



HAL
open science

Les forums de fans chinois des films français: une expérience d'appropriation collective, personnelle et internationale de films cultes

Yu Zhou

► **To cite this version:**

Yu Zhou. Les forums de fans chinois des films français: une expérience d'appropriation collective, personnelle et internationale de films cultes. 2014. hal-01059784

HAL Id: hal-01059784

<https://hal.science/hal-01059784>

Submitted on 1 Sep 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.

LES FORUMS DE FANS CHINOIS DES FILMS FRANÇAIS : UNE EXPERIENCE D'APPROPRIATIONS COLLECTIVE, PERSONNELLE ET INTERNATIONALE DE FILMS CULTES

Zhou Yu, doctorante, laboratoire GERiiCO, Université de Lille 3

Grâce aux diffusions par internet, et à l'évolution des supports technologiques, les produits culturels sont désormais accessibles à un public beaucoup plus large, plus internationalisé. Le contexte de globalisation propre à notre époque implique une «compression de l'espace-temps» (*time-space compression*) (Harvey, 1990 : 240 ; Storey, 2003 :107) dans la mesure où le monde semble se rétrécir sous l'influence des nouvelles technologies ce qui entraînent une énorme évolution de la vie sociale. Nous nous intéresserons dans cet article à des pratiques culturelles liées à ces évolutions de la réception des œuvres culturelles par les publics, notamment des films français, en contexte franco-chinois. Nous analyserons plus particulièrement une pratique culturelle en développement sur internet, celle des sites de fans des films français en Chine.

Depuis ces dernières années (surtout après 2001 où la Chine a participé à l'Organisation Mondiale du Commerce), la Chine communique de plus en plus fréquemment avec l'Europe, non seulement au niveau économique, mais aussi dans les domaines de la culture et la politique. Dans ce contexte, les œuvres culturelles européennes attirent de plus en plus de publics chinois. Nous nous sommes intéressée à ce phénomène et avons tenté de comprendre le processus de la construction d'une œuvre culte dans un cadre franco-chinois. Prenant l'exemple du cinéma français, nous nous sommes demandé comment les publics chinois interprètent les films français dans le contexte chinois, comment ils se les approprient et construisent des communautés de passion, comment ils interagissent, s'organisent et communiquent au sein de ces communautés. Nous avons essayé de comprendre comment les publics transforment un film populaire en film culte et quel rôle jouent les forums de fans dans la construction des communautés.

Pour mener cette étude, qui prend place dans une recherche doctorale en sciences de l'information et de la communication¹, nous avons collecté plusieurs types de données, à la fois quantitatives et qualitatives : sondages, questionnaires et entretiens. Ces méthodes nous ont permis de recueillir des données sur les pratiques, sur les perceptions, les opinions et les motivations des publics et de mieux comprendre le processus communicationnel de l'expression des passions sur les films. Les sondages et les questionnaires ont permis d'obtenir des informations générales sur les publics potentiels des films français : statuts sociaux, moyens du visionnement des films, préférences... Les entretiens nous ont permis, quant à eux, de recueillir des données plus complètes et plus précises et nous aident à comprendre plus profondément les sentiments des publics sur les films, leurs modes d'appropriation, leurs façons de communiquer, les comportements participatifs dans une communauté, etc. Nous avons donc effectué des observations puis des analyses de discours sur les forums chinois liés aux films français afin de recueillir nos données. Nous avons ensuite mené des entretiens avec certains membres des forums, en sélectionnant les personnes intéressés, volontaires et actifs sur les forums de fans.

L'Internet joue un rôle indispensable dans la réception des films français en Chine, et ce pour deux raisons principales. D'un côté, la Chine est un grand pays au niveau géographique. Le web permet donc de rassembler les publics de différentes régions ce qui est plus difficile qu'en prétentiel. D'un autre côté, la plupart des films français ne sont diffusés que sur Internet. D'après les questionnaires que nous avons réalisés, Internet est le moyen principal pour connaître les films français pour 92% des interviewés. Les discours sur les forums sont donc nécessaires pour notre analyse. Il s'agit d'une observation des sujets abordés, du contenu et de la fréquence de discussions des publics. Nous avons analysé quelques principaux sites que les fans utilisent: *Tieba*, *Douban* et *Mtime*. Le premier est un forum chinois créé en 2003, régi par le moteur de recherche chinois "*Baidu*", qui est le site le plus visité en Chine et le huitième site le plus

¹ Zhou Yu, *Etude des modes d'appropriation de films français en Chine : processus communicationnel de construction des oeuvres cultes par le public*, GERIICO.

visité sur Internet dans le monde en mars 2010. Grâce aux nombreux utilisateurs de Baidu, *Tieba* est devenu le plus grand forum chinois qui compte plus de 10 000 sous-forums. *Douban*, lancé le 6 mars 2005, est un site Internet SNS chinois permettant aux utilisateurs d'enregistrer des informations et de créer des contenus liés au cinéma, livres, et musique. C'est un réseau qui se construit autour d'intérêts spécifiques. *Mtime* est un site chinois fournissant des services et des informations cinématographiques en ligne (équivalent d'Allociné en France). Il offre des informations et des actualités concernant aux films, réalisateurs ou acteurs. Nous avons constaté que ces sites étaient fréquemment utilisés par les fans. Après une comparaison des différents forums sur ces sites² (sur le plan de l'interaction entre des membres, de l'ambiance et des publics), nous avons choisi ceux qui nous ont semblé être les plus intéressants par rapport à notre problématique et qui correspondent à des films qui ont un très grand succès: un forum du film « *Le fabuleux destin d'Amélie Poulain* » sur *Tieba* et un forum de « *La Grande Vadrouille* » sur *Tieba*. Nous avons choisi environ 200 sujets de discussion sur ces deux forums. Il s'agit notamment de sujets qualifiés de « sujets d'excellence » par les modérateurs ou qui suscitent de nombreuses réactions. Nous avons classé ces sujets selon différents thèmes et mené une analyse des discours et échanges entre passionnés.

Pratiques des fans: admirer, interpréter, critiquer, produire...

Les travaux de Michel de Certeau sur l'appropriation des oeuvres nous semblent intéressants pour comprendre les pratiques des fans. Dans son livre « *L'invention du quotidien* », Michel de Certeau considère que la consommation (dont la consommation des produits culturels) peut être aussi une production : « *À une production rationalisée, expansionniste autant que centralisée, bruyante et spectaculaire, correspond une autre production, qualifiée de "consommation" : celle-ci est rusée, elle est dispersée, mais elle s'insinue partout, silencieuse et quasi invisible, puisqu'elle ne se signale pas avec des produits propres, mais en manière*

² Par exemple, nous avons comparé les deux forums d'*Amélie Poulain* sur *Tieba* et *Douban*. Nous avons observé qu'il y avait plus de membres et que l'ambiance était plus vivante sur le premier forum.

d'employer *les produits imposés par un ordre économique dominant*³»(De Certeau, 1990). Il emploie deux termes pour décrire l'art des contournements par les consommateurs: la « tactique » qui est « *un calcul qui ne peut pas compter sur un propre ni sur une frontière qui distingue l'autre comme une totalité visible* »; la « stratégie » qui est « *le calcul des rapports de forces qui deviennent possibles à partir du moment où un sujet de vouloir et de pouvoir est isolable d'un "environnement"* ». ⁴

Les caractéristiques de la *stratégie* montrent que dans les pratiques de la vie quotidienne ou dans la lecture, les consommateurs/lecteurs sont actifs : « *Il insinue les rues du plaisir et d'une réappropriation dans le texte de l'autre : il y braconne, il y est transporté, il s'y fait pluriel comme des bruits de corps... Cette mutation rend le texte habitable à la manière d'un appartement loué. Elle transforme la propriété de l'autre en lieu emprunté, un moment, par un passant* ».

Henry Jenkins reprend les termes « braconnage » et « stratégie » de De Certeau pour définir les fans de la culture médiatique. Il indique que la notion de « braconnage » ne désigne pas une théorie de la lecture à contresens (« misreading »), mais une théorie de l'appropriation (Jenkins, 1992 :28). Jenkins décrit les fans comme des consommateurs qui produisent, des lecteurs qui écrivent, et des spectateurs qui participent. Selon lui, les fans sont souvent les premiers qui découvrent la possibilité de devenir les participants par l'intermédiaire de nouvelles technologies. Il pense que les œuvres peuvent être explorées et interprétées par les fans. L'activité des lecteurs n'est plus simplement de retrouver les sens d'auteurs, mais aussi de retravailler sur les matériaux empruntés pour les mettre dans leurs expériences vécues. En étudiant les fans de *Star Trek*, il indique que le fandom est une manière de s'approprier les oeuvres médiatiques et de les relire d'un mode qui sert à de différents intérêts, d'une manière de transformer la culture de masse en culture populaire(Jenkins, 2006 : 40). Donc pour Les fans, leur oeuvre culte n'est pas simplement quelque chose qui peut être relu; c'est également quelque chose qui peut et doit être réécrit pour le rendre plus propre à leurs besoins, pour produire des significations personnelles et du plaisir.

³ Michel de Certeau. *L'invention du quotidien, I. Art de faire*. Edition Gallimard. 1990. XLVI.

⁴ Ibid.

Nous avons observé ces comportements dans notre corpus de forums des fans chinois des films français. Tout d'abord, nous avons pu observer de nombreuses discussions concernant l'activité d'interprétation des films au sein des forums. C'est une étape importante dans l'appropriation des oeuvres. En analysant, commentant et étudiant le film, les fans s'en approchent, admirent et légitiment leur film culte. Ainsi, les fans d'*Amélie Poulain* s'intéressent aux détails esthétiques du film: par exemple, dans le sujet de discussion « *Pour quelles raisons vous aimez Amélie Poulain ?* », plusieurs fans affirment être attirés par la mise en scène et la photographie puisqu'ils « construisent un monde fantastique » ; certains s'intéressent à la bande originale du film. Cela constitue pour eux des arguments pour qualifier le film de chef d'oeuvre. Plus profondément, certains fans cherchent à comprendre, ce qu'ils pensent être les significations profondes du film en étudiant les petits indices du film : les analyses des caractères des personnages, les intentions du réalisateur ou la « francité » montrée dans le film. Une fan annonce qu'elle est « tombée amoureuse » de la France : « *Je trouve que le romantisme français est vraiment à la hauteur de sa réputation. J'aime bien dans le film les fleurs dans la rue, les appartements avec des décors merveilleux, les cafés agréables et romantiques. Je pense que les pays européens doivent être juste comme ça* ». Le film montre un monde idéal qui correspond à l'attente des fans. Dans *La grande vadrouille*, les fans s'intéressent aussi aux éléments concernant la société française. Ils creusent le contexte de la deuxième guerre mondiale afin de mieux appréhender l'histoire racontée : « *La France est déjà un pays très développée pendant la deuxième Guerre Mondiale ?* » « *La vraie France pendant l'époque de l'Occupation* », etc. Pour les fans, le film est un aussi moyen de connaître une culture étrangère en étudiant, interprétant les détails du film. Lors de nos enquêtes, nous avons observé qu'un film comme *La grande vadrouille* était « productible » (Fiske, 1992) pour les publics car il permet au public de produire plusieurs interprétations et de développer une activité de discussion sur celles-ci. Par ailleurs, les interprétations des publics donnent des nouveaux sens à un film et en font évoluer la réception et la notoriété. C'est pour cela qu'un film populaire pourrait devenir un film « classique » après 48 ans de sa production.

Les interprétations du film ne sont pas identiques chez les fans. Certains comprennent plus facilement l'oeuvre et peuvent produire une interprétation complète et précise alors que d'autres ont plus ou moins des difficultés ou des doutes au cours de la perception du film. Par exemple, nous avons observé que certains fans posaient des questions sur les détails du film et d'autres pouvaient répondre aux questions facilement : « *Pourquoi Amélie met des pierres dans sa poche ?* » « *Pourquoi Amélie a trouvé la boîte de trésor lorsque Lady Diana est décédée ? Est-ce que le réalisateur implique quelque chose ?* ». Les autres proposent plusieurs réponses dont l'une est : « *Je pense que cette scène sous-entend que la petite boîte d'Amélie donne une influence plus forte sur la vie d'Amélie qu'un grand événement mondial (le décès de Lady Diana)* ». Bien entendu, les interprétations sont différentes pour différents fans, mais certains fans (comme celui que nous avons cité) montrent une bonne compétence de compréhension et produisent donc des interprétations subtiles à propos du film.

Ensuite, certains passionnés produisent leurs propres oeuvres pour rendre hommage à leur film culte et aux personnages et pour prolonger le plaisir. L'imitation du scénario du film, la reprise de la bande originale, les dessins, ou l'écriture des critiques, etc. On peut citer en occurrence : un fan de *La grande vadrouille* a illustré une scène du film en cartoon pour commémorer le film, ce dessin a été même collectionné dans son ouvrage « *Le souvenir de la génération 80* » qui a été publié en juin 2012. A partir de ces productions, les fans renforcent le lien avec l'oeuvre et avec les autres fans. Cette production peut être engagée dans leur vie réelle : un fan d'*Amélie Poulain* a créé un restaurant qui se situe à Chang Zhou⁵ en imitant le décor du film notamment en utilisant les couleurs rouges et vertes. Dans ce processus, le film intervient dans la vie quotidienne des fans d'une manière directe. Il n'est plus simplement une oeuvre, il est devenu une référence du mode de vie et les fans sont devenus corrélativement des acteurs de leurs propres oeuvres.

Les productions des fans sont étroitement liées aux expériences personnelles. Plus précisément, de bons niveaux de connaissances dans certains domaines pourraient aider à la production des oeuvres. Par exemple, un des nos interviewés a rédigé une

⁵ Une ville de la province du Jiangsu en Chine.

critique sur *La grande vadrouille* qui explique tous les petits détails du contexte de la deuxième Guerre Mondiale. Ensuite, les compétences personnelles pourraient influencer l'expression: ceux qui ont une bonne compétence de compréhension et d'écriture peuvent s'exprimer plus facilement ; certaines compétences sont requises pour dessiner, etc. Autour d'un même film, les productions sont diverses : ceux qui ont un talent d'écriture sont peut-être passionnés par l'écriture des critiques ou des essais ; ceux qui sont professionnel dans la musique vont probablement s'intéresser à la bande originale. La production des oeuvres par les fans reflète non seulement l'interprétation du film, mais aussi leurs passions et leurs plaisirs.

Le contexte social doit également être pris en considération dans les interprétations et la production des oeuvres, surtout dans le contexte d'interprétation d'une culture différente. Une question a été posée plusieurs fois sur le forum d'Amélie Poulain: « *Que représente l'ordre des bisous lorsque Nino embrasse Amélie à la fin du film ?* ». Certains pensent que cela représente un rituel pour exprimer l'amour en France. Evidemment, les publics chinois interprètent le film différemment que les publics français ou d'autres pays, car ils y apportent leurs propres expériences et leur vision sur le romantisme français, qui diffèrent en fonction des contextes culturels.

C'est pour cela que les intérêts des fans se focalisent sur les éléments qui sont proches de leurs expériences sociales/culturelles. Sur le forum Amélie Poulain, plusieurs fans mentionnent un détail qu'ils ont trouvé dans le film : par exemple, il y a un jeu de carte chinois dans la boîte au trésor de Bretodeau trouvé par Amélie. Les fans sont tellement contents d'avoir trouvé ce détail qu'ils développent plusieurs interprétations sur ce petit détail: certains supposent que c'est une représentation de la bonne relation diplomatique entre la France et la Chine à cette époque; certains analysent que les produits chinois sont déjà importés en France à cette époque-là. Ce phénomène existe aussi chez les fans du film de *La Grande Vadrouille*. Puisque la Guerre Sino-japonaise de 1937 à 1945 fait partie des conflits de la Seconde Guerre mondiale, les fans chinois font une comparaison entre la relation sino-japonaise telle qu'ils l'ont perçue dans les oeuvres chinoises et la relation franco-allemande telle qu'elle est montrée selon eux dans le film. Un fan a posé une question : « *Les Allemands sont-ils polis avec les Français pendant la guerre?* », cet

auteur a cité plusieurs détails pour exprimer son trouble: « *Le soldat allemand s'excuse quand il interrompt la répétition de musique* »; « *Quand les soldats allemands perquisitionnent chez Juliette, elle jette son bagage et les soldats le tiennent pour elle...* ». Ces images sont très différentes que celles reçues dans les films chinois de la guerre sino-japonaise qui sont souvent très négatives. Pour quelques raisons propagandistes, les oeuvres chinoises (séries télévisuelles ou films) concernant la Deuxième Guerre mondiale doivent souligner les atrocités de la guerre, les images des Japonais restent donc souvent très négatives dans ces œuvres : cruel, rude, violent, démoniaque...

Bref, l'interprétation du film est une expérience personnelle qui est liée non seulement au contexte social global, mais aussi au fan lui-même : éducation, statut sociaux, caractères, connaissance, compétences, etc. Les fans s'approprient les films et acquièrent de nouvelles connaissances. A travers cela, ils construisent leur propre identité.

Culture participative : Communauté et rituels

Selon le dictionnaire *Larousse*, le mot « culte » désigne un « *hommage, honneur rendu à Dieu, à des êtres divins ou jugés tels ou à certaines créatures particulièrement proches de Dieu* », mais aussi « *qualifie quelqu'un ou quelque chose qui suscite l'enthousiasme d'un public, généralement restreint* ». Ce terme est beaucoup employé par les fans et aussi par les chercheurs. Edgar Morin établit un lien entre les stars et les divinités : « *Héroïsées, divinisées, les stars sont plus qu'objets d'admiration. Elles sont aussi sujets de culte. Un embryon de religion se constitue autour d'elles* » (Morin, 1972). En étudiant le phénomène Elvis Presley, Gabriel Segré montre la tentative de repenser la question de la sécularisation qui emprunte aux notions classiques de religion, rite, mythe, sacré pour décrire les formes de l'attachement à l'égard d'Elvis (Segré, 2003). Selon Philippe Le Guern, le cultisme et les rituels sont deux facteurs indispensables et interactifs : « *D'une part, les conditions d'accès aux œuvres constituent un élément central du cultisme comme forme de culture participative [...]. D'autre part, le cultisme se manifeste à travers des*

pratiques ritualisées ». (2002 : 25),

Un aspect des pratiques observées des fans est la participation collective des fans au sein d'une communauté. Après avoir vu et étudié le film, les fans cherchent à construire des communautés afin de partager, communiquer, échanger et discuter. Les communautés en ligne prennent généralement la forme de forums de passion ou de groupes. Ils sont souvent créés par un de ses membres actifs ayant l'intention d'échanger avec les gens qui partagent les mêmes passions qu'eux. Une fois le forum créé, il est ouvert pour tous les internautes. Il est donc difficile de déterminer les frontières de la communauté vu la facilité pour y accéder. Nous avons pris le parti de considérer comme faisant réellement partie de la communauté ses membres les plus actifs dans le forum car la participation collective est essentielle pour une communauté. L'intensité de la participation reflète directement le niveau de complicité entre membres: plus le nombre de sujets de discussion est important, plus solidaire est la communauté.

Notre recherche traite de communautés virtuelles en ligne, qui produisent des normes et des conventions : normes de communication, négociation, discussion parmi les membres. Les modérateurs du forum jouent un rôle important dans l'organisation de la communauté. Plus précisément, ils sont responsables de la gestion du forum : examiner les messages du forum, organiser des activités, encourager les membres à participer aux activités, etc. Parfois ils doivent prendre la responsabilité du recrutement des nouveaux membres lorsque l'ambiance du forum n'est pas très vivante. Ils doivent être capable d'élaborer des mesures pour susciter la participation collective. Ils sont normalement des membres les plus actifs du forum. De ce fait, les modérateurs influencent directement l'atmosphère de la communauté. Le recrutement de modérateur est ouvert pour les membres qui ont un certain niveau d'expérience (par exemple, ils doivent atteindre à un niveau de points pour demander à être modérateurs). En même temps, les modérateurs sont libres de démissionner. Leur rôle n'est pas tout à fait le même que celui de responsable d'un fan club traditionnel puisque leur statut est moins stable.

Pour les membres, il est important de connaître les règlements du forum : certains sujets ne sont pas admissibles sur le forum (les publicités, les insultes ou certains sujets qui touchent aux sujets sensibles politiques). Ensuite, les « bons » sujets de discussion et la réaction sont encouragés (des sujets suscitant des discussions ou offrant des informations importantes concernant le film). De plus, il faut être prudent quand on s'oppose aux opinions des autres membres de la communauté, par exemple, lorsqu'un membre a indiqué que quelques détails sont illogiques dans *La grande vadrouille*, il a reçu des critiques car certains qui pensaient que ces détails ne rompaient pas le charme du film. En conséquence, les fans ajustent leurs comportements afin de mieux s'adapter à la communauté.

Pendant ce processus, les fans y apprennent à être fans et à s'entendre avec les autres fans. De ce fait, être-fan n'est pas une donnée immédiate, il s'agit d'une série d'apprentissage des « bonnes manières » de se comporter, de l'ajustement progressif à des normes elles-mêmes plus ou moins stables, par lesquelles le fan peut s'identifier et peut être identifié comme tel. Les membres peuvent gagner des points d'expérience en signant, commentant et publiant des nouveaux messages. Les bons sujets qui suscitent beaucoup de discussions sont marqués d'« excellence ». Prenons l'exemple du forum de *la grande vadrouille* : pour monter le niveau, on peut essayer de gagner plus de points d'expérience. Par exemple : s'identifier sur le forum : 2 points ; Signer sur le forum : 2 points ; signer dans les jours successifs : 4 points ; poster un sujet de discussion : 1 point ; commenter un sujet : 2-3 fois pour 2 points ; poster un sondage : 4-5 fois pour 3 points ; recevoir des commentaires des autres : 1-10 réponses pour 1-2 points, 11-15 réponses pour 2-3....Il est important de noter que les normes d'une communauté de fans ne sont pas toujours stables, elles résultent de phases de création, négociation et modification par les membres.

Nous nous sommes interrogée sur l'existence ou non de hiérarchies au sein de la communauté des fans étudiés. Nous considérons que les hiérarchies existent bien et pourtant que les membres participent à la communauté d'une manière démocratique. Ceci pourrait paraître contradictoire, mais les hiérarchies ne sont pas opposées à la démocratie ici puisque les hiérarchies se présentent chez les individus et la démocratie se joue plutôt dans la participation collective: la hiérarchie est

d'abord fondée sur l'inégalité des connaissances (connaissances générales ou sur le film). Ceux qui possèdent des connaissances du film (par exemple, ceux qui connaissent bien les détails du film) peuvent répondre plus facilement aux questions des autres. Ils sont devenus plus connus sur le forum. Donc cette inégalité des connaissances se transforme en inégalité de réputation. Sur le forum d'*Amélie Poulain*, certaines activités ne sont réservées qu'aux membres « *crédibles* », autrement dit, ceux qui ont une certaine réputation. Nous avons observé que la participation des fans était plutôt démocratique. Par exemple, un concours a été organisé sur le forum d'*Amélie Poulain*, dans lequel chaque membre pouvait présenter son oeuvre (poèmes, photographies, chansons, etc). La meilleure oeuvre a été sélectionnée par les autres membres. Il en est de même pour choisir une citation à exposer sur le forum d'*Amélie Poulain*, pour lequel le modérateur encourage les membres à poster leurs citations favorites et choisit celle qui est la plus souvent donnée. De ce fait, tout le monde a droit d'intervenir et de participer au sein de la communauté.

La participation des membres leur permet de mieux connaître leur objet de culte et de s'y attacher encore plus étroitement. Le sentiment d'appartenance à la communauté transforme cette expérience virtuelle en une réalité de la vie: le contact entre les fans pourrait être prolongée dans la vie réelle. De ce point de vue, nous avons compris que le film proposait une relation sociale entre ses publics et renforçait la sociabilité des fans. Les formes de la sociabilité autour des produits culturels sont démontrés plusieurs travaux de recherche, notamment au sujet du cinéma (Roger Odin, 1997), des séries télévisées (Dominique Pasquier, 1999) ou de la musique (Antoine Hennion, 1993). Cette sociabilité favorise l'appropriation du film à travers les échanges et les discussions. Comme nous avons pu observer dans plusieurs sujets de discussion: « *Citez votre scène préférée !* » ; « *Je vous partage les répliques classiques d'Amélie Poulain* » ; « *Quel(s) est (sont) votre(vos) personnage(s) préféré(s) dans La grande vadrouille ?* »... Ce type de discussions crée demande aux participants de partager et échanger les avis sur le film, il permet aussi d'associer les membres.

L'utilisation des réseaux sociaux est indispensable dans la construction de la communauté. Les forums que nous avons étudié possèdent quelques avantages pour rassembler les publics et former une communauté. Tout le monde pourrait y accéder : en tapant les mots clés dans le moteur de recherche, on trouve facilement ces forums. L'inscription est assez simple. Et puis c'est pratique pour communiquer avec les fans des autres régions. Ce qui intéresse le plus les fans, c'est que on y trouve facilement des ressources du film et des gens avec qui on partage la même passion. Ce dispositif numérique est irremplaçable aujourd'hui pour son efficacité et sa rapidité.

Enfin, la participation collective est encouragée et devenue indispensable pour faire vivre une communauté. Commenter, interpréter, mixer, recommander, imiter, critiquer, collectionner, archiver, échanger et débattre, toutes ces pratiques des 'fans' font partie de ce qu'on appelle une culture « participative ». Sans cette participation, les 'fans' seraient un ensemble d'individus, mais pas une communauté. Nous pouvons alors décrire le double posture des fans : en tant qu'individus, ils possèdent différentes connaissances et compétences et donc développent de multiples interprétations significatives autour d'un même film. Au sein d'une communauté, les fans ajustent leurs comportements personnels pour mieux s'adapter à la communauté (signer sur le forum, poster des sujets intéressants, commenter les messages d'autres...) . En conciliant ~~son~~ leur double posture, les fans s'attachent au film et à la communauté.

Conclusion : les forums de fans des films français sur internet : nouveaux lieux de sociabilité et d'expression culturelle ?

Le développement des nouveaux médias entraînent des changements dans la réception des oeuvres audio-visuelles (Maquail, 1997). Ils rendent plus facile l'accès aux oeuvres; et les modes d'appropriation sont devenues plus divers; les moyens de communication sont plus variés... Ces phénomènes sont encore plus évidents dans un contexte international. Nous avons pu observer ces changements dans le contexte chinois : malgré les politiques de limitation concernant l'importation des

films étrangers, les nouveaux médias permettent aux publics chinois d'y accéder et de connaître d'autres cultures à travers ces oeuvres. Avec le développement d'Internet en Chine, plus de choix sont proposés pour les publics: *Tieba*, *Douban*, *Weibo*⁶, *Wechat*⁷, *QQ*⁸... grâce à ces réseaux sociaux, les publics chinois communiquent et s'approprient les oeuvres plus facilement et rapidement.

Notre travail a été effectué dans ce contexte-là : la vie quotidienne est constamment connectée aux nouveaux medias et les publics sont appelés à participer activement à leur développement. Selon Henry Jenkins, les fans sont des acteurs principaux de l'appropriation des nouveaux médias(Jenkins, 2006). Au cours de notre étude, nous avons constaté une forte croissance de deux forums que nous étudions depuis ces dernières années: celui d'*Amélie Poulain* comptait environ 500 membres en 2009 et il y en a maintenant plus de 3200 membres. Celui de *La grande vadrouille* avait environ 150 membres en 2012, actuellement il en compte presque 400. Ces forums des fans permettent d'un côté de connaître, de discuter et de s'approprier les films français, d'un autre côté de connaître la société et la culture française. De ce point de vue, c'est plus qu'un « lieu de sociabilité», c'est aussi un pont d'internationalisation d'une culture. Dans ce contexte, la « culture participative » évolue : de nouveaux fans y prennent part, ils font circuler les informations plus facilement et peuvent proposer plus d'interprétations et de productions personnelles ; ils développent de nouveaux groupes à l'aide de différents logiciels pour mieux communiquer ; enfin, ils enrichissent ces réseaux sociaux, qu'on peut appeler « les mondes d'art » (Howard Becker, 1984).

⁶ Un site chinois de microblogging, équivalent de *Twitter*.

⁷ Une application mobile de messagerie instantanée en Chine.

⁸ Le messagerie instantanée le plus utilisée en Chine.

-----Références-----

- Becker H. S., *Art worlds*, University of California Press, **1984**.
- de Certeau M., *L'invention du quotidien, tome 1 : Art de faire*, Gallimard, **1990**.
- de Certeau M., *The practice of Everyday Life*, Berkeley : University of California Press, **1984**.
- Esquenazi J.-P., *Sociologie des publics*, Coll. Repères, La Découverte, **2003**.
- Fiske J., "The cultural economy of fandom" dans l'ouvrage *The Adoring Audience: Fan culture and popular media*, L. Lewis, Routledge, **1992**.
- Hennion A. *La passion musicale. Une sociologie de la médiation*. Edition Métailié, **2007**.
- Hills M., *Fan cultures*, Routledge, **2002**.
- Hills M., "Fiske's 'textual productivity' and digital fandom: web 2.0 democratization versus fan distinction?", *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, **2013**, 10.
- Jenkins H., "Get a life! Fans, textual poachers, nomads." dans l'ouvrage *Textual Poachers: Television Fans and Participatory culture*, Routledge, **1992**.
- Jenkins H., 'Foreword' to Lancaster K, *Interacting with 'Babylon 5': Fan Performances in a Media Universe*, University of Texas Press, **2001**.
- Jenkins H., "Quentin Tarantino's Star Wars?: Digital Cinema, Media Convergence, and Participatory Culture" dans l'ouvrage *Rethinking Media Change: The Aesthetics of Transition*, Cambridge: MIT Press, **2003**.
- Jenkins H., "Interactive audiences? The 'collective intelligence' of media fans", *Fans, blogger, and gamers: exploring participatory culture*, New York University Press, **2006**.
- Jenkins H., "*Star Trek* Rerun, reread, rewritten: Fan Writing as Textual Poaching", *Fans, blogger, and gamers: exploring participatory culture*, New York University Press, **2006**.
- Le Guern P., « Il n'y a pas d'œuvres cultes, juste le culte des œuvres : une approche constructiviste des cultes médiatiques », *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Presses Universitaires de Rennes, **2002**.
- Le Guern P., "No matter what they do they can never let you know" « Passionnés, fans et amateurs », *Réseaux*, **2009**, 153.
- Maigret E., « Du mythe au culte... Ou de Charybde en Scylla ? Le problème de l'importation des concepts religieux dans l'étude des publics des médias »,

dans LE GUERN, P., *Les cultes médiatiques. Culture fan et oeuvres cultes*, Rennes, PUR, **2002**.

Mcquail D., *Audience analysis*, SAGE Publications, **1997**.

Morin E., *Les Stars*, Le Seuil ; 3^e édition, coll. Points, **1972**.

Odin R., *Cinéma et production de sens*, Armand Colin, **1997**.

Pasquier D., *La culture des sentiments : l'expérience télévisuelle des adolescents*, Ed. de la Maison des Sciences de l'Homme, **1999**.

Sandvoss C., *Fans : the mirror of consumption*, Cambridge, Polity, **2005**.

Segré G., *Le culte Presley*, Presses Universitaires de France, **2003**.