



HAL
open science

Le récit à l'épreuve de la conversation, projection des auteurs et pratiques médiatiques des lecteurs de la bédénovela *Les Autres Gens*

Julien Falgas

► **To cite this version:**

Julien Falgas. Le récit à l'épreuve de la conversation, projection des auteurs et pratiques médiatiques des lecteurs de la bédénovela *Les Autres Gens*. EUTIC 2012 Publics et pratiques médiatiques, Oct 2012, Metz, France. hal-01149106

HAL Id: hal-01149106

<https://hal.science/hal-01149106>

Submitted on 6 May 2015

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

8^e Colloque International EUTIC 2012

Le réseau européen et interdisciplinaire sur les Enjeux et Usages des TIC

Publics et pratiques médiatiques

Actes du colloque de Metz

Éditions du Centre de recherche sur les médiations

17-18-19 octobre 2012

Coordonnateurs

Pierre MORELLI

Nathalie PIGNARD-CHEYNEL

Didier BALTAZART

Universités et laboratoires partenaires d'EUTIC 2012

CREM, Université de Lorraine (Fr)
MICA-GRESIC, Université de Bordeaux (Fr)
CITI, Universidade Nova de Lisboa (Pt)
CSO, Université Libre de Bruxelles (Be)
NT-LAB, Université d'Athènes (Gr)
Waterford Institute of Technology (Irl)

<http://www.eutic.eu/>
<http://twitter.com/eutic2012>

ISBN : 978-2-7466-5447-1



Enjeux et usages des technologies de l'information et de la communication

PUBLICS ET PRATIQUES MÉDIATIQUES

Actes du colloque international EUTIC 2012
17-18-19 octobre 2012
Université de Lorraine
site de Metz

Coordonnateurs

Pierre Morelli
Nathalie Pignard-Cheynel
Didier Baltazart

Université de Lorraine | Centre de recherche sur les médiations (EA 3476)
Île du Saulcy – BP 30309 – 57006 Metz cedex
mars 2013

ISBN : **978-2-7466-5447-1**

Responsables du comité d'organisation EUTIC 2012

MORELLI Pierre, Université de Lorraine (Fr)
PIGNARD-CHEYNEL Nathalie, Université Stendhal Grenoble 3 (Fr)
BALTAZART Didier, Université de Reims (Fr)

Membres du comité d'organisation EUTIC 2012

DI FILIPPO Laurent, Université de Lorraine (Fr)
DOLLANDER Thibaut, Université de Lorraine (Fr)
HUMBERT Pierre, Université de Lorraine (Fr)
KELLNER Catherine, Université de Lorraine (Fr)
MERCIER Arnaud, Université de Lorraine (Fr)
RONDELLI Fabienne, Université de Lorraine (Fr)
SIMON Emmanuelle, Université de Lorraine (Fr)
SIMON Justine, Université de Lorraine (Fr)
TOULLEC Bénédicte, Université de Lorraine (Fr)
VIEIRA Lise, Université de Bordeaux (Fr)

Comité scientifique EUTIC 2012

AKAM Noble – Université de Bordeaux (Fr)
ARDOUREL Yves – Université de Bordeaux (Fr)
BALTAZART Didier – Université de Reims (Fr)
BOULANGER Hélène – Université de Lorraine (Fr)
CHAGNOUX Marie – Université de Lorraine (Fr)
DEQUESNE Joëlle – Université Libre de Bruxelles (Be)
DOYLE Liam – Waterford Institute of Technology (Irl)
FICHNOVA Katarina – University in Nitra (Sk)
GENVO Sébastien – Université de Lorraine (Fr)
GIACCARDI Chiara – Università cattolica del sacro cuore di Milano (It)
GOUSCOS Dimitris – Université d'Athènes (Gr)
HEINDERYCKX François – Université Libre de Bruxelles (Be)
JACQUEMIN Bernard – Université de Haute Alsace (Fr)
KELLNER Catherine – Université de Lorraine (Fr)
KIYINDOU Alain – Université Bordeaux 3 (Fr)
LAZAR Mirela – Université de Bucarest (Ro)
LISHOU Claude – Université Cheikh Anta Diop Dakar (Sn)
MAGALLON ROSA Raul - Université Carlos 3 Madrid (Es)
MARTIAL Odile – École polytechnique de Montréal (Ca)
MASSOU Luc – Université de Lorraine (Fr)
MAX Charles – Université de Luxembourg (Lux)
MEIMARIS Michel – Université d'Athènes (Gr)
MERCIER Arnaud – Université de Lorraine (Fr)
MORELLI Pierre – Université de Lorraine (Fr)
MOTTET Martine – Université Laval (Ca)
O' DOWD SMITH Christine – Waterford Institute of Technology (Irl)
PATESSON René – Université Libre de Bruxelles (Be)
PIGNARD-CHEYNEL Nathalie – Université Stendhal Grenoble 3 (Fr)
PINEDE Nathalie – Université de Bordeaux (Fr)

RIEDER Bernhard – University of Amsterdam (NL)
 RONDELLI Fabienne – Université de Lorraine (Fr)
 ROUISSI Soufiane – Université de Bordeaux (Fr)
 SEBBAH Brigitte - Université Paris Est-Créteil (Fr)
 SIMON Justine – Université de Lorraine (Fr)
 SIMONNOT Brigitte – Université de Lorraine (Fr)
 STEINBERG Pascale – Université Libre de Bruxelles (Be)
 SVARBOVA Eva – University in Nitra (Sk)
 TOMASETTO Carlo – Università di Bologna (I)
 TOMÉ Irène – CITI – Universidade Nova de Lisboa (P)
 TOULLEC Bénédicte – Université de Lorraine (Fr)
 VATTER Christoph – Université de Sarre (De)
 VERSTRAETEN Michel – Université Libre de Bruxelles (Be)
 VIEIRA Lise – Université de Bordeaux (Fr)
 VON PAPE Thilo – Université de Stuttgart (De)
 WALTER Jacques – Université de Lorraine (Fr)
 WILKIN Luc – Université Libre de Bruxelles (Be)
 ZIEGLER Gudrun – Université de Luxembourg (Lux)

Comité de pilotage du réseau EUTIC

VIEIRA Lise, Université de Bordeaux - Coordination du réseau (Fr)
 BALTAZART Didier, Université de Reims (Fr)
 CORREIA Carlos, Universidade Nova de Lisboa (P)
 GOUSCOS Dimitris, Université d'Athènes (Gr)
 LISHOU Claude, Université Cheick Anta Diop (Sn)
 MEIMARIS Michel, Université d'Athènes (Gr)
 O' DOWD SMITH Christine, Waterford Institute of Technology (Irl)
 PATESSON René, Université Libre de Bruxelles (Be)
 PINEDE Nathalie, Université de Bordeaux (Fr)
 STEINBERG Pascale, Université Libre de Bruxelles (Be)
 TOMÉ Irène, Universidade Nova de Lisboa (P)

Universités et laboratoires partenaires EUTIC 2012

Centre de recherche sur les médiations (CREM), Université de Lorraine (Fr)
 MICA-GRESIC, Université de Bordeaux (Fr)
 CSO, Université Libre de Bruxelles (Be)
 CITI, Universidade Nova de Lisboa (Pt)
 NT-LAB, Université d'Athènes (Gr)
 Waterford Institute of Technology (Irl)

Soutiens



Des actes sur cédérom

La huitième édition de la conférence EUTIC (Réseau européen et interdisciplinaire sur les enjeux et usages des TIC) s'est tenue à Metz les 17, 18 et 19 octobre 2012. Organisée par le CREM (Centre de recherche sur les médiations, EA 3476), elle s'est proposée d'aborder l'analyse des pratiques médiatiques des TIC de manière inédite, mobilisant la notion de « public », heuristique pour les médias mais dont la pertinence mérite d'être interrogée et discutée, notamment par rapport à deux notions plus immédiates : l'usage et l'appropriation des TIC. Plus de cinquante communications ont été présentées, ventilées selon 13 thématiques : didactique, éducation, écritures et pratiques médiatiques, espace public et politique, forums et conversation, information scientifique, journalisme participatif, les jeunes publics, marketing, médias sociaux, TIC et pratiques professionnelles, TIC et pratiques publiques, usages locaux.

Conformément aux directives de la conférence des directeurs de laboratoires en Sciences de l'Information et de la Communication et de la délégation AERES de la 71^o section du CNU, les organisateurs d'EUTIC 2012 ont procédé à une sélection en double aveugle, et par au moins deux membres du comité scientifique, des propositions de communication (résumés longs complétés par des indications méthodologiques et bibliographiques soumis en français ou en anglais). La dimension internationale de cette manifestation est présente, comme le veut l'usage, tant dans la constitution du comité scientifique composé quasiment à part égale de chercheurs français (22) et étrangers (25) représentant 14 pays, que dans l'origine des communications, - 40% de communications émanent de chercheurs affiliés à des universités étrangères et neuf d'entre elles communications ont été présentées en anglais.

Le taux d'acceptation pour ce colloque avoisine les 60%. Le processus d'évaluation et de sélection des textes s'est effectué en deux temps : sur 90 propositions expertisées par les membres du comité scientifique 59 textes ont été retenus, assortis de précieuses indications (commentaires, propositions) pour la rédaction du texte complet. Une seconde phase de relecture s'est enclenchée à la réception des textes complets. Intervenant sur la base des remarques et suggestions formulées par les relecteurs, cette navette a notamment insisté auprès des auteurs sur la nécessité de mettre en débat la pertinence du recours à la notion de public dans leurs analyses.

Le choix d'utiliser le support numérique comme vecteur de diffusion s'est rapidement imposé aux organisateurs, à condition que la validation de la publication soit attestée par l'obtention d'un numéro ISBN, ce qui fut le cas par l'intermédiaire de la revue Questions de communication. Compte-tenu de la spécificité du support numérique qui autorise l'extraction de chaque texte indépendamment des autres, décision a été prise de faire figurer dans chaque fichier la référence au colloque ainsi que le n^o ISBN des actes sur cédérom.

Outre les textes des communications, le cédérom contient les fichiers audio au format mp3 des trois conférences invitées lors d'EUTIC 2012 :

- Antonio CASILLI (Maitre de conférences en Digital Humanities à Télécom ParisTech et chercheur en sociologie au Centre Edgar-Morin, École des Hautes Études en Sciences Sociales) : Contre l'hypothèse de la « fin de la vie privée » : négociabilité et cyclicité de la privacy dans les réseaux sociaux.

- Milad DOUEIHI (Professeur titulaire de la Chaire de recherche sur les cultures numériques à l'Université Laval, Québec) : Qu'est-ce que le numérique ?
- Nico CARPENTIER (Professeur associé à la Vrije Universiteit Brussel) : Mediated Participation. « New Technologies » Claim to Increased Participation, Novelty and Uniqueness.

L'appel à communication

Les TIC pour « rendre public »

En un espace à la fois homogène et composite, les TIC rassemblent différentes pratiques relevant d'espaces habituellement séparés : sphère privée, espace de travail et sphère publique. Il est alors utile d'observer comment s'interpénètrent ces pratiques pour comprendre les modalités d'entrelacement de ces trois espaces. La tendance à la « publicisation » - dans l'idée de l'action de porter à la connaissance du plus grand nombre – entendue comme accentuation de l'individualisation des pratiques créent une tension qui pousse à l'analyse. Aussi, les transformations des pratiques médiatiques face à cette tendance à vouloir « rendre public » méritent-elles d'être questionnées afin d'en comprendre les enjeux – que cela concerne une pratique amateur ou professionnelle. Sur les smartphones, par exemple, la culture du « Push » illustre ce besoin de rendre public tout en s'inscrivant dans une logique d'instantanéité et d'alerte. De même, les pratiques de redocumentarisation en ligne, par exemple via les sites de partage de signets ou les folkosonomies, interrogent le fonctionnement des dispositifs d'accès à l'information, et la dualité des médiations informationnelles.

TIC et segmentation des publics

L'entrée dans cette problématique des pratiques médiatiques peut également s'accomplir par le truchement de la notion de « public » prise comme ensemble segmenté de personnes susceptibles d'être touchées par un média en particulier (du grand public aux publics particuliers, aux publics cibles). Il est intéressant d'observer comment se construisent des images projetées de publics d'utilisateurs des TIC dans n'importe quel discours de médiation (du discours informationnel au discours didactique). Les TIC peuvent ainsi être envisagées comme de nouvelles manières de « traquer » le public, de mieux le définir, le cartographier ou modéliser ses comportements afin de comprendre ses aspirations, donc d'engager des processus automatiques de personnalisation de l'offre. Ces questions de définition et de représentation des publics conduisent à aborder les enjeux de la conception de formes de TIC renouvelées.

Enjeux éditoriaux

Ainsi, les industries créatives du jeu numérique – qui cherchent à étendre leur public cible grâce à de nouvelles formes de jeux (jeux sérieux, jeux expressifs...) – s'inscrivent-elles particulièrement dans cet objectif. La segmentation des pratiques d'« un » public ou d'une audience s'observe aussi dans les sites d'information qui repensent aujourd'hui leur offre éditoriale pour, par exemple, tenter de capter le public sur toute une journée en lui proposant des modalités diverses d'accès à l'information dans un esprit de synergie entre les supports (journal papier le matin, mobile en situation de trajet domicile-travail, web depuis le lieu de travail...). Les enjeux éditoriaux peuvent également concerner les questions liées aux modèles pour la publication sur le web (offre éditoriale, publication scientifique...) ou, dans le cas des revues scientifiques, le recours aux normes (métadescription, vocabulaires...) dans le processus de production documentaire numérique (encyclopédies, revues, documents pédagogiques...). Pourront enfin être discutées ici les questions autour de l'adaptation des documents, la personnalisation des environnements...

Enjeux didactiques et éducatifs à l'ère des technologies numériques

La question de la caractérisation des publics constitue un véritable enjeu éducatif et didactique à l'ère des technologies numériques. En effet, l'école est un espace public dont l'un des principaux objectifs est de permettre une construction sociale dont l'élève ne doit pas être seulement un membre mais un acteur. Cette construction sociale se fonde sur la rencontre de plusieurs univers langagiers et culturels : celui de l'enfant, celui du milieu scolaire et celui de l'enseignant. Comment l'école accueille-t-elle ce public d'« enfants/élèves » dans le cadre de son projet qui est de faire accéder à une certaine forme de développement intellectuel et culturel, à un moment où l'élève a de plus en plus accès à une certaine connaissance en dehors de l'école ? Comment l'école réussit-elle à faire exister une littératie [1] traditionnelle face à une littératie qu'elle investit et connaît encore peu (les TIC et internet en particulier) ?

Émergence de nouveaux publics ?

Ces exemples soulèvent enfin des questions corollaires : les TIC engendrent-elles de « nouveaux » publics ? Observe-t-on des comportements radicalement différents par rapport aux pratiques antérieures ? Les différences éventuelles sont-elles plus marquées chez les jeunes ? La notion de « digital native » s'avère-t-elle un critère pertinent pour qualifier des publics ou des communautés ? Comment organiser l'accompagnement des publics, par exemple comment améliorer le suivi des étudiants pour mieux personnaliser l'offre de formation ?

Faire partie d'un public utilisant les TIC

Une troisième entrée consisterait à se situer du point de vue de l'audience de manière à observer les mutations et contaminations des pratiques des internautes d'un média à un autre. L'exemple des transformations du journalisme à l'ère du numérique montre combien il est intéressant d'observer les modifications de pratiques des internautes à travers l'influence des réseaux sociaux. Un article est non seulement lu, commenté, « twitté », mais également partagé entre internautes. Le webjournalisme, du point de vue de l'audience, repose donc sur un processus d'appropriation, d'enrichissement potentiel, de circulation voire de dissémination de l'information par les publics eux-mêmes. Le public peut être envisagé comme (co-)acteur de dispositifs impliquant la médiation des TIC. Quels enseignements peuvent être tirés des dispositifs participatifs ? La notion de « consomm-acteur » a-t-elle du sens ? Ces propositions d'étude des TIC à partir de la notion de « public » ne sont pas exhaustives, les contributions pourront envisager d'autres axes d'analyse questionnant les liens entre publics, pratiques médiatiques et TIC. Comme pour les dernières éditions du colloque EUTIC, l'objectif est en outre de croiser aussi bien les approches disciplinaires (sciences de l'information et de la communication, sociologie, sémiotique, anthropologie, science politique, etc.), que les secteurs d'activités (publication en ligne, webjournalisme, jeux numériques, enseignement à distance, campagnes publiques d'information à caractère sanitaire et social, médiations culturelles via les grands musées ou les événements culturels, communication patrimoniale, communication politique, etc.) et les objets d'étude (sites web, journaux en ligne, campagnes de communication en ligne, publicité en ligne, jeux numériques, Internet mobile, réseaux sociaux, outils collaboratifs en ligne, plates-formes pédagogiques, moteurs de recherche, etc.).

Les propositions de contributions pouvaient investir ou mobiliser la notion de public ou s'en détacher explicitement au profit d'autres approches jugées plus pertinentes (usage(s)/usager (s) ; utilisation(s) / utilisateur(s), actant(s) / acteur (s), ...) et s'inscrire dans l'étude de l'un des dispositifs socio-numériques suivants (liste non exhaustive) :

- Dispositifs d'accès à l'information en ligne : sites web de médias, sites institutionnels, portails et moteurs de recherche ...
- Dispositifs de publication en ligne : sites de partage (photos, musique, vidéos, documents, signets...), archivage numérique, mutation des logiques éditoriales, sites de diffusion en streaming, publications scientifiques en libre accès, blogs, réseaux sociaux.
- Dispositifs collaboratifs en ligne : forums, outils collaboratifs (encyclopédiques, collecticiels), environnements numériques de travail, outils de veille.
- Dispositifs de médiation didactique : enseignement/apprentissage à distance ou hybride, enseignement/apprentissage assisté par ordinateur (didacticiels).
- Dispositifs de production des industries culturelles : jeux en ligne, applications mobiles.
- Dispositifs de reconfiguration des territoires : Remise en débat de la notion de frontière, enjeux et limites des redécoupages géographiques, historiques, politiques, sociologiques...

Table des matières

CONFÉRENCES INVITÉES	15
Contre l'hypothèse de la « fin de la vie privée » : négociabilité et cyclicité de la privacy dans les réseaux sociaux. A. Casilli.....	17
Qu'est-ce que le numérique ? M. Doueïhi.....	18
Mediated Participation. « New Technologies » Claim to Increased Participation, Novelty and Uniqueness. N. Carpentier	19
MÉDIAS SOCIAUX	21
Acteurs numériques anonymes : un public au service du collectif M. Sigal, V. Campillo	23
Construire l'utilisateur de Twitter : producteur-utilisateur, abonné, expert ? J.-C. Domenget	35
Photo Sharing and Privacy on Facebook A. Giannakouloupoulos, S. Oikonomou, I. Varlamis	47
Privacy on Facebook - Engagement on an International Privacy Policy C. Max, C. Albanese	57
Se rendre visible pour se faire remarquer ? Les usages des réseaux sociaux professionnels par les jeunes A. Poveda	77
Spreading Discrimination in the Social Network Facebook Environment E. Poláková, L. Spálová, P. Szabo.....	87
Tweet Palette : cartographie sémantique pour évaluer l'interprétation d'un événement public S. Szoniecky	99
JOURNALISME PARTICIPATIF	111
Participer à l'actualité, quel sens pour l'engagement collaboratif ? A. Aubert.....	113
Le public au cœur du webdocumentaire, une représentation en tension A.-S. Collard.....	123
Pratiques informationnelles, inégalités numériques et « littératie médiatique » G. Goasdoué.....	135
Formes d'engagement des usagers sur les sites web de journalisme participatif M.-C. Heïd.....	145

Targeted News and the Mass Public. J. Palmer	155
L'interactivité radiophonique : la parole aux usagers V. Votron.....	165
FORUMS ET CONVERSATION	181
Forum des internautes. Joutes et enjeux d'une « agora moderne » E. P. Bazyomo	183
De l'expérience des lectures populaires dans les forums : une histoire de déclassement M. Bigey.....	193
Le récit à l'épreuve de la conversation : projection des auteurs et pratiques médiatiques des lecteurs de la bédénovela Les Autres Gens J. Falgas.....	205
PRATIQUES MÉDIATIQUES	215
Le web documentaire : dispositifs et enjeux d'une pratique médiatique en devenir E. Pedon	217
Stratégie de Communication d' <i>Al Jazeera</i> sur les réseaux sociaux K. Zamoum.....	229
MARKETING.....	239
Métamorphoses du consommateur K. Berthelot-Guier	241
Publi-tic ou la créativité des gens ordinaires I. Choquet.....	251
Les usages dissonants des réseaux sociaux : diversité de récepteurs et pratiques mercatiques de masse. Le cas d'une entreprise française sur Facebook M. Cornet	267
Les enjeux éditoriaux dans les industries culturelles : Vers un univers de marque ? H. Laurichesse	275
GENRE.....	287
Gender Aspects of Formal and Informal Political Party Leader Perceptions: A Case Study Regarding Premature Election Campaign of SDKU-DS in Slovakia L. Spálová, K. Fichnová, P. Mikuláš, M. Kačániová	289

JEUNES PUBLICS.....	301
La génération Y : un nouveau public ? Mythe ou réalité ? J. Folon.....	303
Y a-t-il un public dans les programmes d'éducation aux médias ? Analyse de la relation élève/médias/école dans les discours officiels M. Loicq.....	313
La communication en ligne des bibliothèques de lecture publique : la place des publics jeunes et très jeunes E. Mondoloni, E. Mounier.....	323
Les « <i>digital natives</i> », un public particulier ? C. Papi.....	335
ÉDUCATION, DIDACTIQUE.....	349
Effets d'un dispositif de formation collaboratif et hybride sur la sphère professionnelle. C. Coutant, C. Caillet.....	351
Usage, création et partage de ressources éducatives libres Pour quels modèles de pratiques éducatives ? M. Drechsler.....	365
Les Serious Games ne sont pas des jeux ! C. Kellner.....	377
L'écriture des jeunes en lycée professionnel : point aveugle de la didactique du français C. Perret, V. Massart-Laluc.....	387
Impacts de l'usage de « support tools » dans le cadre d'une formation à distance en langues V. Pradier, O. Andronova.....	399
INFORMATION SCIENTIFIQUE.....	413
Le secteur des sciences humaines et sociales à l'heure du numérique : la phase d'expérimentation de l'offre au prisme des représentations éditoriales du lectorat S. Bossier.....	415
Livres numériques en bibliothèque universitaire : quelles pratiques informationnelles ? Le cas d'étudiants en documentation K. Soumagnac.....	427
TIC ET PRATIQUES PROFESSIONNELLES	437
Analyse des pratiques informationnelles des avocats à Madagascar S. Ranjalahy, M. Ihadjadene.....	439

Usage des TIC et modèle de la perméabilité des frontières vie personnelle / vie professionnelle W. El Wafin, E. Brangier	447
TIC, ESPACE PUBLIC ET POLITIQUE	459
E-Deliberation Revisited under the Scope of Web 2.0 Evolution A. Giannakouloupoulos, S. Oikonomou, R. Oikonomidou, M. Meimaris	461
Les représentations médiatiques de l'espace public sur Internet : le cas des « apéros géants » N. Novello Paglianti.....	475
Rendre public ou tweeter sur la pierre M. Ouvrard-Servanton, S. Agostinelli	487
Émergence de nouveaux usagers dans les télécentres et cybercafés au Mali C. O. Traoré.....	497
USAGES LOCAUX	507
Usage des TIC et proximités : le cas de l'agriculture biologique (France et Brésil) A.-F. Kogan, E. Norberto.....	509
Publics exclus et TIC : le monde rural résiste à l'enchantement technologique D. Thierry	523
INDEX DES AUTEURS	533

Le récit à l'épreuve de la conversation : projection des auteurs et pratiques médiatiques des lecteurs de la bédénovela Les Autres Gens

Julien FALGAS

Centre de recherche sur les médiations (CREM), Université de Lorraine, France
Julien.falgas@gmail.com

Résumé

Le feuilleton de bande dessinée Les Autres Gens (LAG), publié en ligne de mars 2010 à juin 2012. Outre la publication quotidienne du récit sur le site Internet et la publication ponctuelle de suppléments humoristiques, LAG est doté d'un espace de News, d'un forum de discussions, d'une page Facebook officielle et d'un compte Twitter officiel. L'article interroge en premier lieu la part de projection, de construction et de participation des publics aux multiples dispositifs de communication qui leur sont proposés. Il s'agit en second lieu de comprendre dans quelle mesure les lecteurs font preuve de pratiques médiatiques segmentées révélatrices d'une pluralité de publics. Enfin, l'article remet en question la conception du fan comme contributeur popularisée par Henri Jenkins.

Mots-clés : récit, tic, publics, publication, conversation, usages.

Abstract

Les Autres Gens (LAG) is an online comic published from march 2010 to june 2012. In addition to the daily episodes and the humoristic ones, LAG has a news feed, a discussion forum, an official Facebook page and an official Twitter account. On the first hand the paper deals with the projection, the construction and the participation of audiences shown by the multiple communication tools offered to them. In the second hand, it tries to understand if readers are showing segmented media practices indicative of different kinds of audiences. Finally, the paper criticizes the fact that a fan is often seen as a contributor, in the footsteps of Henri Jenkins.

Mots-clés : récit, tic, publics, publication, conversation, usages.

Introduction

Publiée sur Internet de mars 2010 à juin 2012, *Les Autres Gens (LAG)* est une bande dessinée numérique d'une exemplaire singularité, fer de lance de la création originale de bande dessinée numérique. Selon une recension de la presse généraliste francophone entre 1997 et 2011 que j'ai dressée au moyen d'une base de données d'articles de presse, *LAG* est la troisième bande dessinée numérique en nombre de citations après *Bouletcorp* (Boulet, 2004) et *Ma vie est tout à fait fascinante* (Pénélope Bagieu, 2007). Plus récente que les deux premières bandes dessinées numériques citées par la presse elle est aussi la première création collaborative en nombre de citations comme en nombre de participants et la première citée à ne pas relever du « blog bd » aux yeux des journalistes. *LAG* est l'œuvre d'un scénariste - Thomas Cadène - et d'une centaine d'auteurs qui se relaient pour l'assister au scénario et pour dessiner les épisodes quotidiens et différents bonus. Bon nombre des auteurs impliqués dans le projet ont déjà à leur actif plusieurs albums de bande dessinée. *LAG* est aussi la première bande dessinée numérique francophone à être diffusée sous la forme d'un abonnement, dans une ambition professionnelle, et l'une des rares à ce jour à afficher une rentabilité financière.

Outre la publication quotidienne du récit sur le site Internet et la publication ponctuelle de suppléments humoristiques, *LAG* est dotée d'un espace de News, d'un forum de discussions, d'une page Facebook officielle et d'un compte Twitter officiel. Une telle multiplicité de dispositifs de communication incite en premier lieu à interroger les modalités de leur mise en œuvre et de leur évolution, afin de saisir la part de projection, de construction et de participation des publics dans les choix opérés par les auteurs du projet. Il s'agit en second lieu de comprendre dans quelle mesure les lecteurs font preuve de pratiques segmentées révélatrices d'une pluralité de publics ; mais aussi dans quelle mesure certains lecteurs démontrent des pratiques transmédiatiques visant à s'approprier le récit à travers l'usage de tout ou partie des dispositifs proposés, à l'image des fans que décrit Henry Jenkins (Jenkins, 2006).

Les pratiques révélées par les dispositifs de communication que nous avons identifiés couvrent toutes les nuances entre la publication et la conversation qui convergent aujourd'hui sur les mêmes écrans (Beaudouin, 2002). A travers l'étude croisée des projections des auteurs et des pratiques médiatiques des lecteurs de *LAG*, je cherche à caractériser la tension qu'entretient la proposition de récit avec la relation conversationnelle telle qu'elle est projetée, attendue et réalisée par les auteurs et les lecteurs.

Pour Nathalie Burnay et Annabelle Klein, « le blog n'existe que par ses relations, en ce sens il devient un objet social. Il perd son sens s'il est isolé. Cet isolement peut provenir à la fois de la désertion des internautes (le blog n'est plus consulté) ou de la dilution des liens (le blog n'est plus référencé). » (Burnay et Klein, 2007) Bien que, selon les mots même de ses auteurs comme de ses lecteurs ou de la presse, *LAG* ne soit pas considéré comme un blog BD, cette observation semble pouvoir être élargie à la publication de récits numériques tels que *LAG* et encourage à solliciter l'approche méthodologique préconisée par Nathalie Burnay et Annabelle Klein : « *se centrer sur l'échange comme support d'analyse [...] adapter le dispositif méthodologique de manière à saisir le dire dans ses relations.* » C'est pourquoi j'étudierai les aspects périphériques à la publication narrative proprement dite, afin d'éclairer les aspects

conversationnels de la relation entre un récit numérique et ses lecteurs.

L'approche méthodologique de Burney et Klein conduit Anne-Claire Orban de Xivry, Julie Matagne et Annabelle Klein à proposer une typologie dynamique afin de classer les blogs suivant la notion de projet (Orban de Xivry et al., 2007). Elles distinguent quatre zones définies par le croisement des axes de l'implication et de l'interaction avec les lecteurs. Les zones dans lesquelles l'auteur s'implique personnellement sont la zone de la correspondance (conversationnelle) et la zone du témoignage (publicationnelle). Les zones dans lesquelles l'implication de l'auteur est plus limitée sont la zone informative (publicationnelle) et la zone de l'interpellation (conversationnelle). De plus, Orban de Xivry et al. observent que cette typologie présente des « *zones cimetières* » dont les usages attendus ne sont pas représentés dans la blogosphère. Elles posent « *l'hypothèse que ces espaces vides pourraient bien être comblés par d'autres types de pratiques en ligne tels que les wikis, les forums, les jeux en ligne, les e-mail, etc.* » C'est pourquoi il semble pertinent d'appliquer cette typologie aux différents dispositifs déployés autour de la série *LAG*.

Usages des dispositifs médiatiques

Afin d'étudier la vision des auteurs, je me suis appuyé sur une série d'entretiens conduits dans le cadre d'une recherche antérieure consacrée à la collaboration entre la centaine d'auteurs impliqués autour *LAG*. J'ai complété ces éléments par un second entretien avec Thomas Cadène, consacré spécifiquement à la question du public. Outre Thomas Cadène, je m'étais entretenu avec deux scénaristes qui l'assistent régulièrement, deux dessinateurs intervenus sur des épisodes classiques de la série et un dessinateur de suppléments humoristiques.

Quant aux lecteurs, fort des premiers enseignements d'une phase d'observation et avec le concours de Thomas Cadène, un questionnaire a été relayé sur les différents dispositifs étudiés afin d'en toucher les usagers respectif. J'ai complété l'analyse des 216 réponses qui n'étaient pas le fait d'auteurs contribuant à la série par 6 entretiens semi-directifs par téléphone avec des lecteurs aux profils variés. Dans le développement qui suit, les extraits des entretiens seront identifiés par les initiales des lecteurs concernés.

Le croisement de ces données m'a permis de positionner chaque dispositif suivant la typologie dynamique.

Les dispositifs de la zone informative

Le seul dispositif à relever de la pure publication est les épisodes réguliers de la série, ils ne présentent aucune implication des auteurs dans l'énonciation. Adoptant une tonalité sérieuse et réaliste, ils ne s'adressent pas ostensiblement au lecteur qui se voit attribuer un rôle passif. Le récit constitue l'information de base autour de laquelle s'élaborent les pratiques médiatiques des autres dispositifs qui entourent sa publication.

Thomas Cadène a opté pour une publication sous la forme d'un feuilleton quotidien. Les réponses au questionnaire comme le témoignage des lecteurs interrogés montrent que la lecture des épisodes est majoritairement quotidienne, souvent matinale, rituelle et située dans le cadre professionnel. HG qui n'est abonné que depuis mars 2012 exprime d'ailleurs sa frustration de ne pas pouvoir vivre l'expérience de cette manière. Pour DB, prendre la lecture en cours est rédhibitoire et explique en partie qu'elle ne s'abonne pas.

Pour profiter de la lecture quotidienne en temps réel alors qu'il s'était inscrit en juillet 2011, SC a lu tous les épisodes passés durant l'été pour « *ratrapper [son] retard* ».

Les dispositifs de la zone du témoignage tentés par l'interpellation

Au contraire des épisodes réguliers, les suppléments humoristiques tels que les résumés mensuels et le *LAG MAG* montrent une implication plus marquée de leurs auteurs dans l'énonciation. Ils n'hésitent pas à se représenter sous les traits d'un avatar graphique. Bénéficiant d'une grande liberté narrative par rapport au récit régulier, ils adoptent une position de témoin du déroulement du récit : ce sont des lecteurs s'adressant à d'autres lecteurs.

Face à ce témoignage, le lecteur n'est pas appelé à prendre un rôle actif, aucun dispositif ne permet la conversation. En revanche, le ton plaisant et l'adresse à « vous » voire à « tu » montrent une tendance à l'interpellation et encouragent les lecteurs à la réflexivité. Ainsi SL explique-t-il : « *le LAG MAG ou l'épisode de fin de mois ont peut-être créé un certain miroir des lecteurs.* » C'est exactement ce dont Poche, auteur du *LAG MAG*, témoigne : « *je sais que dans le LAG MAG, le fait de mettre en scène soit les dessinateurs, soit les lecteurs, c'est aussi ce qui crée du lien ensemble. Enfin le sentiment de faire partie de quelque chose, tu vois.* »

Les dispositifs de la zone de l'interpellation

L'espace des News s'inscrit pleinement dans la zone de l'interpellation. Les auteurs s'impliquent un peu plus dans l'énonciation, employant parfois la première personne du pluriel. Le lecteur est volontiers interpellé à la deuxième personne du singulier, notamment pour l'inciter à s'abonner ou à acheter les ouvrages publiés en librairie.

L'usage de Facebook se situe lui aussi dans la zone de l'interpellation, malgré des velléités affichées pour la correspondance. Les possibilités d'interaction offertes par Facebook autour des publications interpellatives, les marques d'adresse et la tonalité des publications poussent à situer le projet de la page du côté de la conversation. Pourtant les pratiques observées montrent que ce projet n'est pas réalisé : les lecteurs limitent leurs interactions à cliquer sur le bouton « j'aime ». Lorsqu'ils laissent un commentaire il est rarissime qu'une conversation en découle. « *Je vais pas dialoguer sur Les Autres Gens sur Facebook. [...] de temps en temps je vais liker et de temps en temps je vais faire des commentaires mais c'est pas un espace de dialogue pour moi.* » Explique SC. Facebook semble jouer un rôle proche de celui des flux RSS en servant avant tout de relais vers l'information. À ce titre, Thomas Cadène juge que - comme lui - beaucoup de lecteurs de *LAG* n'utilisent plus leur lecteur de flux RSS. Seuls 11% des répondants au questionnaire témoignent en effet d'une utilisation du flux RSS pour s'informer sur la série, tandis que 40% déclarent utiliser Facebook. Plus de 1600 profils sont abonnés aux publications de la page Facebook de *LAG*.

Twitter, le dispositif de la zone de la correspondance

Le compte Twitter officiel de la série réagit en direct, répond, discute et relaie de nombreux tweets de la communauté des auteurs et des lecteurs de *LAG*. Les tweets sont écrits à la première personne du singulier et font parfois état en termes crus des difficultés rencontrées par Thomas Cadène : « *aujourd'hui TOUT merde* ». Le tutoiement est de rigueur. Preuve d'une approche très spontanée de ce dispositif, Thomas Cadène ne se souvient plus de la date de création du compte et juge qu'il l'a sans doute créé avant son propre compte personnel. Selon lui, en matière de dialogues

entre lecteurs, « *ça marche beaucoup mieux sur Twitter que sur Facebook* ». Même s'ils « sont quatre ou cinq régulièrement à échanger là-dessus », l'auteur « *trouve que c'est plus marrant les retours sur Twitter que sur Facebook. [...] C'est l'élément de proximité majeur avec les lecteurs.* » Le scénariste n'hésite pas à encourager les échanges entre lecteurs en relayant les noms des plus actifs par le biais de *tweets* marqués du *hashtag* « #FF » (pour *Follow Friday*) suivant la tradition qui consiste, le vendredi, à suggérer des comptes que l'on juge intéressant de suivre.

Le nombre de lecteurs impliqués quotidiennement dans cette correspondance est proche de la demi-douzaine, parmi lesquels SC qui témoigne d'une certaine proximité avec ses interlocuteurs : « *En ce moment j'boude parce qu'il y a un truc qui est arrivé dans Les Autres Gens et avec lequel je suis pas d'accord. Et c'est drôle parce que les gens sur Twitter ont remarqué que j'étais moins actif, moins présent. Et du coup tout le monde s'est inquiété de savoir pourquoi je boudais et j'ai trouvé ça drôle.* » Thomas Cadène m'avait lui-même fait part de cette anecdote : « *y a [SC] justement il boude là en ce moment. Ça m'ennuie beaucoup* ».

A propos des auteurs de *LAG* qu'il suit sur Twitter, SC explique : « *je dialogue avec eux et eux dialoguent avec moi.* » C'est d'ailleurs *LAG* qui l'a poussé à utiliser Twitter pour correspondre : « *J'avais un compte Twitter et j'avais une dizaine de gens que je suivais, c'étaient essentiellement des amis et c'était pas très intéressant parce que les gens étaient pas actifs sur Twitter. Je me suis vraiment mis à tweeter avec Les Autres Gens.* »

Hormis le petit cercle dont fait partie SC, nombre de lecteurs n'utilisent Twitter que pour s'informer : le compte officiel est suivi par 25% des répondants au questionnaire et plus de 800 comptes parmi lesquels CV ou HG. Ce dernier suit le compte officiel mais aussi plusieurs auteurs. Twitter est alors utilisé comme un dispositif du témoignage, afin de se rapprocher des auteurs de la série sans pour autant converser. L'usage du retweet permet alors aux auteurs d'encourager une réflexivité de leur lectorat, en relayant des *tweets* émanant de la poignée de lecteurs qui conversent sur Twitter.

Twitter est également le lieu d'une forme d'interaction particulièrement originale. Une lectrice berlinoise amie de l'auteur Wandrille (scénariste de plusieurs épisodes de *LAG*) a pris l'initiative d'ouvrir le compte fictif et non officiel de l'un des personnages de la série. Elle y publie des statuts à la première personne dans lesquels le personnage réagit aux événements qui la concernent. Auteurs et lecteurs de la série n'hésitent pas à interagir avec ce personnage, en l'interpelant sur ses frasques ou en la rappelant à l'ordre lorsqu'ils jugent que ses interventions sur Twitter ne cadrent pas avec la personnalité qu'ils lui prêtent. Twitter apparaît donc comme un lieu de négociation directe entre la fiction, les auteurs et les lecteurs.

Le forum, espace de correspondance devenu dispositif de témoignage pour les lecteurs

Aucune zone de commentaires n'est proposée sous les épisodes, à cause d'une contrainte technique rencontrée dans le déploiement de l'outil de gestion de contenu Spip. En revanche le site web de *LAG* est doté d'un forum sur lequel peut s'établir la conversation, à l'initiative des lecteurs. Très rarement, un dessinateur intervient soit pour féliciter un confrère soit pour remercier les lecteurs pour leur intérêt pour l'épisode qu'il aura dessiné. Les quelques interventions d'auteurs qui échappent à cette définition sont des interventions d'auteur se positionnant en tant que lecteur. Thomas Cadène

intervient exclusivement pour apporter des réponses factuelles aux questions techniques ou pratiques, il vouvoie les lecteurs, tandis que ces derniers se tutoient entre eux. PR confirme mes observations : *« j'ai peut-être fait un commentaire un fois auquel un dessinateur ou un auteur a répondu. [...] Mais j'ai pas fait attention. Enfin c'est pas vraiment un échange. »*

Les usages du forum montrent une inversion des rôles entre auteurs et lecteurs : les auteurs du forum sont les lecteurs de la série. Ils utilisent ce dispositif collectivement pour témoigner de leur expérience de lecture. Thomas Cadène a même observé des lecteurs prendre les auteurs à partie parce qu'ils jugeaient que l'un ou l'autre personnage n'était pas saisi tel qu'il le devrait. En effet les lecteurs quotidiens cultivent parfois une meilleure connaissance de la série que les auteurs ponctuels.

Les auteurs utilisent le forum comme un moyen de prendre la température sans pour autant échanger avec leurs lecteurs. Pour les fans de la série, le forum est un point de repère. Il relance l'intérêt pour le récit en conservant la trace des positions débattues sur Twitter. Tous les membres du petit groupe dont j'ai observé l'activité conversationnelle sur Twitter figurent parmi les contributeurs les plus actifs du forum, tels SC : *« En fait je retourne très régulièrement dans la journée sur le site des Autres Gens pour regarder le forum. »* D'autres lecteurs inactifs sur Twitter se joignent aux échanges, à l'image de PR : *« j'aime bien aussi regarder le forum. Les commentaires des lecteurs parfois je mets des commentaires aussi. [...] En général je commence même par la lecture du forum, parce que comme je me connecte le matin [...] Ça remet un peu dans le bain et je vois les interrogations des lecteurs avant de lire l'épisode du jour qui parfois répond en partie aux interrogations. »*

Les publications des participants au forum interpellent aussi des lecteurs non participants qui n'utilisent ni Twitter ni Facebook. C'est par exemple le cas de SL qui témoigne d'une consultation ponctuelle du forum grâce à l'encart en page d'accueil qui met en avant le dernier message du forum. Le forum joue alors pleinement son rôle de témoignage et de dispositif de réflexivité pour les lecteurs de LAG.

La zone de la réflexivité

Le positionnement des dispositifs médiatiques au sein de la typologie dynamique montre une concentration et une répartition autour du centre de l'axe de l'interaction, à tous les niveaux de l'axe de l'implication. Cette zone qui sépare les parties gauche et droite de la typologie dynamique ne me semble pas constituer un simple *« genre frontière »*, elle relève de la réflexivité. Le projet des dispositifs qui occupent cette zone consiste à offrir aux lecteurs un miroir de leur activité de lecture des publications de la zone informative. Si quelques lecteurs prennent une part active aux conversations, leur immense majorité ne s'y livre pas. En revanche, même les lecteurs les moins actifs sont exposés au miroir offert par l'un ou l'autre des dispositifs de la réflexivité.

Une pluralité de publics

Dans la définition qu'il propose du public par opposition à l'audience, Daniel Dayan insiste : *« un public ne peut exister que sous forme réflexive. Son existence passe par une capacité à s'auto-imaginer. »* (Dayan, 2000). La multiplicité des dispositifs de réflexivité déployée autour de LAG plaide pour l'existence d'un public de la série dont les pratiques seraient transmédiatiques selon un scénario idéal qui pourrait être le suivant :

1. Abonnement à la page Facebook officielle et/ou au compte Twitter pour ne rater aucune activité de la série
2. Lecture des épisodes réguliers et des suppléments humoristiques
3. Conversation sur Twitter avec d'autres lecteurs et les auteurs eux-mêmes
4. Témoignage de sa lecture et de ses réflexions sur le forum

Interrogé sur ses relations avec les lecteurs, Thomas Cadène corrobore ce scénario idéal en citant spontanément des lecteurs avec lesquels il interagit sur Twitter. Puisque tous les lecteurs de *LAG* ne réalisent pas l'ensemble du scénario idéal, leurs pratiques transmédiatiques fragmentées révèlent l'existence de différents publics. Pour les identifier, j'ai concentré mon attention sur les activités conversationnelles des lecteurs entre eux à partir des réponses récoltées grâce au questionnaire.

Thomas Cadène évalue lectorat de *LAG* à environ 2000 lecteurs pour la version numérique originale. Malgré un très bon taux de réponse, les 216 réponses au questionnaire que j'ai étudiées ne peuvent être jugées représentatives de ce lectorat : prendre connaissance de l'existence du questionnaire exigeait de s'informer d'une manière ou d'une autre au delà de la seule lecture des épisodes et de faire la démarche d'apporter des réponses. A fortiori, les lecteurs de la version imprimée (10 000 exemplaires pour le premier tome) sont d'autant moins représentés dans mon échantillon. En revanche, sans préjuger de leur proportion au sein du lectorat, l'étude de cet échantillon permet de dégager des tendances.

Les lecteurs qui témoignent d'une activité conversationnelle à la fois sur Twitter et le Forum réalisent toutes les étapes du scénario, il s'agit du « public idéal ». Par opposition, le « public non contributif » est composé des lecteurs qui n'entretiennent aucune activité conversationnelle sur Twitter ou le forum et ne s'informent pas non plus via Twitter ou Facebook. Le « public connecté » est composé des lecteurs qui se contentent d'une information par le biais de Facebook et/ou Twitter. Le « public contributif » recouvre à la fois les « tweetos » qui conversent sur Twitter sans participer au forum, et les « forumeurs » qui participent au forum sans converser sur Twitter et dont certains sont susceptibles de ne pas non plus s'informer via Twitter ou Facebook.

La matrice suivante figure les différentes combinaisons observables dans les réponses au questionnaire et leur correspondance avec les types de publics identifiées sur la base du scénario idéal de pratiques transmédiatiques. Deux des huit combinaisons matricielles ont pu être écartées dans la mesure où une pratique active de Twitter implique de s'informer par ce biais.

TYPE DE PUBLIC	Info via Facebook et/ou Twitter	Conversation sur Twitter	Participation au Forum
Public idéal	[+]	+	+
Tweetos	[+]	+	-
Forumeurs 1	+	-	+
Forumeurs 0	-	-	+
Public connecté	+	-	-
Public non contributif	-	-	-

Tab. 1. Typologie des publics de la série *Les Autres Gens* en fonction de leurs pratiques médiatiques

Qui sont les fans de la série ?

Les répondants au questionnaire avaient l'opportunité de se déclarer « pas du tout », « plutôt pas », « plutôt » ou « tout à fait » « devenus fan de la série *Les Autres Gens* ». Une centaine de répondants se déclarent « tout-à-fait fan » de la série. Ce public témoigne de pratiques transmédias variées qui couvrent tous les types de publics identifiés sur la base du scénario idéal. 30 répondants ne se sont déclarés ni « plutôt » ni « tout à fait » « fan » de la série, preuve que le questionnaire couvre de manière inégale et peu représentative le lectorat total de *LAG*. Ces répondants offrent tout de même un échantillon auquel comparer celui des fans déclarés.

	Parmi tous les répondants (216)	Non-fans (30)	Fans (98)	Autres (88)
Public idéal	5%	3%	8%	2%
Tweetos	11%	17%	10%	9%
Forumeurs 1	9%	0%	11%	9%
Forumeurs 0	11%	3%	13%	10%
Public connecté	31%	33%	31%	31%
Public non contributif	34%	44%	27%	39%

Tab 2. Proportions comparées des types de publics parmi les répondants au questionnaire selon leur statut de fan ou de non-fan de la série *Les Autres Gens*

Le hardcore fan en question

On observe une tendance des fans de la série à se rapprocher du modèle du public idéal par une pratique transmédias plus active tournée vers la participation au forum officiel. Preuve du rôle conversationnel de Twitter, son usage ne faiblit pas parmi les non-fans qui présentent soit une pratique plus passive, soit une pratique plus conversationnelle que l'ensemble des répondants et que l'ensemble des fans, tout en ne s'intéressant pas au forum.

Pour Thomas Cadène, SC est le « *premier fan* » de par son activité depuis qu'il a découvert la série. Il identifie une lectrice strasbourgeoise qui serait la « *plus ancienne fan* » dans la mesure où elle est abonnée depuis le début de la série et se livre à une activité tout aussi soutenue et visible que SC. Cette lectrice tout comme SC présentent le profil du lecteur « idéal », totalement fan de la série et investi dans toutes les étapes du scénario des pratiques transmédias. Mais PR, CV et SL se déclarent tous trois « tout à fait fan » de *LAG* sans pour autant réaliser le scénario idéal. Selon la typologie que j'ai établie, PR est un « Forumeur 1 », SL un « Forumeur 0 » et CV une représentante du « public connecté ». Pour PR, à l'image des deux tiers des fans, « être fan c'est simplement avoir envie de continuer à suivre la série. »

Ainsi, contrairement à l'idée communément répandue dans le sillage du travail de Henri Jenkins, le fan ne se résume pas au *hardcore fan* qui est à la fois un fan et un contributeur. Cet enseignement encourage à aborder avec précaution les recherches qui prétendent étudier les publics par l'observation de leurs traces sur les dispositifs numériques, puisque cette méthode ne permet d'étudier qu'une minorité de publics.

Être fan sans contribuer ?

CV souligne : « *je suis pas fan au point d'aller suivre les commentaires, de*

participer au forum ou d'aller les rencontrer dans des dédicaces. » Pour SL, un fan c'est « quelqu'un qui s'abonne je crois, d'abord. Parce qu'il faut payer, donc il y a un certain niveau de décision là. Une certaine loyauté peut être. Et je crois que le fait que je lise ce qui est là chaque jour, c'est un investissement de temps peut-être. »

L'abonnement instaure certainement une forme de fidélité à la série tant par l'investissement financier que par l'investissement en temps. Il s'agissait d'un véritable pari en 2010 lors du lancement de la série. Thomas Cadène témoigne de débats enflammés avec les commentateurs de certains blogs et forums qui s'insurgeaient contre l'idée de faire payer du contenu en ligne. Avoir montré que des lecteurs pouvaient payer pour de la bande dessinée numérique est d'ailleurs une chose dont Thomas Cadène tient à ce qu'on lui reconnaisse la paternité.

Interrogé sur sa définition du fan de LAG, Thomas Cadène évoque « *tous les gens qui viennent en dédicace et qui ont des réactions d'enthousiasme, mais, vraiment, que moi je connaissais pas avant. T'sais genre ils viennent avec des copains et puis "Oh là là il faut absolument que tu lises le livre oh c'est génial" voilà. Le type qui va au delà de juste "j'ai beaucoup aimé ce que vous faites" »* Ces lecteurs ont beau ne pas contribuer aux dispositifs médiatiques proposés autour de la série, leur posture admirative et prosélyte les désigne comme de véritables fans. Il en va de même des lecteurs qui n'ont pas la possibilité ou l'occasion de se rendre à des séances de dédicace : la posture dont témoigne Thomas Cadène n'implique de chercher à rencontrer l'auteur coûte que coûte.

Conclusion

En positionnant les différents dispositifs selon la typologie dynamique, j'ai montré que - comme le supposaient ses auteurs - cette typologie pouvait être utilisée pour décrire des projets portés par d'autres dispositifs que les blogs, et que des zones pouvaient exister en dehors des quatre zones identifiées dans le cas des blogs. J'ai mis en lumière une « zone de la réflexivité » au centre de la typologie, le long de l'axe de l'implication : les dispositifs relevant de cette zone ont tous pour projet de permettre à l'audience de s'incarner en tant que public.

Ce travail m'a permis d'identifier un scénario idéal décrivant les pratiques transmédiatiques des lecteurs de LAG. Sur la base de ce scénario, j'ai élaboré une typologie des publics de la série d'après la nature de leurs pratiques du forum, de Facebook et de Twitter. Cette typologie m'a permis d'interroger le profil du fan. Bien qu'une minorité des lecteurs interrogés s'inscrive dans le profil du lecteur idéal, ceux qui se déclarent « tout à fait fan » de la série tendent à se rapprocher de ce profil. C'est l'usage du forum qui se révèle le plus caractéristique du public des fans.

Ainsi, la segmentation des pratiques médiatiques est révélatrice d'une pluralité de publics entre l'audience non contributive et le public idéal au sens où l'entend Dayan. En revanche, bien que le public idéal soit composé de fans déclarés, le public des fans ne saurait se réduire à l'image du « *hardcore fan* » plébiscitée par Jenkins. Je me garderai de qualifier de « vrais fans » les lecteurs idéaux et je constate que les lecteurs reconnaissent avant tout l'acception traditionnelle du fan « admirateur », indépendamment de sa capacité à faire public. SC, qui présente tous les traits de l'archétype du fan selon Jenkins, m'a d'ailleurs glissé : « *au moment où je te fais peur parce que je suis trop fan faut me le dire. »*

Au delà de l'analyse des pratiques médiatiques des lecteurs, les données recueillies par le biais du questionnaire ouvrent de nombreuses perspectives. La connaissance du public hétérogène des fans déclarés pourrait en particulier être approfondie. En revanche, je ne suis pas parvenu à établir de corrélation entre les profils sociodémographiques des répondants et leur position dans la typologie de publics. Les profils des lecteurs sont probablement plus liés au choix du modèle économique de l'abonnement - encore atypique dans le domaine de la bande dessinée numérique - ainsi qu'à la forme et à la teneur du récit lui-même.

Bibliographie

- Bagieu P., « Ma vie est tout à fait fascinante », [En ligne : <http://www.penelope-jolicoeur.com>, consulté le 08/06/2012].
- Beaudouin V., 2002, « De la publication à la conversation », *Réseaux*, 116(6), pp. 201-225.
- Boulet, « Bouletcorp », [En ligne : <http://www.bouletcorp.com/> consulté le 08/06/2012]
- Burnay N., Klein A., 2007, « Blogs et questionnements méthodologiques », pp. 21-36, in : Klein A, dir., *Objectif blogs ! : explorations dynamiques de la blogosphère*, Paris, Harmattan.
- Cadène et al., 2009, « Les Autres Gens », [En ligne : <http://www.lesautresgens.com>, consulté le 08/06/2012]
- Dayan D., 2000, « Télévision : le presque-public », *Réseaux*, 18(100), pp. 427-456.
- Evans C., Gaudet F., 2012, *La lecture de bandes dessinées*, Culture études, Paris, DEPS du Ministère de la Culture et de la Communication. [En ligne : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Etudes-et-statistiques/Articles/La-lecture-de-bandes-dessinees> consulté le 08/06/2012]
- Jenkins H., *Convergence culture: where old and new media collide*, New York, New York University Press.
- Klein A., 2007, « Introduction », pp. 11-19, in : Klein A, dir., *Objectif blogs ! : explorations dynamiques de la blogosphère*, Paris, Harmattan.
- Orban de Xivry A.-C., Matagne J., Klein A., 2007, « Typologie dynamique : une blogosphère de projets », pp. 37-68, in : Klein A, dir., *Objectif blogs ! : explorations dynamiques de la blogosphère*, Paris, Harmattan.