervient lorsque les fans se connectent au site officiel et discutent de l'épisode qu'ils viennent de voir, à n'importe quel moment du jour ou de la nuit. En quelque sorte, les fans se retrouvent par écrans interposés pour vivre une même expérience télévisuelle commune, celle de regarder un épisode de *BSG*. Par conséquent, on observe, d'une part, que ces technologies interactives sont utilisées à outrance par les producteurs sur le site officiel afin de fidéliser leur public et, d'autre part, qu'elles le sont aussi par les fans eux-mêmes pour se défaire de toutes contraintes temporelles ou spatiales lors du visionnage d'un épisode puis pour interagir avec les autres membres de la communauté de *BSG* sur le forum. L'un d'eux décrit même ce moment comme une expérience de communauté religieuse : « Vous vous sentez en communion avec les autres, connectés, comme lorsque vous allez à l'église ou dans un bar où les gens aiment la même chose que vous sauf que vous n'avez pas à les voir physiquement et c'est encore mieux » (Bourdaa, 2009). Ces sentiments d'appartenance et de camaraderie entre les fans sont accentués par le fait que les rapports virtuels à l'intérieur du forum sont quasi instantanés. Dans son livre, *Hanging Out in the Virtual Pub* (2002), Lori Kendall suggère que la communication instantanée des forums de discussion tient lieu de sentiment de coprésence physique avec d'autres personnes comme dans un bar, un restaurant ou n'importe quel endroit qui rassemble comme une église.

Beaucoup de fans retirent du plaisir à faire partie d'une audience sociale spéciale et spécialisée qui travaille ensemble pour défendre sa série. Comme le souligne Sharon Marie Ross (2008), cela suggère que pour les fans, l'intérêt premier d'Internet est de proposer un espace pour ce que Janice Radway (1984) appelle « les communautés interprétatives », c'est-à-dire des lieux où les fans discutent de la signification, de l'esthétique ou de la mythologie de la série.

À la lecture des réponses à notre questionnaire et des interactions entre fans, la notion d'appartenance à un groupe de passionnés qui partagent le même centre d'intérêt est omniprésente. Lorsqu'il définit les « Médiascapes », Arjun Appadurai (2001) évoque cette appartenance à une communauté qu'il définit comme une « confrérie d'adorateurs ».

Dans sa définition de la connectivité, Cristel Antonia Russell, Andrew T. Notman et Susan E. Heckler (2004) décrivent les relations entre fans comme des relations horizontales. Ils les opposent aux relations verticales, qui pour eux, sont des relations entre fans et programme, ainsi qu'aux relations verticales, qui peuvent être décrites comme des relations entre fans et personnages de la série. Les relations sociales établies par les fans à l'intérieur du forum sont très importantes pour eux, puisqu'elles représentent des relations de respect, créant un lien social fort. Par exemple, un fan se connecte au forum pour y retrouver des amis parce que, chez lui, « personne ne regarde *BSG*, mais plutôt des combats

de catch ou des choses de ce genre ». Internet et l'interactivité ont aboli les distances de temps et de lieu entre les fans qui, désormais, se retrouvent en temps réel pour discuter par écrans interposés. Toutes les réponses reçues soulignent le lien qui lie les fans et le respect qui existe entre eux. Par exemple, Question79 explique : « Je me connecte au forum parce que les fans déchirent. Les personnes présentes sur ce forum sont intelligentes et marrantes, et même lorsque je suis totalement en colère contre eux, c'est en général une bonne conversation ». Plusieurs ont souligné l'émulation créatrice et intellectuelle qui existe entre les membres. Chacun élabore sa théorie qui est ensuite discutée, décortiquée, démontée ou enrichie par les autres. Ces spéculations relèvent du domaine des relations horizontales, c'est-à-dire des relations entre les fans et le programme télévisé. En effet, les fans regardent le programme et en tirent des théories ou des conclusions (relation horizontale) qu'ils partagent ensuite sur le forum (relation verticale). Il y a une notion de plaisir de l'interaction et de la sociabilité qui s'établit au sein de forum.

Enjeux d'informations et d'interactions fans/production

Les fans qui ont répondu au questionnaire sont d'accord sur le fait que l'internet a changé leur façon de consommer la série et, surtout, les a aidés dans leur rôle de fan, leur a offert de nouvelles opportunités d'interaction et de consommation de l'information. Internet leur donne la possibilité d'interagir socialement et de faire des rencontres dans une communauté virtuelle, mais cela leur permet également de mieux se renseigner sur la série, d'aller chercher plus d'informations, de comparer leurs théories avec celles des autres, de profiter des interfaces proposées sur le site officiel pour s'occuper pendant les hiatus et rester en contact avec l'univers de la série. Avant, les fans ne pouvaient se référer qu'aux journaux officiels et aux fanzines créés par les fans eux-mêmes pour rendre hommage à leur série favorite. Aujourd'hui, l'internet leur donne la possibilité d'aller chercher en temps réel les dernières informations sur la série, d'écouter les commentaires du producteur ou de dialoguer avec les acteurs autrement que lors des conventions. Pour un seul des répondants à notre questionnaire, Internet peut représenter une forme de pression à l'encontre des producteurs et des chaînes qui diffusent une série. Il s'explique en donnant l'exemple du destin de la série *Jericho* : « Par exemple, sans Internet, il n'y aurait pas eu de deuxième saison de *Jéricho* et donc aucune fin à la série. Les fans se sont retrouvés sur Internet, ont lancé un mouvement et ont fait que la série revienne, ce qui est extraordinaire je trouve ». Les fans se sont servis de ce moyen de communication rapide et global pour se rassembler et exercer une forme de pression sur les producteurs jusqu'à les faire revenir sur leur décision d'annuler la série.

En revanche, malgré cet exemple, la majorité des personnes interrogées est moins optimiste et enthousiaste sur les éventuelles possibilités de changer le cours de *Battlestar Galactica*. Certaines sont même entièrement opposées à cette idée. Elles pensent que cela pourrait nuire à la série plutôt que l'aider à progresser, et ce pour une raison principale, évoquée également par le producteur David Eick : il y a trop d'opinions différentes de fans venant d'horizons variés. Sur le site, chacun défend son idée, sa théorie, sa vision de la série et des personnages et il est vrai que si les producteurs devaient satisfaire tous les fans, ce serait une catastrophe pour eux. Des réponses commencent même par : « heureusement, non... cela n'est pas possible ». Les fans ont confiance en la stratégie scénaristique des producteurs et en leur architecture narrative complexe. L'un d'eux critique ouvertement le procédé des votes d'*American Idol* et rejette l'idée que les téléspectateurs puissent, d'une quelconque manière, influencer la fin de la série ou les décisions scénaristiques prises par les producteurs. Pour eux, l'interactivité et le forum sont principalement utilisés pour faire partie d'une communauté, échanger des idées entre fans et rester en contact avec l'univers de la série, soit au travers des jeux interactifs proposés, soit en expérimentant un rapprochement virtuel et « vertizontal » avec les acteurs et les producteurs de la série.

Cependant, ces fans sont conscients de l'impact que peuvent avoir certaines de leurs décisions sur la série sans pour autant avoir envie de changer l'histoire de quelque manière que ce soit. Par deux fois, nous retrouvons le même exemple de pression exercée par les fans non pas sur les producteurs qu'ils respectent, mais sur la chaîne sci-fi us qui diffusait la série. En effet, lors de la troisième saison, sci-fi a exigé des producteurs qu'ils incorporent des « *stand alone* »⁴. Les fans n'ont pas apprécié car ils aiment la série principalement pour la complexité de l'histoire et préfèrent progresser dans les explications fournies par chaque épisode diffusé que de stagner dans des événements qui leur semblent inutiles. Ron D. Moore s'est servi des nombreux messages de frustration et de colère des fans pour prouver aux responsables de la chaîne c'était une mauvaise idée.

Seulement deux fans pensent que leurs actions et leurs interactions dans le forum et sur le site peuvent avoir une influence sur la façon dont les producteurs écrivent la série et les pousser à changer un scénario. Ces deux personnes soutiennent que le forum est très actif, que ses participants proposent sans cesse des idées et solutions et qu'il est très dur pour un producteur de résister à la tentation de lire les messages. Par ailleurs, un des producteurs se rend régulièrement sur le site pour lire ces messages et nouveautés laissés par les fans. « Je pense que des séries telles BSG pour lesquelles les fans sont si actifs et les producteurs/scénaristes sont au courant de ce qui se passe sur le forum, il y a la possibilité pour les fans les plus accros de suggérer des pistes de scénario » (Bourdaa, 2009).

⁴ « *Stand alone* » désigne les épisodes qui ne s'inscrivent pas dans l'histoire générale et que les téléspectateurs peuvent regarder sans avoir préalablement suivi la série.

Enfin, nous pouvons noter le grand respect qui existe entre fans et producteurs. Certains apprécient le fait que Ron D. Moore se connecte de temps à autre pour venir discuter avec eux comme le faisaient, à l'époque, Josh Whedon, créateur de *Buffy the Vampire Slayer* ou encore Rob Tapert, créateur et producteur de *Xena Warrior Princess*. Une sorte de reconnaissance de la part des fans s'établit alors. Par exemple, une fan écrite : « RDM et les acteurs qui ont participé aux questions-réponses ont été particulièrement généreux avec nous, et j'apprécie cela. Il y a quelque chose qui fait que discuter de la série avec eux paraît démocratique ». Les fans de science-fiction sont un public fidèle et exigeant que les producteurs se doivent de bien traiter sous peine de provoquer l'échec de leur série. « En ce qui concerne les séries de science fiction, les fans sont toujours présents et loyaux et vous ne voulez pas nous énerver », dit une fan. Une autre rajoute : « Des producteurs tels que Josh Whedon et Ron D. Moore nous donnent l'impression que les fans ont un impact sur la série – ce qui est, une fois de plus, très sympa de leur part ».

Sur le site internet de *Battlestar Galactica*, il apparaît que les producteurs prennent au sérieux les avis des fans et leur passion pour la série. Les producteurs ont créé des jeux interactifs, des possibilités d'interaction, des lieux de rencontre pour profiter de l'expertise des fans et ainsi mettre en place une illusion de contrat de partage, de coparticipation et de cocréation. Cependant, même s'ils sont très actifs (ils postent énormément de messages, parfois jusqu'à 20 par jour pour un fan), les fans ne se font pas d'illusion sur leur rôle réel vis-à-vis du développement de la série. Certes, ils apprécient que les producteurs les considèrent et ils les respectent pour cela, mais ils ne pensent pas avoir un réel impact sur les décisions prises quant à l'histoire et à la scénarisation. Ils utilisent le site pour se tenir informés de l'actualité de la série, pour rester en contact avec son univers par le truchement des jeux et sondages proposés et pour participer aux foisonnements d'idées et de théories de la communauté de pratique constituée par les fans. Selon eux, l'internet ne leur permet pas de changer la série mais plutôt de se plonger encore plus dans les méandres du scénario. La toile a surtout augmenté la façon et la rapidité avec laquelle les fans communiquent. Matthew Hills (2002) qualifie ce phénomène de « *just in time fandom* ». Il explique : « Les pratiques des fans sont devenues de plus en plus entremêlées avec les rythmes et les temporalités des programmes, de telle sorte que les fans vont désormais sur le site pour discuter des nouveaux épisodes immédiatement après leur diffusion ou même pendant les publicités afin de prouver leur dévotion » (Hills, 2002 : 178). Contrairement à ce que nous pouvions penser, les usagers du forum les plus assidus ne sont pas les plus grands créateurs de contenus nouveaux. Pour eux, l'internet représente seulement un vecteur de communication rapide, une nouvelle façon de consommer la série sans se soucier des contraintes temporelles, économiques, ou liées à la diffusion. Grâce à la convergence des technologies, ils posent un regard nouveau sur leur statut de fans car ils ont désormais des possibilités plus grandes de communication et de perspectives sur la série, mais ils ne souhaitent pas avoir un quelconque pouvoir de décision sur le scénario ou sur le processus de création.

Conclusion

Au vu de cette recherche, il apparaît que, la plupart du temps, les fans de *Battlestar Galactica* consomment et regardent la série en solitaire et au moyen des nouvelles technologies (DVR, *streaming*, réseaux P2P, DVD). Les temporalités de consommation de la série ont changé puisque, désormais, les téléspectateurs peuvent consommer la série avant, pendant et après sa diffusion. Celle-ci se discute principalement sur le forum du site internet officiel où les fans se retrouvent en communauté et où ils peuvent partager leurs sentiments sur les épisodes diffusés. La réception de la série télévisée peut donc être envisagée comme une boucle sans fin. Les fans se connectent au site pour profiter des interfaces interactives afin de rester dans son univers et de profiter de la compagnie de pairs. Toutefois, ils ne souhaitent pas avoir un quelconque pouvoir de décision sur la suite de l'histoire. Les fans préfèrent discuter entre eux de leurs théories et les mettre à l'épreuve des autres membres du forum plutôt que de décider avec les producteurs d'un changement d'orientation de la série. Les nouvelles technologies ont bien modifié et introduit de nouvelles pratiques télévisuelles comme elles ont provoqué des changements majeurs dans les pratiques de production, notamment en développant ce qu'Henry Jenkins appelle le « *transmedia storytelling* ». Par exemple, *Battlestar Galactica* a pu être consommée sur plusieurs plateformes médiatiques. Les fans pouvaient regarder les webisodes (épisodes diffusés uniquement sur l'internet) qui permettaient de faire le lien temporel entre les saisons 2 et 3 et de donner de l'épaisseur au personnage de Gaeta entre les saisons 3 et 4, jouer au MMORPG (jeu en ligne) en choisissant leur camp, lire les *comics* créés pour enrichir l'univers, et participer à la récréation encyclopédique de l'univers en alimentant le wiki. Les séries sont donc les « médiacultures » qui s'adaptent le plus au nouvel environnement télévisuel que constitue la « techno-télévision » : une télévision interconnectant Internet et la télévision, propageant le lien social et favorisant l'engagement intellectuel et émotionnel des fans.

Références

- Appadurai A., 2001, *Les conséquences culturelles de la globalisation*, Paris, Éd. La Découverte.
- Bielby D., Harrington L., Bielby W., 1999, « Whose Stories are They? Fan Engagement with Soap Opera Narratives in Three Sites of Fan Activity », *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43, pp. 35-51.
- Blondeau O., Allard L., 2007, *Devenir média. L'activisme sur Internet, entre défection et expérimentation*, Paris, Amsterdam Éd.
- Biscarrat L., Bourdaa M., 2012, « Temporalités médiatiques et expression de soi : fans de séries télé », pp. 109-120, in : Carayol V., Bouldoires A., dirs, *Discordance des temps. Rythmes, temporalités, urgence à l'ère de la globalisation de la communication*, Bordeaux, Éd. La Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine.

- Bourdaa M., 2009, L'interactivité télévisuelle, ses modalités et ses enjeux. Comparaison de programmes Etats-Unis – France, thèse en sciences de l'information et de la communication, Université Bordeaux 3, juin.
- Certeau M. de, 1980, *L'Invention du quotidien. 1. Arts de faire*, Paris, Union générale d'Éd.
- Combes C., 2011, « La consommation de séries à l'épreuve d'Internet. Entre pratique individuelle et activité collective », *Réseaux*, vol. 29-165, pp. 137-164.
- Fiske J., 1998, « The cultural economy of fandom », pp. 30-49, in: Lewis L., dir., *The adoring audience : fan culture and popular media*, Londres, Routledge.
- Flichy P., 2010, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Éd. Le Seuil.
- François S., 2009, « Fanf(r)ictions. Tensions identitaires et relationnelles chez les auteurs de récits de fans », *Réseaux*, 153, 27, pp. 157-190.
- Gripsrud J., 2002, « Fans, viewers and television theory », pp. 113-131, in : Le Guern Ph., *Les cultes médiatiques. Cultures fans et œuvres cultes*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- Hills M., 2002, *Fan cultures*, London, Routledge.
- Jenkins H., 1992, *Textual Poachers: television fans and participatory culture*, London, Routledge.
- 1998, « The poachers and the stormtroopers. Cultural convergence in the digital age ». Accès : <http://web.mit.edu/cms/People/henry3/pub/stormtroopers.htm>. Consulté le 16/11/12.
- 2003, « Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling », in : *Technological Review*, 15 janv. Accès : <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>. Consulté le 16/11/12.
- 2004, « The cultural logic of media convergence », *International Journal of Cultural Studies*, 7, pp. 33-43.
- 2008, « La Filk et la construction sociale de la communauté des fans de science-fiction », pp. 212-222, in : Glevarec H., Macé É., Maigret É., eds, *Cultural Studies. Anthologie*, Paris, A. Colin/Institut national de l'audiovisuel.
- Kendall L., 2002, *Hanging Out in the Virtual Pub*, Berkeley, University of California Press.
- Livingstone S., 1999, « New Media, New Audiences ? », *New Media and Society*, 1 (1), pp.59-66.
- Le Guern Ph., dir., 2002, *Cultes médiatiques. Culture de fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- 2009, « No matter what they do, they can never let you down... Entre esthétique et politique : sociologie des fans, un bilan critique », *Réseaux*, vol. 27-153, pp. 19-54.
- Maigret É., 2002, « Du mythe au culte... ou de Charybde en Scylla ? Le problème de l'importation des concepts religieux dans l'étude des publics de médias », in : Le Guern Ph., dir., *Les cultes médiatiques. Cultures fans et œuvres cultes*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, pp. 97-110.
- 2003, *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, A. Colin.
- Martin M., 2011, « La situation instable du public de *Lost* sur Internet. Entre licence et contrainte », *Réseaux*, 165,29, pp. 165-180.

- Pasquier D., 1999, *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescentes*, Paris, Éd. La Maison des sciences de l'homme.
- Peyron D., 2008, « Quand les œuvres deviennent des mondes : une réflexion sur la culture de genre contemporaine à partir du concept de convergence culturelle. », *Réseaux*, 148-149, pp. 335-368.
- Proulx S., 2004, « Les communautés virtuelles construisent-elles le lien social ? », Colloque international « L'organisation média. Dispositifs médiatiques, sémiotiques et de médiations de l'organisation », Lyon, Université Jean Moulin. Accès : <http://www.lcp.cnrs.fr/IMG/pdf/pro-04a.pdf>. Consulté le 03/10/12.
- Radway J., 1984, *Reading the romance : women, patriarchy, and popular literature*, Chapel Hill, University of North Carolina Press.
- Russel C., Andrew N., Hecler S., 2004, « People and "their" television show. An overview of television connectedness », in: Schrum L. J., ed., *The psychology of entertainment media. Blurring the lines between entertainment and persuasion*, New Jersey, L. Erlbaum.
- Ross S. M., 2008, *Beyond the box. Television and the Internet*, Oxford, Blackwell Publishing.
- Sandvoss C., 2005, « One-dimensional fan: toward an aesthetic of fan texts », *American Behavioral Scientist*, vol. 48, 7, pp. 822-839.

