



HAL
open science

Pratiques amateurs mimétiques de classement et d'indexation des images de la " culture fan " dans le Web 2.0

Laure Bolka-Tabary

► **To cite this version:**

Laure Bolka-Tabary. Pratiques amateurs mimétiques de classement et d'indexation des images de la " culture fan " dans le Web 2.0. Deuxième conférence Document numérique et société, Nov 2008, Paris, France. pp.357-372. hal-00949421

HAL Id: hal-00949421

<https://hal.science/hal-00949421>

Submitted on 19 Feb 2014

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

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

Pratiques amateurs mimétiques de classement et d'indexation des images de la « culture fan » dans le Web 2.0

Résumé : Nous nous intéressons ici aux pratiques d'auto-publication des internautes en examinant les reprises, sur Internet, des images de la « culture fan¹ ». Ces pratiques de redocumentarisation manifestent des comportements de collection qui rendent nécessaire l'élaboration d'outils permettant de catégoriser, classer et indexer les images. La structuration et la catégorisation des collections d'images révèlent un important mimétisme formel mais également un mimétisme qui concerne les activités de production et de gestion documentaire autonomes. Ces procédés mimétiques engendrent une modélisation des pratiques et des productions documentaires amateurs.

Mots-clés : catégorisation, communauté, mimétisme, modélisation des pratiques, standardisation des documents.

Introduction

Les images médiatiques sont, sur Internet, l'objet de reprises personnelles et communautaires dans différents cadres d'auto-publication. Fixes ou animées, celles-ci sont recomposées et transformées par les internautes pour devenir de nouveaux documents disponibles sur les blogs, forums, sites personnels ou encore sites de partage d'images et de vidéo².

Nous nous intéressons ici de manière spécifique aux images de la « culture fan » en nous centrant sur le cas des images de l'émission de télé-réalité *Star-Academy*, diffusée de manière saisonnière sur TF1 depuis 2001³. Cette émission, qui montre l'accès à la célébrité de jeunes chanteurs anonymes, touche un public familial, mais ce sont plus particulièrement les adolescents qui s'approprient les images de l'émission et les transforment dans différents contenus en ligne. Pouvant s'identifier, par leur âge, aux participants de l'émission, ils manifestent leur intérêt pour le programme et les « célébrités » qu'elle produit en l'exposant et le partageant sur Internet à travers différents usages et transformations des images issues de l'émission.

Autopubliées en nombre abondant sur des espaces numériques dédiés aux fans, les images réappropriées et métamorphosées nécessitent alors d'être identifiées et rendues accessibles par l'élaboration de descripteurs servant à désigner les images ainsi que de catégories de

¹ Terme employé dans l'ouvrage de Philippe Le Guern (LE GUERN, 2002).

² *Flickr, Youtube, Dailymotion...*

³ Ces images ont été l'objet de recherche de notre thèse de doctorat, soutenue en décembre 2007 sous la direction d'Annette Béguin-Verbrugge (TABARY-BOLKA, 2007).

classement aidant au rangement des images compilées et partagées. L'autopublication amène ainsi à des tentatives de gestions individuelles des usagers, lorsque ça n'est pas l'outil documentaire qui contraint les fans à cet exercice, comme les folksonomies sur les sites de partage communautaires.

Différents types de documents naissent des activités de redocumentarisation. Dans une démarche d'analyse à la fois structurelle et pragmatique, nous nous pencherons sur la construction sémiotique de documents nouveaux à partir d'images déjà existantes et sur la nature socio-cognitive de la structuration et du repérage dans les collections d'images construites par les fans-internautes. Notre réflexion porte sur les aspects mimétiques des activités de production et de gestion documentaire autonomes. Ces procédés mimétiques semblent engendrer une modélisation des pratiques et des productions documentaires amateurs. Nous exposons ainsi ici un ensemble de résultats de recherche montrant une véritable « contagion » des formes et des pratiques documentaires dans les communautés de fans.

1. Activités amateurs de redocumentarisation des internautes

Les images de la « culture fan », en l'occurrence, dans notre étude, celles de l'émission de télévision *Star Academy*, sont sur Internet l'objet de pratiques de redocumentarisation⁴ par les fans-internautes qui désirent partager leur passion sur Internet. Elles sont utilisées pour créer de nouvelles images qui revêtiront des rôles divers. Notre corpus d'étude est composé d'une quinzaine de contenus⁵ communautaires et personnels de l'Internet, parmi lesquels des forums, des blogs, des sites personnels et des vidéos et diaporamas déposés sur *Youtube*⁶ et *Dailymotion*⁷, deux sites de partage d'images.

Des images recontextualisées

Les images reprises par les fans sur Internet sont des images transformées par la rupture du flux séquentiel propre à la télévision et par leur insertion dans un contexte qui les place dans un ensemble de documents de formats et de types variés. Elles ne sont pas toujours issues directement de l'émission *Star Academy*, mais également de la presse écrite⁸ ou d'Internet, voire même d'une émission « citant » le programme en question ; il s'agit donc, pour certaines, d'images déjà transformées pour divers modes de publication. La réutilisation d'images au format numérique engendre une dégradation minime, qui n'est pas en tout cas identifiable par l'internaute lambda, ce qui fait que l'on peut difficilement savoir si l'image a été copiée ou directement capturée à la télévision. Les internautes qui réutilisent les images

⁴ Nous retenons la définition de Jean-Michel Salaün, pour qui la redocumentarisation consiste à « traiter à nouveau des documents traditionnels qui ont été transposés sur un support numérique en utilisant les fonctionnalités de ce dernier » (SALAÜN, 2007).

⁵ www.lacoccinelle.net/photos-artiste-65417-0.html; www.youtube.com/watch?v=9-3_t2D1vrQ;
www.dailymotion.com/video/xi5kq_star-academy-adieu-monsieur; www.dailymotion.com/video/x232bb_greg-hoda-lucie;
www.dailymotion.com/video/xsre2_star-academy-diaporama;
www.dailymotion.com/relevance/search/star%2Bacademy%2B4/video/xjdfu_star-academy-4-laissezmoi-danserliv;
lucie.forumactif.com/ ; www.forum.hoda-web.com/;
francesca-enrique.forumactif.com/ ; 40029.aceboard.net/; <http://www.univers-lucie.com/>; <http://www.gregory-online.xdir.fr/>; <http://www.e-monsite.com/francescaunestar/>;
<http://registhebest.skyblog.com/>; <http://fan2radia0407.skyblog.com/>; <http://cacahuette2801.skyblog.com/>

⁶ www.youtube.com

⁷ <http://www.dailymotion.com/fr>

⁸ Notamment la presse magazine.

médiatiques ne s'embarrassent pas des questions de droit et n'ont d'ailleurs jamais fait l'objet de poursuite dans le corpus étudié⁹. Les activités diverses de redocumentarisation participent en effet d'une forme de marketing viral qui intéresse fortement les producteurs : les fans-internautes, par leurs usages des images de l'émission, contribuent ainsi à leur visibilité sur Internet et donc à la promotion de l'émission et des célébrités qu'elle produit.

Les images reprises sont à la fois des extraits vidéo et des captures fixes du flux. Parmi les images séquentielles, on trouve l'émission parfois dans son intégralité, parfois sous la forme d'extraits choisis mettant en valeur un passage de l'émission ou la prestation d'un candidat. Dans les images fixes, on trouve des photographies des candidats, des arrêts sur images de l'émission et des images créées par les fans à partir de différents extraits d'images et ajouts de textes et couleurs en tous genres.

Les contenus électroniques dans lesquelles ces images trouvent leur place sont des contenus communautaires et personnels qui ont été créés autour de l'émission. Nous désignons sous le terme de « contenus communautaires » les sites de partages d'images et de vidéos ainsi que les forums regroupant des communautés de fans de l'émission ou d'un candidat. Il s'agit donc de contenus co-nourris par les internautes qui peuvent y partager leurs passions. Les « contenus personnels » sont quant à eux les sites personnels et blogs de fans : même si de nombreux internautes s'y expriment via les « commentaires », ils sont gérés par un seul fan. La place des images utilisées dans ces contenus est soit première soit seconde par rapport au texte : autrement dit, tantôt l'image est centrale et le texte n'est présent que pour la référencer ; tantôt elle est subordonnée au texte, elle l'illustre ou l'explique.

L'image de télévision est donc, sur Internet, *recontextualisée*. Elle doit trouver sa place dans un espace qui ne lui est pas exclusivement dédié mais mélange informations textuelles et graphiques et commentaires d'internautes. Mais les activités de redocumentarisation des images ne sont pas uniquement des activités contextualisantes ; elles sont également des activités transformatrices. Plaçant les images dans un nouveau contexte, elles en changent alors nécessairement la signification. Et c'est d'autant plus vrai que les images reprises sont l'objet de multiples réappropriations sous formes de créations de fans désignées sous le nom de « Fan Art ».

Des images transformées par le « Fan Art »

Les créations de « Fan Art » se définissent comme de nouvelles images créées sur Internet à partir d'images déjà existantes sur les médias télévision ou presse magazine et issues de la « culture fan »¹⁰. Ces images présentent le plus souvent un assemblage de différentes images, disposées de manière juxtaposée ou superposée, souvent détournées comme elles le sont dans les magazines musicaux pour adolescents. Sur ces images, la plupart des « fan-artistes » internautes ajoutent différentes formes graphiques (couleurs, motifs) ou textuelles (commentaires, messages adressés à la « star », signatures).

Dans les blogs, forums, sites personnels et sites de partage d'images observés, voici les formes que prennent ces créations :

⁹ Nous avons effectué le même constat à l'occasion d'études menées sur de nombreux autres sites, blogs et forums de fans (TABARY-BOLKA, OURY, 2007).

¹⁰ Le terme de « Fan Art » sert également à désigner un dessin réalisé par un fan à la gloire de son idole. Ce terme a d'abord été utilisé par la communauté des amateurs de mangas avant de s'étendre à toutes les idoles visibles sur la Toile.

- l'*avatar*, image ou « double virtuel » de format « photo d'identité » représente l'utilisateur d'un forum et est visible dans le profil qui accompagne ses interventions ;
- la *bannière*, image de forme rectangulaire qui accompagne les messages de l'utilisateur d'un forum, constitue un signe visuel prégnant de sa présence et l'identifie de la même manière que l'avatar ;
- la *signature*, servant dans un forum à « signer » un message, prend généralement la forme d'une bannière dans laquelle apparaît le pseudonyme de l'utilisateur, voire sa photographie, parfois mêlée à celle des stars qu'il admire ;
- le *fond d'écran* (« wallpaper ») est destiné à être inséré sur le bureau de l'ordinateur et doit être de bonne définition ;
- le *diaporama*, montage d'images fixes ou animées auquel le fan ajoute généralement du texte en surimpression, pour y laisser sa signature ou faire passer un message d'admiration pour la « star » admirée ;
- les *goodies*, sorte de « produits dérivés » de la star produits par le fan, qui peuvent prendre la forme d'étiquettes, de papier à lettres, de gif animé, etc.

Ces images peuvent également, sur les sites personnels, être intégrées dans des galeries d'images et de vidéos, fichiers ou sont compilées les images de la star, dans une logique qui peut être thématique ou chronologique.

Les images de Fan Art représentent le degré de transformation ultime des images de télévision transférées dans les contenus créés par les fans. Elles sont prédominantes visuellement dans le corpus observé, et notamment dans les forums, et n'échappent pas à la nécessité d'être identifiées par un « marquage » effectué par le « fan-artiste ».

Le « marquage » des images de Fan Art

Le Fan Art transforme donc l'image en créant, à partir de ce matériau, de nouvelles images. Réalisées, dans notre corpus, par des internautes adolescents, voire pré-adolescents, les œuvres n'ont pas nécessairement une ambition artistique mais visent à exprimer l'admiration de leurs créateurs pour des célébrités née du programme *Star Academy*. Les images reprises permettent souvent de démultiplier la figure du candidat idolâtré, et les productions de Fan Art en viennent ainsi pour certaines à ressembler aux magazines pour adolescents, dont les couvertures sont surchargées par des photographies de visages juxtaposées et superposées. Dans le cas des sites et blogs de fans, c'est souvent un visage unique qui est repris, parfois à l'identique, parfois dans des profils et des attitudes variés. L'ensemble des transferts d'images observés montre un panorama de reprises d'images qui confère à l'idolâtrie et montre des processus identificatoires qui se jouent sur plusieurs modes. Les créations de Fan Art sont donc également régies par des processus d'identification : utiliser l'image de la célébrité comme avatar ou comme signature semble en effet symptomatique des processus d'identification en jeu à l'adolescence.

Mais la signature ou la mention du blog ou site personnel du fan duquel l'image est issue ne possède pas uniquement un caractère identificatoire par rapport à la célébrité. Elle permet également de marquer l'image, de la « tatouer » pour qu'on sache qui l'a produite et qu'elle puisse, à son tour, promouvoir le talent du créateur dans la communauté des fans. Dans les images servant de signature ou d'avatar dans les forums, l'internaute indique généralement le nom de la star ainsi que son propre prénom, pseudonyme ou URL de site ou blog personnel, et éventuellement un message. Il y a ainsi une cohérence générale des types de termes servant à

« marquer » - et donc qualifier - les images sans qu'il y ait pour autant d'homogénéisation ou de règle véritable qui s'impose.

Les images n'ayant pas été transformées par les internautes sont également désignées par des mentions textuelles insérées dans l'image. Dans le cas de l'image fixe, il peut s'agir de la date de diffusion de l'image, de la saison de *Star Academy* concernée, voire des noms des candidats présents à l'image ; dans le cas de l'image séquentielle, c'est très souvent la date qui apparaît.

Comment ces images, en quantité abondante dans les forums, blogs, sites personnels et de partage, sont-elles ensuite organisées et indexées ? Quelles sont les logiques cognitives qui prévalent alors dans ces activités exercées par des non spécialistes ?

2. Pratiques documentaires amateurs et reconnaissance des images par les usagers

Les images transférées depuis la télévision vers Internet par les fans auteurs de contenus prennent donc des formes multiples. Nous allons voir que les choix effectués par ces derniers en termes d'organisation et d'indexation des images suivent une logique adoptée par la majorité et visent à aider les usagers à se repérer dans la masse des images. Nos répertoires visuels, évolutifs, jouent également un rôle important dans la reconnaissance de toutes ces images redocumentarisées.

Organisation des contenus : les choix des auteurs

Les sites, blogs et forums compilent les images dans un véritable souci de collection. Le volume important d'images compilées appelle la mise en place d'un système de repérage, de rangement des images admirées. Dans notre corpus, l'utilisateur d'Internet, devenu auteur, créateur, rend visible cette structuration. Ce rangement s'effectue donc généralement par le biais de la construction de catégories et de rubriquages bien spécifiques, qui permettent d'apporter une structure visuelle et cognitive à la « collection ». Pour Jean-Marie Klinkenberg, « en utilisant des signes, on structure du même coup l'univers » (KLINKENBERG, 1996, p.38) ; « nous disposons ainsi d'échelles, qui nous servent à situer les sollicitations qui nous viennent au monde, ou encore des cases où nous pouvons situer ces sollicitations » (KLINKENBERG, 1996, p.39).

Les images sont insérées dans des rubriques dédiées. La mise en place de catégories de classement permet au fan de maîtriser d'autant plus les images qu'il s'approprie et manipule, transforme. Peu catégorisée à l'écran, l'image de télévision est, sur Internet, catégorisée de manière beaucoup plus fréquente en fonction de la nature des images reprises qu'en fonction du contenu de l'image. Dans la plupart des sites observés, la catégorisation des images s'effectue ainsi par types d'images et types d'émissions. Nous avons vu en effet, concernant les types d'images, que les images reprises ne proviennent pas toujours directement du flux télévisuel mais parfois également de la presse écrite et de différentes sources sur Internet. La catégorisation par type d'émission s'explique par le fait que le programme *Star Academy* se décline en deux formats d'émissions : le « prime¹¹ », qui est l'émission hebdomadaire diffusée en soirée et lors duquel les candidats interprètent des chansons et chorégraphies en direct sur

¹¹ En référence au terme *prime time*, qui désigne la tranche horaire de début de soirée, celle où le maximum de téléspectateurs est réuni devant son poste.

un plateau de télévision ; la « quotidienne », émission diffusée chaque jour en fin d'après-midi pendant les trois mois de diffusion et présentant un résumé de la journée des candidats au château¹². Dans les sites observés, les images se trouvent le plus souvent insérées dans des rubriques intitulées « vidéo », « photographies de presse », « prime » et « château » (terme servant à désigner l'émission quotidienne).

Dans les sites de partage de vidéos tels *Youtube* et *Dailymotion*, les images sont indexées par mots-clés (ou « tags ») par les fans-internautes qui les déposent ; ceux-ci doivent également choisir une catégorie prédéfinie dans laquelle « ranger » le document. Ces sites ont en effet mis en place des procédures d'autoréférencement. Il n'y a donc ni normalisation ni homogénéité dans l'indexation : les vidéos mal indexées peuvent ne jamais pouvoir être consultées par ceux qu'elles intéressent. Dans le corpus observé, l'ensemble des extraits et montages déposés sur ces sites n'est pas référencé temporellement. Les « tags » utilisés sont très souvent les prénoms des candidats ainsi que le titre de la chanson interprétée. Une vidéo du générique de l'émission¹³ est par exemple indexée à l'aide des termes « Hoda », « karima », « francesca », « enrique », « harlem », « sofiane », « sandy », « john », « mathieu », « lucie », « grégory », qui sont les prénoms des candidats présents dans la vidéo, ainsi que les termes « star », « academy », « générique » et « tf1 ». La plupart des vidéos sont précédées d'un insert renvoyant au « copyright¹⁴ » d'un site, blog ou forum de fan et au pseudo du créateur. Cela crée un effet de renvois et de correspondances permettant de faire connaître ses créations ou son blog mais aussi de créer un réseau de sites dans lesquels la communauté pourra rayonner.

Les images ne sont pas uniquement référencées selon des termes textuels ; elles le sont aussi par des images. L'arrêt sur images, et même l'extrait d'un arrêt sur images¹⁵, est très souvent employé dans les forums pour référencer une vidéo, avec l'impératif de devoir être le plus représentatif possible de la séquence référencée : c'est cette image seule, sur laquelle bien souvent l'internaute clique pour visionner la vidéo, qui doit inciter au visionnage. Ce sont parfois des images créées par les fans, des images de type « Fan Art », détournées puis juxtaposées ou superposées, qui sont choisies pour référencer une série d'images. Dans les sites personnels, peu de menus sont composés avec des images. La majorité possède un menu sobre, où les séquences sont désignées par un intitulé textuel.

Les auteurs des sites mettent donc en place des rubriques servant à référencer les images. Celles-ci instaurent un classement nécessairement autoritaire qui renvoie à la manière dont l'ensemble des images circulant dans les médias est perçue par les auteurs : il n'y a pas de normalisation des pratiques documentaires amateurs. Pour autant, nous verrons qu'une modélisation de ces pratiques est à l'œuvre au sein des communautés de fans et que l'individualité de l'auteur d'un site ne ressort pas forcément dans ses choix documentaires.

Mobilisation du répertoire dans la reconnaissance des images

La démultiplication des images, qui a connu son essor avec le développement de la société de consommation, s'est encore accrue avec l'avènement de l'Internet et des nouvelles technologies de l'information. L'image est « redocumentarisée » : elle change de support, elle

¹² Lieu où vivent en vase clos les candidats pendant la durée du programme.

¹³ http://www.youtube.com/watch?v=9-3_t2D1vrQ

¹⁴ Le terme est utilisé entre guillemets car on ne peut appliquer de véritable copyright à des documents qui, eux-mêmes, n'en respectent pas les principes, étant composés d'images non libres de droit.

¹⁵ Une image tronquée.

migre et ce faisant change de forme, adopte les contraintes de son nouveau support et les impératifs de lecture, les attentes de son nouveau lectorat. Pour Annette Béguin, notre œil s'est habitué à cette prolifération d'images de tous types (BEGUIN, 2006, p.179) ainsi qu'aux mutations récentes des formes visuelles. La construction du regard et du répertoire se fait donc aujourd'hui à travers la circulation, la démultiplication, la polymorphie et la transformation des images. Le contexte, les indices, la mémoire et le répertoire visuel constituent autant d'éléments qui guident le lecteur dans la réception d'images transférées d'un média à un autre.

La reconnaissance des images « redocumentarisées » ne fait donc pas uniquement appel à la qualité des techniques documentaires des auteurs de contenus dédiés à *Star Academy*. Elle fait appel à la mémoire qui puise dans nos « répertoires visuels » afin de décoder l'image. Elle fait également appel à un effort cognitif passant par la recherche de « traces », de signes qui permettent de reconnaître dans une image d'Internet les indices de l'image télévisuelle d'origine. Dans le corpus observé, la carence en référencement des contenus dits « personnels » et/ou « communautaires » complexifie la tâche du lecteur, de même que la nouvelle contextualisation des images dans la page Web, qui rend difficile leur reconnaissance.

L'utilisateur d'Internet met en place des processus inférentiels qui lui permettent de restituer un contexte aux images transférées : pour cela, il interprète les indices et systèmes d'index qui lui sont fournis par le média à l'aide de son « répertoire ». Pour Jean-Marie Klinkenberg, « Le découpage de l'univers n'est pas défini une fois pour toutes. Il est toujours relatif, lié qu'il est au système de connaissances, aux valeurs d'une culture, aux fonctions utilitaires définies par celles-ci. A ce que l'on nommera une encyclopédie » (KLINKENBERG, 1996, p.39). Ou un répertoire. Nous retenons ici la définition du répertoire apportée par le Groupe μ dans son *Traité du signe visuel* : « Le répertoire peut approximativement être défini comme un système de types (une « typothèque »). Il le sera avec plus de rigueur en tant qu'organisation, hiérarchisée en niveaux, des propriétés visuelles ou non visuelles mobilisées par la mémoire du sujet percevant, et attribuées à l'objet » (KLINKENBERG, 1996, p.97). Organisé, hiérarchisé, le répertoire est aussi « un système constitué de différences » (KLINKENBERG, 1996, p.95). Ainsi, le répertoire visuel est ce qui nous permet de reconnaître une forme parmi les autres, par différenciation, d'après le système de reconnaissance et de classification des signes visuels que nous avons individuellement et mentalement constitué.

L'élaboration de ce répertoire se ferait selon un processus de classement lors duquel l'appareil perceptif attribue des critères distinctifs à ses stimuli. Et le Groupe μ décrit la mobilisation du répertoire de la manière suivante : « Toutes les images perçues sont soumises à une épreuve de conformité : elles sont confrontées à des types¹⁶, et l'hypothèse est faite qu'elles sont des occurrences de ce type. Elles se voient alors attribuer ou refuser les propriétés appartenant à ces types, de sorte que l'hypothèse est soit vérifiée, soit infirmée » (GROUPE MU, 1992, p.97). Du point de vue cognitif, nous percevons donc ce que notre « répertoire visuel » nous a préparé à recevoir ou s'attend à recevoir ; l'utilisateur d'Internet, s'il est également un téléspectateur attentif de *Star Academy*, pourra ainsi reconnaître rapidement la nature télévisuelle des images qui sont reprises par les fans sur Internet.

¹⁶ Les « types » correspondent ici à des « modèles théoriques », « des formes, au sens hjelmslévien du terme ». (GROUPE MU, 1992, p.97).

Dans un document, les systèmes d'indexation, la mise en forme, l'organisation visuelle, les cadres, sont autant d'éléments du plan de l'expression nous permettant d'accéder rapidement à la lecture de documents dont les critères d'organisation généraux correspondent à ceux emmagasinés dans nos répertoires visuels. L'absence d'expertise documentaire des auteurs et gestionnaires de contenus nous amène à penser que ceux-ci ont nécessairement puisé dans leurs répertoires visuels, et donc dans l'ensemble des contenus qu'ils ont visité sur Internet, pour mettre en place leurs systèmes de rangement et d'indexation des images. Dans le corpus observés, ces systèmes, ainsi que leur contenu documentaire, possèdent en effet de nombreuses similarités. Dans le contexte de l'Internet et de la prolifération exponentielle des outils qu'il propose, nous constatons une évolution accélérée de nos répertoires visuels, ce qui explique que les usagers assidus d'Internet parviennent à se repérer visuellement dans des espaces en constante évolution.

3. Modélisation des documents et des pratiques

Les collections exploitées par les fans portent sur une masse conséquente de documents visuels et sont empreintes de « contaminations » réciproques qui aboutissent à une modélisation des documents et des pratiques documentaires amateurs.

La collection, une masse documentaire standardisée

La recrudescence d'images de l'émission induite par les transferts entre médias n'est pas sans lien avec la prolifération, sur Internet, des contenus produits par ses fans. Nos observations nous ont rapidement appris que les différents acteurs des contenus de notre corpus (auteurs, usagers, commentateurs) étaient des adolescents, et très souvent des adolescentes. Leur âge n'est pas systématiquement mentionné, mais le vocabulaire, les expressions, les tournures de phrases employées, les très nombreuses fautes d'orthographe ainsi que l'emploi fréquent du langage SMS étaient il y a encore quelques mois symptomatiques du « parler jeune » ou « écrire jeune » sur Internet¹⁷. L'adolescent compile les images dans un souci de collection et d'abondance qui n'est pas nouveau et est à relier à un comportement « fétichiste » vis-à-vis des images. Pour Edgar Morin, « comme tout culte spontané et naïf mais entretenu par ceux qui en profitent, le culte des stars s'épanouit en fétichisme. L'amour impuissant veut se fixer sur un fragment, un symbole de l'être aimé, à défaut de sa présence réelle » (MORIN, 1972, p.83).

Internet possède la particularité de rendre visible des pratiques qui avant échappaient au regard en se cantonnant au cercle domestique (la chambre, la maison) et privé (l'école, les amis). Notre étude nous a permis d'observer des comportements de conservation, de compilation, de collection publicisés sur Internet et donc rendus davantage accessibles au chercheur. Les fiches et posters des magazines, autrefois compilées dans des classeurs ou collés dans des cahiers, trouvent sur Internet leur équivalent en images numériques rangées dans des fichiers et accessibles par des onglets ou un menu. De manière informelle, une adolescente « fan » de Jenifer¹⁸, nous a confié qu'elle recherchait régulièrement sur Internet des images de son idole, qu'elle conservait ensuite jalousement dans des fichiers de

¹⁷ Cette donne est en train de changer et le langage SMS est peu à peu proscrit, par exemple, de l'ensemble des forums de fans, dans le but semble-t-il d'en masquer l'amateurisme, de ressembler le plus possible à un forum officiel.

¹⁸ Jenifer est la gagnante de la saison 1 de *Star Academy*. Elle poursuit une carrière musicale à succès depuis la fin de l'émission, en 2001.

bureautique protégés par un mot de passe ; elle nous a confié également qu'il lui arrivait parfois d' « échanger » ces images par mail ou messagerie instantanée, mais qu'il était pour elle hors de question de les partager librement. Tout son investissement en temps et en formulation d'équations de recherche avait contribué à constituer pour elle une collection de valeur, de même les magazines présentant des images de Jenifer, tous conservés au fond d'une armoire. Ce type de comportement, opposé à celui de la publicisation de la collection, est plus difficile à observer, même s'il existe également.

L'appropriation de l'image par le fan est donc avant tout matérielle. Avant de devenir manipulation, elle représente une maîtrise, une mainmise sur l'image et plus particulièrement les représentations visuelles d'une « idole ». Cette appropriation passe, dans le corpus observé, par la compilation des images dans un site, blog ou forum dédié. Si les pratiques de collection nous montrent que les adolescents sont souvent dans une relation fétichiste à l'image, elles nous montrent surtout qu'ils sont dans une logique d'accumulation qui s'attache plus à la quantité d'images compilées qu'à leur qualité ou à leur rareté, comme le feraient nombre de collectionneurs. L'accumulation se fait, sur Internet, par la copie depuis d'autres sites, la collection perdant alors toute marque d'individualité du collectionneur. Cette collection, fonctionnant par emprunts réciproques entre les différents sites et donc les fans, devient standardisée, sans originalité mais touche à l'exhaustivité.

3.2. Mimétisme des pratiques et principe d'économie cognitive

Si la collection, la masse d'information conservée et échangée dans les communautés de fans, est une construction standardisée et donc empreinte de mimétisme, les pratiques de gestion de la masse documentaire le sont tout autant, même si la mise en forme des menus diffère selon les sites, qui cherchent parfois à marquer leur particularité graphique.

Le mimétisme dont il est ici question est un mimétisme entre les fans auteurs de contenus et créateurs d'images. Ne connaissant pas les « bonnes pratiques », ils copient les pratiques observés chez d'autres fans auteurs de blogs, sites ou forums. L'ensemble des rubriques créé est en effet régi par des phénomènes de « contamination » : l'auteur du site ne réfléchit pas toujours à la catégorisation des images, il s'inspire souvent du rubriquage d'autres sites ou se contente même de le copier. Cela nous semble évident lorsque nous observons que la majorité des sites, qu'ils soient de nature personnelle ou communautaire comme les forums, reprennent les mêmes titres de rubriques : « Goodies », « Fan Art/ Créations », « Presse », « Prime » ou encore « Château ».

La gestion des images montre donc, chez les internautes créateurs de contenus, une préoccupation commune à la mise en ordre des images qui sont affectivement investies. Cette mise en ordre, emprunte de contaminations, reflète un ordonnancement qui a rarement été pensé de manière individuelle et est bien souvent le fruit d'une construction communautaire standardisée et ensuite reproduite. Par mimétisme, des auteurs tentent de s'intégrer dans une norme peu à peu construite collectivement.

Pour renforcer cette problématique du mimétisme, nous pouvons parler également ici d'un principe d' « économie cognitive¹⁹ ». Pour Annette Béguin, « La pente naturelle de l'activité mentale, dans les activités sociales ordinaires et en dehors de toute consigne ou tout effort particulier, est plutôt celle de l'économie cognitive » (BEGUIN, 2006, p.63). C'est donc tout

¹⁹ Le principe de l'économie cognitive explique d'ailleurs également le succès des folksonomies, bien plus faciles à utiliser pour l'utilisateur lambda que l'indexation documentaire « classique ».

naturellement que les auteurs de contenus en ligne se réfèrent à des organisations documentaires déjà existantes.

Conclusion

Pour Olivier Ertzscheid et Gabriel Gallezot, la masse documentaire générée par le Web 2.0. « amène à une renégociation des espaces et des typologies documentaires classiques » (ERTZSCHEID, GALLEZOT, 2006). Dans le cas des communautés de fans, il s'agit bien d'espaces documentaires où les informations textuelles et graphiques circulent et sont produites et gérées de manière amateur, par des internautes qui ne sont ni techniciens ni documentalistes. Dans une communication antérieure, nous avons qualifiés les fans-internautes de « technophiles » (TABARY-BOLKA, OURY, 2007). Les techniques documentaires « mimétiques » semblent être plutôt quant à elles des « passages obligés » pour parvenir à gérer les masses d'informations produites et échangées.

Références bibliographiques

BEGUIN-VERBRUGGE, A., (2007) Migrations et mixités sémiotiques : lire un système d'écriture dans un autre. In *Actes du VIIIème congrès de l' AISV-IAVS « cultures du visibles »*, Istanbul, 29 mai-2 juin 2007, pp.43-55.

ERTZSCHEID, O., GALLEZOT, G., (2006). Etude exploratoire des pratiques d'indexation sociale comme une renégociation des espaces documentaires. Vers un nouveau big bang documentaire ? In CHARTRON G., BROUDOUX, E. (Eds). *Document numérique et société*, ADBS Éditions (document en ligne à l'adresse < http://affordance.typepad.com/mon_weblog/files/sdndocsoc.pdf >)

GROUPE μ ., (1992). *Traité du signe visuel : pour une rhétorique de l'image*. Paris : Editions du Seuil.

KLINKENBERG, J-M., (2000 (1997)). *Précis de sémiotique générale*. Paris : Editions du Seuil.

LE GUERN, P. (dir.), (2002). *Les cultes médiatiques. Culture fan et oeuvres cultes*. PU de Rennes.

MORIN, E., (1972). *Les stars*. Paris : Editions du Seuil.

SALAÛN, J-M., (2007) La redocumentarisation, un défi pour les sciences de l'information. In *Etudes de Communication* n°30, (document en ligne sur < <https://papyrus.bib.umontreal.ca/dspace/handle/1866/1724>>)

TABARY-BOLKA, L., OURY, G., (2007). Figure de la vulnérabilité numérique : L'adolescent technophile, maître et esclave de l'image. In *Actes du 14^{ème} colloque international du CREIS –TERMINAL IS 2007 « De l'insécurité numérique à la vulnérabilité de la société »*, pp.97-108.

TABARY-BOLKA, L., (2007). *Éléments pour une analyse sémio-pragmatique du transfert multisupport de l'image télévisuelle : les cas des images de l'émission Star Academy 4 transférées sur Internet et dans la presse magazine*. Thèse pour le Doctorat en sciences de l'information et de la communication sous la direction d'Annette Béguin, soutenue à Lille3 le 5 décembre 2007.