



HAL
open science

Prendre en compte les pratiques non-contributives

Julien Falgas

► **To cite this version:**

Julien Falgas. Prendre en compte les pratiques non-contributives : Approche méthodologique de l'étude des pratiques (trans)médiatiques des lecteurs de la bédénovela Les Autres Gens. 2014. hal-01310162v1

HAL Id: hal-01310162

<https://hal.science/hal-01310162v1>

Preprint submitted on 2 May 2016 (v1), last revised 15 Nov 2017 (v2)

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.

Falgas Julien
Centre de recherche sur les médiations
Université de Lorraine
F-57000
julien.falgas@gmail.com

**Prendre en compte les pratiques non-contributives.
Approche méthodologique de l'étude des pratiques (trans)médiatiques des lecteurs de la
bédénovala *Les Autres Gens***

Résumé. — Autour de la publication quotidienne sur Internet du feuilleton de bande dessinée numérique *Les Autres Gens* gravitaient un espace d'informations, une lettre électronique, un forum de discussions, une page *Facebook* officielle et un compte *Twitter* officiel. La segmentation des pratiques médiatiques des lecteurs de la série révèle une pluralité de publics entre l'audience non contributive et le public idéal au sens où l'entend Daniel 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 Henri Jenkins. En présentant et en discutant la mise en œuvre conjointe et non linéaire de plusieurs méthodologies pour parvenir à ces conclusions, l'article démontre que l'analyse de contenus ne peut suffire à saisir la réalité des pratiques médiatiques des publics, ni la figure du fan à légitimer des travaux qui se limitent à l'analyse des traces laissées par des publics contributifs.

Mot-clés. — Méthodologie, bande dessinée, bande dessinée numérique, publics, fans, dispositifs de publication numériques.

La série *Les Autres Gens* (*LAG*) (Cadène *et al.*, 2009) a été publiée sur Internet sous forme d'épisodes quotidiens de mars 2010 à juin 2012. *LAG* a ouvert la voie à une professionnalisation de la création originale de bande dessinée numérique en montrant que le modèle de l'abonnement était économiquement viable pour commercialiser une publication périodique. Ainsi, plusieurs revues numériques se sont faites connaître depuis que *LAG* a pris fin et toutes revendiquent ouvertement le jalon posé par cette dernière. *LAG* est la première création collaborative dans le monde de la bande dessinée de par le nombre de participants. C'est aussi la bande dessinée numérique la plus citée dans la presse selon une recension de la presse généraliste francophone entre 1997 et 2011 dressée au moyen d'une base de données d'articles de presse. *LAG* est l'œuvre d'un scénariste - Thomas Cadène - et d'une centaine d'auteurs qui se sont relayés pour l'assister au scénario et pour dessiner les épisodes quotidiens et différents bonus.

En dehors de quelques expériences isolées, telles que l'animation de comptes fictifs sur le réseau social en ligne *Facebook* au cours des premiers mois de parution, ou la publication en mars 2012 d'un supplément inédit offert pour tout achat d'un album de la série, *LAG* n'est pas un récit transmédia, au sens où le définit Henry Jenkins (2006). En revanche, *LAG* sollicite une large variété de dispositifs pour établir une relation avec ses lecteurs. Son lancement a été annoncé au moyen d'une vidéo diffusée sur la plateforme de partage *Youtube*. Autour de la publication quotidienne du récit sur le site Internet et, de manière différée, sous la forme d'albums vendus en librairie, gravitent un espace de *news*, une lettre électronique, un forum de discussions, une page *Facebook* officielle et un compte *Twitter* officiel. *LAG* s'appuie aussi sur une communication ponctuelle de ses auteurs sur leurs blogs personnels et à travers les réseaux sociaux. Devant la multiplicité de ces dispositifs de communication, j'ai cherché à savoir si des pratiques segmentées existaient et pouvaient révéler l'existence d'une pluralité de publics ; mais aussi dans quelle mesure certains lecteurs, à l'image des fans que décrit Henry Jenkins (2006), faisaient preuve de pratiques d'appropriations transmédiatiques des dispositifs proposés.

L'axe III « Transmédialité chez les publics d'utilisateurs » du colloque « Dispositifs transmédiatiques, convergences et constructions des publics » a été l'occasion d'engager cette étude autour des publics de *LAG*. La communication de mai 2012 a présenté les premiers résultats consacrés aux pratiques (trans)médiatiques des lecteurs de la série. Ces résultats ont été confrontés avec les discours des auteurs de la série dans le cadre du colloque EUTIC 2012 « publics et pratiques médiatiques » dont les actes présentent les conclusions de mon étude (Falgas, 2012). Celle-ci a permis de valider l'hypothèse de l'existence de publics segmentés en fonction de la diversité de leurs pratiques (trans)médiatiques. En revanche, les résultats recueillis autour de la notion de fan incitent à remettre radicalement en cause l'usage académique consistant à assimiler les fans à un public contributif. Je présenterai et discuterai ici la méthodologie de travail qui m'a conduit à ces résultats et les implications méthodologiques de mes conclusions.

Typologie dynamique

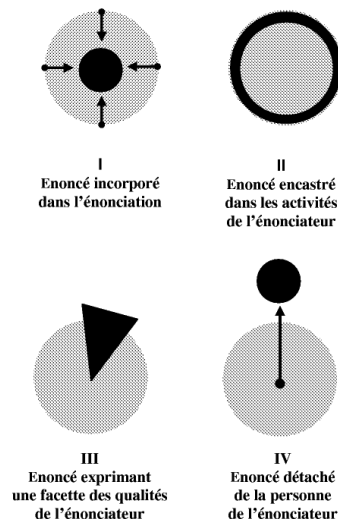
Selon la typologie dynamique proposée par Anne-Claire Orban de Xivry, Julie Matagne et Annabelle Klein (2007), les blogs peuvent être classifiés suivant la notion de projet, dans des zones déterminées par le croisement de l'axe d'implication de l'auteur et de l'axe d'interaction avec les lecteurs. Or, ces auteurs qualifient de « zones cimetières » les espaces de la typologie 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-mails, etc. » (*ibid.* : 59). C'est pourquoi j'ai jugé pertinent d'appliquer cette typologie aux différents dispositifs déployés autour de la série *LAG*.

Axe de l'implication

L'implication des auteurs dans chaque dispositif a été évaluée qualitativement sur l'axe des ordonnées en fonction de l'observation de la relation énonciateur/énoncé telle que la définissent Hélène Delauney-Téterel et Dominique Cardon (2006 : 26) :

Figure 1. Quatre configurations de la relation entre énonciateur et énoncé



Axe de l'interaction

L'axe des abscisses de la typologie dynamique représente les nuances qui séparent la publication et la conversation, dans le cadre de leur convergence sur les mêmes écrans (Beaudouin, 2002). Ce positionnement se base sur les marques d'adresses employées (Tu, Tous ou Vous), la tonalité du discours (plaisant ou sérieux), l'attribution d'un rôle actif ou non au lecteur et les dispositions techniques d'interactivité proposées.

Zones identifiées

Anne-Claire Orban de Xivry, Julie Matagne et Annabelle Klein (2007) distinguent quatre zones définies par le croisement des axes de l'implication et de l'interaction. Les zones dans lesquelles l'auteur s'implique personnellement sont la zone de la correspondance, de nature conversationnelle, et la zone du témoignage, de nature publicationnelle. Les zones dans lesquelles l'implication de l'auteur est plus limitée sont la zone informative, de nature publicationnelle, et la zone de l'interpellation, de nature conversationnelle. Entre ces zones clairement définies existent de nombreuses possibilités intermédiaires, les auteurs les désignent comme des « genres frontières » (*ibid.* : 58).

Cette approche peut paraître schématique, voire réductrice, dans la mesure où un dispositif de communication peut fort bien être usité de diverses manières à la fois. Initialement, la typologie dynamique a vocation à caractériser le projet initial qui a présidé à la mise en place d'un dispositif. En l'appliquant à l'étude des pratiques observées ou déclarées, je prenais le

risque d'aboutir à des résultats troubles. Mais les dynamiques de positionnement des pratiques observées et déclarées sur chaque dispositif se sont au contraire révélées instructives.

Méthodologie

Avant de conduire une série d'entretiens auprès de lecteurs de *LAG*, j'ai commencé par observer la nature des pratiques ayant cours sur les différents dispositifs identifiés afin de positionner chacun dans la typologie dynamique. Pour cette étude, j'ai retenu les dispositifs suivants : les épisodes réguliers, les suppléments humoristiques, les *news* sur le site officiel, le forum, la page *Facebook* officielle et le compte *Twitter* officiel. J'ai écarté de mon étude la lettre électronique et les profils *Facebook* de personnages parce que ces dispositifs ont été abandonnés par les auteurs. Les blogs, profils *Facebook* et comptes *Twitter* personnels des auteurs auraient constitué un champ d'études trop vaste dont les entretiens semi-directifs ont révélé la faible importance.

Grâce aux premiers enseignements de la phase d'observation, un questionnaire a été relayé auprès des lecteurs de la série par voie électronique. Avec la collaboration de Thomas Cadène, une annonce a été publiée et relayée le 30 mars 2012 sur la page *Facebook* officielle, le compte *Facebook* officiel et dans les *news* du site web de la série. J'ai publié une annonce sur le forum. Enfin, avec le concours de son auteur, Pochep, une des vignettes *LAG MAG #11*, le supplément humoristique paru le 14 avril 2012, invitait les lecteurs qui n'en auraient pas eu connaissance (par exemple parce qu'ils liraient exclusivement les contenus narratifs de la série) à répondre à l'enquête. Au 17 avril 2012, le questionnaire totalisait 234 réponses, dont 216 n'étaient pas le fait d'auteurs contribuant à la série. À partir de l'analyse de ces réponses, j'ai pris contact avec douze répondants qui avaient accepté d'être contactés par e-mail et dont les commentaires exprimés dans les champs libres du questionnaire avaient attiré mon attention. Sept d'entre eux m'ont accordé des entretiens semi-directifs par téléphone. Il s'agissait pour moi de confirmer et d'affiner mes observations préalables.

Afin d'éclairer mes choix méthodologiques, je reproduis ici les profils synthétiques des sept lecteurs avec lesquels je me suis entretenu.

- SC est un cadre, parisien âgé de 30 ans, lecteur régulier de bande dessinée traditionnelle. Abonné en août 2011, il a rattrapé son retard en un mois. S'informant sur la série par tous les moyens à sa disposition, il est très actif sur *Twitter* et sur le forum. SC se définit comme tout à fait fan de *LAG*. L'entretien a duré environ 40 minutes.
- DR est dessinatrice, non diplômée et âgée de 26 ans, elle réside dans une commune de moins de 10 000 habitants de la région Rhône-Alpes. Lectrice assidue de bandes dessinées en tous genres, elle n'est pas abonnée à *LAG*, mais se tient informée via *Facebook*. L'entretien a duré environ 30 minutes.
- YC est cadre, âgé de 46 ans et résidant en banlieue parisienne. Lecteur très assidu de bandes dessinées traditionnelles, il n'a lu *LAG* que sous la forme des albums imprimés. YC ne se dit pas du tout fan de la série et exprime des critiques acerbes sur la qualité graphique proposée. L'entretien a duré environ 20 minutes.
- CV est une bibliothécaire toulousaine de 32 ans. Lectrice assidue de bandes dessinées en tous genres, elle est abonnée à *LAG* depuis le début. Informée par le flux RSS et

Twitter, elle ne dialogue pas avec d'autres lecteurs, ni avec les auteurs, mais se définit comme tout à fait fan de la série. L'entretien a duré environ 30 minutes.

- PR est un cadre de 36 ans, résidant dans une commune de moins de 1000 habitants du Languedoc-Roussillon. Lecteur assidu de bandes dessinées traditionnelles, il est abonné depuis le début de la série. Informé exclusivement par le biais du site web officiel, il participe activement au forum et se définit comme tout à fait fan de la série. L'entretien a duré environ 25 minutes.
- HR est un homme de 34 ans qui exerce une profession intermédiaire à Lyon. Lecteur très assidu, adepte de bandes dessinées en tous genres, il s'est abonné à *LAG* en mars 2012 et s'efforce de lire la série depuis le début. L'entretien a duré environ 30 minutes.
- SL est américain, universitaire âgé de 44 ans. Abonné depuis le début de la série, il ne lit pas vraiment d'autres bandes dessinées. S'informant exclusivement au travers du site web, il n'interagit pas avec les autres lecteurs ou les auteurs et se dit tout à fait fan de la série. L'entretien a duré environ 25 minutes.

Les dispositifs médiatiques

L'observation des pratiques contributives ayant cours sur les différents dispositifs, l'analyse des réponses au questionnaire et le traitement des entretiens avec sept lecteurs m'ont permis de positionner chaque dispositif au sein d'une typologie dynamique. Dans la mesure où je ne m'attachais pas tant au projet qui présidait à leur mise en œuvre qu'aux usages concrets qui en étaient faits, j'ai été conduit à observer la circulation des usages entre différentes zones de la typologie. J'ai recouru à une approche qui mêle analyse de contenus, enquête quantitative par questionnaire et enquête qualitative par entretien. Afin d'éclairer la part de chacune des méthodes déployées, les résultats sont présentés sous forme tabulaire et distinguent ce qui relève de l'observation (non participante), de l'analyse des réponses au questionnaire et du traitement des entretiens.

Les dispositifs de la zone informative

Les épisodes réguliers de la série proprement dite sont le seul dispositif à relever de la pure publication. Le fait que leur teneur soit de nature fictionnelle pose explicitement la question de la pertinence de nommer cette zone « zone informative ». Peut-être la typologie dynamique gagnerait-elle à explorer une troisième dimension entre information et fiction. C'est un point aveugle de l'ouvrage *Objectif Blogs !* (Klein, 2007) qui n'aborde pas de blogs à contenu ouvertement fictionnel. Dans le champ de la bande dessinée numérique, cette dimension pourrait faire l'objet d'une exploration approfondie à travers l'étude de blogs BD. Dans cette perspective, l'approche sémio-pragmatique de Roger Odin (2000) pourrait se révéler féconde pour évaluer le mode de lecture déployé par les lecteurs. Toutefois, si l'on admet la terminologie proposée par la typologie dynamique, dans le cas de *LAG*, le récit constitue l'information de base autour de laquelle s'élaborent les pratiques médiatiques des autres dispositifs qui entourent sa publication. Cette conclusion s'appuie tant sur l'observation, que l'analyse des réponses au questionnaire ou celle des transcriptions des entretiens.

Tableau 1. Part des différentes méthodes de recueil de données dans le positionnement du récit régulier de la série *Les Autres Gens* dans la zone informative de la typologie dynamique

Observation	Questionnaire	Entretiens
Les auteurs ne s'impliquent pas dans l'énonciation. La tonalité est sérieuse et réaliste. Le lecteur a un rôle passif.	La lecture des épisodes est le plus souvent quotidienne.	Corroborent la dimension quotidienne de la lecture. La lecture semble matinale, rituelle, dans le cadre professionnel.

L'observation seule suffisait à positionner le récit régulier dans la zone informative, mais les réponses au questionnaire et les entretiens m'ont permis de mieux qualifier les pratiques des lecteurs. En outre, un « idéal » transparait dans les résultats étudiés puisque de nombreux lecteurs n'ont pas toujours suivi le récit quotidiennement. HG n'est abonné que depuis mars 2012 et exprime sa frustration de ne pas pouvoir vivre l'expérience quotidienne: « J'aimerais bien vivre un petit peu l'expérience du feuilleton. C'est quand même ça l'intérêt. [...] jusqu'à maintenant je ne l'ai pas cette expérience d'avoir un épisode chaque jour ». Pour DB, prendre la lecture en cours est rédhibitoire et explique en partie qu'elle ne s'abonne pas : « C'est vrai que je me sens moins attirée parce qu'on arrive en plein milieu ». Pour profiter de la lecture quotidienne en temps réel, SC explique « j'ai dû m'inscrire je crois en juillet et au lancement de la deuxième saison [en septembre] j'avais rattrapé tout mon retard ».

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

Tableau 2. Part des différentes méthodes de recueil de données dans le positionnement des bonus humoristiques de la série *Les Autres Gens* dans la zone du témoignage (par les auteurs) de la typologie dynamique

Conclusions	Observations	Entretiens
Les auteurs des résumés mensuels et des numéros du <i>LAG MAG</i> adoptent une position de témoin du déroulement du récit : ce sont des lecteurs s'adressant à d'autres lecteurs.	Les auteurs de ces suppléments humoristiques n'hésitent pas à se représenter sous les traits de leur avatar graphique habituel ou à se cacher derrière un narrateur représenté graphiquement dans les vignettes. Le lecteur n'est pas appelé à prendre un rôle actif, aucun dispositif ne permet la conversation. Le ton plaisant et l'adresse à « Vous » voire à « Tu » montrent une tendance à l'interpellation.	SC : « Les résumés ne sont pas écrits par Cadène et ils sont quand même super drôles. Enfin, il y a un changement de ton qui est super drôle dans les résumés ».

Les réponses au questionnaire ne se sont pas révélées utiles pour compléter mes observations initiales. En revanche, les entretiens ont permis de corroborer les observations et de suggérer que, par leur caractère interpellatif, les résumés et les *LAG MAG* encourageraient les lecteurs à la réflexivité, c'est-à-dire à se représenter, à s'imaginer comme lecteurs parmi d'autres lecteurs. Ainsi SL affirme-t-il : « Les autres lecteurs disent ça aussi, qu'il y a pas mal de personnages qui ne sont pas très attirants. Qui sont agaçants même ». Interrogé sur les sources de son affirmation en suggérant qu'il s'agisse du forum, ce dernier m'a répondu : « Oui sur le forum et puis le *LAG MAG*, ou les résumés de fin du mois ont peut être créé un certain miroir des lecteurs ». Je constate toutefois que pour certains lecteurs, ces suppléments

relèvent seulement de l'information : « C'est lié aux *Autres Gens* mais c'est totalement différent. C'est juste parce que ça donne un sujet finalement au dessinateur et à l'auteur pour faire une sorte de BD sur la dérision en fait. Donc ça pourrait être sur n'importe quel sujet finalement » (PR).

Les dispositifs de la zone de l'interpellation

Le 28 janvier 2010, une vidéo est mise en ligne sur *Youtube*¹ pour promouvoir l'ouverture prochaine du site *www.lesautresgens.com*. Si plusieurs auteurs sont cités d'emblée, ils ne s'impliquent pas personnellement dans l'énonciation. Le tutoiement est employé et le ton est détendu. Le lecteur est incité à surveiller l'ouverture du site web de la série le 1^{er} mars 2010. Par la suite deux autres dispositifs assument le rôle interpellatif de la vidéo promotionnelle : l'espace de *News* et la page *Facebook* officielle.

Tableau 3. Part des différentes méthodes de recueil de données dans le positionnement des *News* et de la page *Facebook* officielle de la série *Les Autres Gens* dans la zone de l'interpellation de la typologie dynamique

Conclusions	Observations	Entretiens
L'espace des <i>News</i> perpétue le mode de l'interpellation employé dans la vidéo promotionnelle.	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 : « Nous sommes bien contents parce que nos abonnés nous suivent toujours et que sans eux nous n'existerions pas. Ceci étant dit, nous ne vous cachons pas que quelques abonnés de plus ça ne serait pas du luxe. Alors, toi qui hésite, regarde les premières cases des épisodes, vois comme c'est bel et bon, et attaque la seconde saison (qui a commencé début septembre) » ² .	
L'usage de <i>Facebook</i> reste cantonné dans la zone de l'interpellation, malgré des velléités affichées	Les nouveaux épisodes ainsi que les parutions d'albums sont annoncés sur la page <i>Facebook</i> officielle, ouverte en septembre 2012. Des photos prises lors de festivals sont publiées de manière exceptionnelle.	SC témoigne utiliser assez peu <i>Facebook</i> . S'il interagit par ce biais, l'interaction ne relève pas du dialogue à ses yeux : « je vais pas dialoguer sur <i>Les</i>

¹ Accès : http://youtu.be/6WluXJ_sCFE. Consulté le 16/11/12.

La vidéo annonce : « Le premiers mars 2010, sur Internet ! Sur ton ordinateur, ton téléphone, ton iTouch, ton ordinateur portable, ton ordinateur de bureau et celui de ta maison, sur celui de ta femme ou de ton mari ou de ta compagne ou de ton compagnon, à Paris comme à Moscou, mais aussi à New York City ou à Buenos Aires de même qu'à Berlin, partout, dans le monde entier (ou presque). Une expérience unique en couleurs et en noir et blanc ! De l'émotion, de l'action, de l'amour ! Avec des personnages comme toi et moi mais en différent ! Tous les jours, du lundi au vendredi, sur abonnement ».

² Microrévolutions, le 5 novembre 2011. Accès : <http://www.lesautresgens.com/spip.php?article913>. Consulté le 16/11/12.

<p>pour la correspondance. <i>Facebook</i> semble donc jouer un rôle proche de celui des flux RSS en servant avant tout de relais interpellatif à l'information.</p>	<p>La présence personnelle des auteurs dans les commentaires plaide pour une implication plus grande que dans les dispositifs évoqués jusqu'à présent.</p> <p>Les possibilités d'interaction offertes par <i>Facebook</i>, 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 leur interaction à cliquer sur le bouton « j'aime ». Lorsqu'ils laissent un commentaire, il est rarissime qu'une conversation en découle.</p> <p>Plus de 1600 profils sont abonnés aux publications de la page <i>Facebook</i> de <i>LAG</i>.</p>	<p><i>Autres Gens</i> sur <i>Facebook</i>. [...] de temps en temps, je vais liker et de temps en temps je vais faire des commentaires, mais c'est pas un échange de dialogue pour moi ».</p> <p>Bien qu'abonnée à la page <i>Facebook</i>, DR doit en faire la vérification pour me le confirmer et réaliser que c'est sans doute par ce biais qu'elle se rend occasionnellement sur le site officiel de la série.</p>
--	---	--

En l'occurrence l'observation seule se révélait suffisante, les entretiens l'ont simplement corroborée et le questionnaire n'a pas apporté d'élément utile ou nécessaire aux conclusions.

***Twitter*, le dispositif de la zone de la correspondance pour quelques-uns, du témoignage pour la plupart**

Tableau 4. Part des différentes méthodes de recueil de données dans le positionnement du compte *Twitter* officiel de la série *Les Autres Gens* entre la zone de la correspondance et celle du témoignage (par les auteurs) dans la typologie dynamique

Observation	Entretiens
<p>La page <i>Facebook</i> accueille quelques publications qui interpellent les lecteurs pour les inviter à suivre le compte <i>Twitter</i> de la série.</p> <p>Le compte officiel de la série réagit en direct, répond, discute et relaie de nombreux tweets de la communauté des auteurs et des lecteurs de <i>LAG</i>.</p> <p>Les tweets sont écrits à la première personne du singulier et font parfois état des difficultés rencontrées par Thomas Cadène « aujourd'hui TOUT merde ».</p> <p>Le tutoiement est de rigueur.</p> <p>Le nombre de lecteurs impliqués quotidiennement dans cette correspondance est proche de la demi-douzaine.</p>	<p>SC témoigne d'une certaine proximité avec ses interlocuteurs : « En ce moment, je boude un peu parce qu'il y a un truc qui est arrivé dans <i>Les Autres Gens</i> et avec lequel je suis pas d'accord. Et c'est drôle parce que les gens sur <i>Twitter</i> (...) 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 ». À propos des auteurs de <i>LAG</i> qu'il suit sur <i>Twitter</i>, il explique : « Je dialogue avec eux et eux dialoguent avec moi ». C'est d'ailleurs <i>LAG</i> qui l'a poussé à utiliser <i>Twitter</i> pour correspondre : « J'avais eu un compte <i>Twitter</i> et j'avais une dizaine gens que je suivais, c'étaient essentiellement des amis et c'était pas très intéressant parce que les gens étaient</p>

Le compte officiel est suivi par plus de 800 comptes	absolument pas actifs sur <i>Twitter</i> . Je me suis vraiment mis à tweeter avec <i>Les Autres Gens</i> ». Pour CV ou HG, <i>Twitter</i> est utilisé comme un dispositif du témoignage, afin de se rapprocher des auteurs de la série sans pour autant converser.
--	---

L'observation mettait l'accent sur le caractère conversationnel de *Twitter*. Grâce aux entretiens, j'ai réalisé que *Twitter* était essentiellement utilisé comme un dispositif du témoignage, afin de se rapprocher des auteurs de la série sans pour autant converser. C'est ainsi que s'explique le fait que sur 800 *followers* du compte officiel de *LAG* sur *Twitter*, seule une demi-douzaine s'implique réellement dans une pratique de correspondance. L'usage du *retweet* permet ainsi aux auteurs d'encourager une réflexivité de leur lectorat, en republiant des *tweets* émanant de la poignée de lecteurs qui converse sur *Twitter*.

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

Tableau 5. Part des différentes méthodes de recueil de données dans le positionnement du forum de la série *Les Autres Gens* dans la zone du témoignage (par les lecteurs) de la typologie dynamique

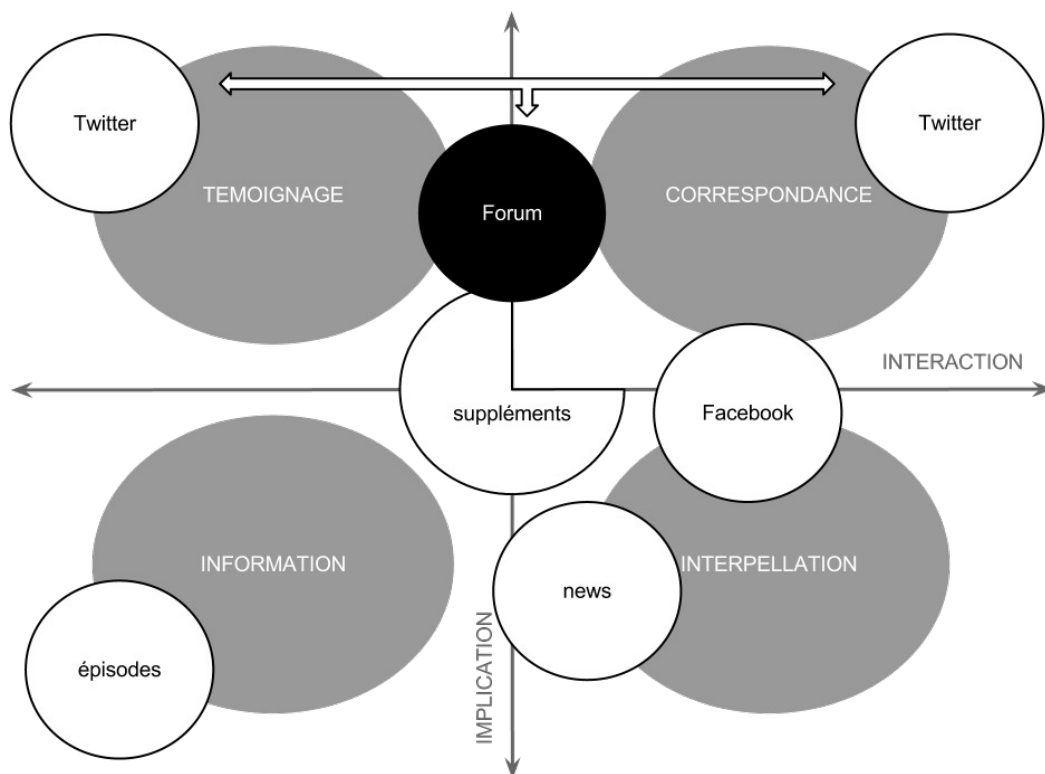
Conclusions	Observations	Entretiens
<p>Les usages du forum montrent une inversion des rôles entre auteurs et lecteurs : les auteurs du forum sont les lecteurs de la série. Ils utilisent ce dispositif collectivement pour témoigner de leur expérience de lecture.</p> <p>Pour les fans de la série, le forum est un point de repère. Il relance l'intérêt pour le récit en conservant la trace des positions débattues sur <i>Twitter</i>.</p>	<p>Les messages sont initiés par les lecteurs.</p> <p>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 ne relèvent pas de cela sont en réalité 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.</p>	<p>PR confirme mes observations : « J'ai peut-être fait un commentaire une fois auquel un dessinateur ou un auteur a répondu. [...] Mais j'ai pas fait attention. Enfin c'est pas vraiment un échange ».</p> <p>Tous les membres du petit groupe dont j'ai observé l'activité conversationnelle sur <i>Twitter</i> figurent aussi parmi les contributeurs les plus actifs du forum, tels SC : « En fait je retourne très régulièrement dans la journée sur le site des <i>Autres Gens</i> pour regarder le forum ». D'autres lecteurs inactifs sur <i>Twitter</i> 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 ».</p> <p>Le forum accueille des écrits plus réfléchis, « des fois il y a des private jokes que je</p>

		<p>ferais bien sur le forum et je me rends compte que ça n'intéresserait personne et du coup je vais les faire sur <i>Twitter</i>. [...] Sur le forum je prends toujours mon temps pour relire et écrire mes messages parce que je trouve que ça réagit quelquefois avec les tripes et du coup quelquefois les gens interprètent pas forcément bien ce qu'on dit. Alors que sur <i>Twitter</i> c'est beaucoup plus immédiat et du coup, il y a une espèce de droit de réponse instantané » (SC).</p>
--	--	--

Dans le cas du forum, comme pour les autres dispositifs, les données recueillies par questionnaire se sont révélées d'un faible secours. Les observations ont permis de positionner efficacement le forum et de relever son caractère atypique par rapport aux autres dispositifs mis en œuvre autour de la série. Les entretiens ont encore une fois permis de confirmer les conclusions tirées de l'observation et d'enrichir la compréhension des pratiques contributives. Mais les entretiens ont surtout permis de comprendre les pratiques non-contributives. Les publications des participants au forum interpellent 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*.

Pratiques (trans)médiatiques

Figure 2. Synthèse typologique des dispositifs médiatiques déployés autour de la série *Les Autres Gens*



La zone de la réflexivité

À plusieurs reprises, les entretiens ont révélé la dimension réflexive de pratiques non contributives qu'il n'était pas possible d'observer à travers l'activité contributive visible sur les différents dispositifs étudiés. Le positionnement des dispositifs médiatiques selon la typologie dynamique montre leur concentration autour du centre de l'axe de l'interaction, à tous les niveaux de l'axe de l'implication. Loin d'être un simple « genre frontière », cette zone qui sépare les parties gauche et droite de la typologie dynamique 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, l'immense majorité ne s'y livre pas. En revanche, même les lecteurs les moins contributifs peuvent regarder le miroir offert par l'un ou l'autre des dispositifs de la réflexivité. Pour Daniel Dayan (2000 : 433), « un public ne peut exister que sous forme réflexive. Son existence passe par une capacité à s'auto-imaginer ». La concentration des pratiques autour de la « zone de la réflexivité » que j'ai mise en lumière accrédite l'existence d'un ou plusieurs authentiques publics autour de *LAG*.

Durant cette phase de l'étude, les réponses au questionnaire semblent avoir été peu mises à profit, pourtant, sans elles, je n'aurais pas pu identifier efficacement sept lecteurs aux profils suffisamment variés pour refléter la large palette des pratiques (trans)médiatiques qui animent les publics de *LAG*. La vocation initiale du questionnaire était de me permettre de confirmer l'hypothèse à laquelle m'avaient conduit mes observations, à savoir l'existence d'une pluralité de pratiques (trans)médiatiques autour de la série *LAG* révélatrice d'une pluralité de publics. L'analyse des réponses recueillies m'a conduit à engager une seconde démarche exploratoire par le biais d'entretiens grâce auxquels sont apparues des pratiques réflexives et non contributives que l'observation ne révélait pas avec autant d'acuité.

À partir de ces premiers éléments de conclusion, l'analyse quantitative des données recueillies par questionnaire a eu non seulement vocation à confirmer mon hypothèse de départ, mais aussi à appuyer l'importance des pratiques non contributives au sein des publics de *LAG*.

Les publics de *LAG* incarnés dans les pratiques (trans)médiatiques des lecteurs

Dès l'émission du questionnaire, je n'escomptais pas une représentativité des réponses recueillies. Son existence a été relayée par le biais des dispositifs que je souhaitais étudier, dès lors les lecteurs qui n'en faisaient pas usage étaient exclus de l'échantillon et les usagers les plus assidus ne pouvaient qu'être surreprésentés. Les lecteurs aux tendances les plus contributives étaient également supposés montrer une plus grande propension à répondre à un questionnaire. C'est ainsi que, pour un lectorat en ligne évalué à 2000 lecteurs et un tirage à 10 000 exemplaires du premier tome de l'édition imprimée, j'ai recueilli 216 réponses au questionnaire. Faute de représentativité, j'ai cherché à relever des tendances et des écarts entre les différents publics identifiés.

Afin d'observer ces tendances, je me suis basé sur un scénario idéal élaboré d'après mes premières conclusions :

1. le lecteur s'abonne à la page *Facebook* officielle et/ou au compte *Twitter* pour être informé en temps réel de l'actualité de la série ;
2. le lecteur lit les épisodes réguliers et les suppléments humoristiques ;

3. suite à sa lecture, il converse sur *Twitter* avec d'autres lecteurs et avec les auteurs eux-mêmes ;
4. suite à sa lecture et à ses conversations, il témoigne de ses réflexions et de ses opinions sur le forum.

La matrice suivante décrit les différents publics potentiels de la série en fonction de leur réalisation ou non des différentes étapes du scénario idéal. 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. :

Tab. 6. Typologie des publics de la série *Les Autres Gens* en fonction de leurs pratiques médiatiques

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

Il s'avère que parmi les répondants au questionnaire, l'ensemble des publics potentiels est représenté. Ces données valident l'hypothèse de l'existence d'une pluralité de publics, adossée à une pluralité de pratiques (trans)médiatiques.

Tab 7. Proportions comparées des types de publics parmi les répondants au questionnaire

	Parmi tous les répondants (216)
Public idéal	5%
Tweetos	11%
Forumeurs 1	9%
Forumeurs 0	11%
Public connecté	31%
Public non contributif	34%

Qui sont les fans de la série ?

Analyse comparée des pratiques transmédiatiques des fans et des non-fans

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* ». Par cette question, j'avais la notion de « fan » comme une notion de sens commun, sans l'avoir préalablement définie. Pour le dictionnaire *Le Larousse*, le fan est un « admirateur enthousiaste, passionné de quelqu'un, de quelque chose ». Si l'échantillon touché par le questionnaire n'est pas représentatif, il couvre vraisemblablement mieux la population des fans et celle des lecteurs contributifs. Il s'avère que la littérature scientifique tend à superposer ces deux notions en accordant une grande importance à l'analyse des traces et des productions des communautés de fans. Or les réponses au questionnaire montrent que les fans de *LAG* ne sont pas dans leur majorité des contributeurs aux dispositifs déployés autour de la série :

Tab 8. 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*

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

Les fans de la série montrent tout de même une plus grande propension à se rapprocher du modèle du public idéal par une pratique transmédiatique plus contributive et tournée vers la participation au forum officiel. L'usage de *Twitter* ne faiblit pas parmi les non-fans qui présentent soit une pratique plus passive, soit une pratique plus conversationnelle que l'ensemble des fans ou que les autres répondants, tout en ne s'intéressant pas au forum.

Ces résultats remettent fortement en question la conception académique courante du fan comme un sujet contributif. J'ai cherché des explications à travers les entretiens. Parmi les lecteurs avec lesquels je me suis entretenu, SC présente le profil du lecteur « idéal », totalement fan de la série et investi dans toutes les étapes du scénario des pratiques transmédiatiques. 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 ». Le modeste échantillon que constituent les lecteurs avec lesquels je me suis entretenu corrobore donc mon analyse. Or, ces derniers ont exprimé une définition du fan très éloignée des standards académiques influencés par l'archétype du *hardcore fan* de Henry Jenkins. Pour PR, à l'image des deux tiers des fans, « être fan c'est simplement avoir envie de continuer à suivre la série », 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. J'ai une pratique plutôt distanciée de la bande dessinée en général, et donc de la BD numérique aussi ». 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. 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 ». On retrouve donc dans les mots des fans interrogés une représentation du fan plus proche de celle offerte par la définition du dictionnaire que de celle du monde académique.

Les albums, outils de découverte et du souvenir

YC présente pour sa part le profil typique du « non fan » de *LAG*, non contributif comme près de la moitié des répondants qui ne se déclarent ni « plutôt », ni « tout à fait » fans de la série. Pour lui, être fan, c'est acheter tous les albums d'un auteur ni plus ni moins. 42 répondants déclarent acheter les albums imprimés, à deux exceptions ils sont au moins « plutôt fan » de la série et les deux tiers d'entre eux se déclarent « tout à fait fan ». Les 28 fans acheteurs des livres sont tous abonnés à la version numérique originale. Il s'agit d'abord pour eux de conserver une trace et de soutenir la série, dans la mesure où la lecture en album ne leur apparaît pas comme plus confortable.

Une fois encore, SC incarne l'archétype du fan idéal. En effet, il a découvert la série grâce aux albums et continue de les acheter aujourd'hui : « Je cherchais un cadeau et je suis tombé sur la couverture de Vivès et du coup j'ai regardé et comme, dans le premier volume, il y avait également Boulet et d'autres que je connaissais, j'ai pris. J'avais même pas compris le principe du feuillet. [...] Moi j'ai vraiment découvert *Les Autres Gens* par hasard ». Pour lui à présent, acheter les albums répond à trois motivations : « C'est pour les relire. C'est un acte militant parce que j'ai envie de soutenir ce projet. Et la troisième raison qui est peut-être la principale, c'est que depuis [...] je les ai fait tellement sur-dédicacer tous que c'est un plaisir de les avoir [...] Et du coup maintenant, c'est des objets collector ».

HG connaissait la série, mais n'a commencé à la lire que par les biais des albums avant de poursuivre la lecture au format numérique. Il a été exposé au premier album à l'occasion de la visite d'une amie qui venait de l'acheter. PR envisage pour sa part l'achat des albums pour « supporter » le concept, malgré l'annonce de l'arrêt de la série en juin 2012. Si YC n'est « pas du tout fan » de la série, son expérience – comme celle de nombre de lecteurs de *LAG* au regard du nombre d'exemplaires imprimés – se limite à la lecture des albums.

Parallèlement aux pratiques (trans)médiatiques numériques, les albums imprimés jouent donc eux aussi un rôle dans la définition des publics de la série. Tout comme les entretiens, les données quantitatives révèlent que le statut des livres aux yeux de leurs acquéreurs n'est pas du tout le même selon qu'il s'agit ou non d'un fan de la série.

Les fans de la série *Les Autres Gens* ont-ils un profil sociodémographique particulier ?

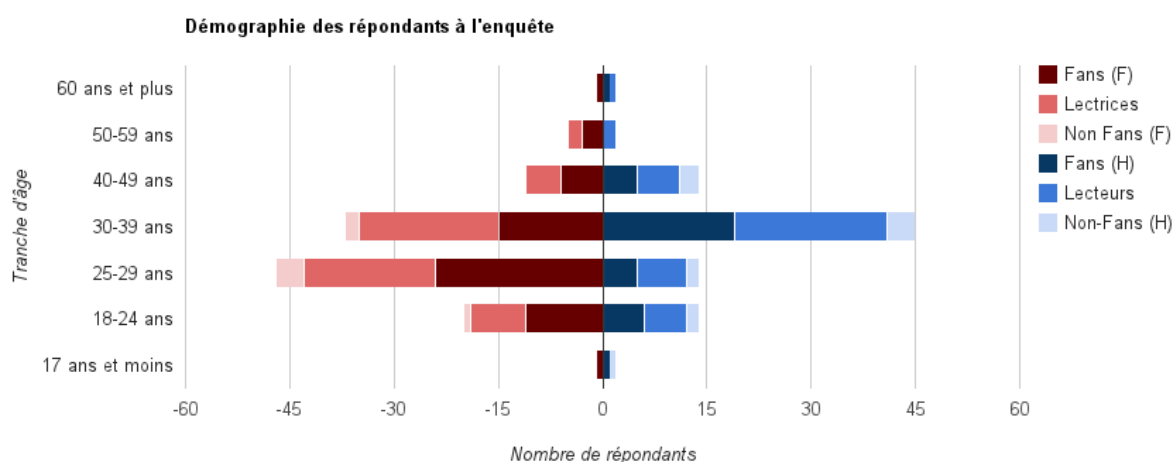
Les pratiques transmédiatiques des lecteurs de *LAG* montrent une corrélation entre leur affirmation en tant que fans et leur participation au forum de la série. Pourtant, malgré le mode de diffusion du questionnaire, une large proportion des fans qui y ont répondu déclare des pratiques non contributives ou dans lesquelles la connexion à *Facebook* ou *Twitter* repose seulement sur la recherche d'informations. C'est pourquoi j'ai recherché dans les données recueillies grâce au questionnaire d'autres paramètres susceptibles de caractériser le profil des fans de *LAG* par opposition aux non-fans ou aux autres lecteurs en général.

La motivation des non-fans qui ont répondu au questionnaire semble tenir à leur caractère bédéphile, puisque les trois quarts d'entre eux déclarent avoir lu plus de 20 bandes dessinées au cours des 12 derniers mois, et la moitié plus de 50. Selon une étude commanditée par le Ministère de la Culture et de la Communication (Evans, Gaudet, 2012), c'est approximativement deux fois plus que pour le lecteur moyen de bande dessinée. Pour la totalité des répondants, un sur deux déclare avoir lu plus de 20 bandes dessinées au cours des 12 derniers mois et un sur 5 plus de 50, soit une fois et demie la proportion observée dans la population des lecteurs de bandes dessinées en général. En revanche, ces proportions sont sensiblement les mêmes parmi la centaine de répondants qui se déclarent « tout à fait fan » de la série.

On observe une surreprésentation féminine (57%) parmi l'ensemble des répondants. Cette proportion s'observe dans une moindre mesure parmi les 1600 abonnés à la page *Facebook* officielle de la série dont les statistiques m'ont été communiquées par Thomas Cadène. Les femmes représentent 60% des répondants qui se déclarent « tout à fait fan » de *LAG*. Ces observations interpellent au regard des résultats de l'étude de Christophe Evans et Françoise Gaudet (*ibid.* : 4) : « La bande dessinée reste une pratique plus masculine que féminine : la proportion de femmes n'ayant jamais lu est plus de deux fois supérieure à celle des hommes ». Les répondantes présentent une consommation de bandes dessinées très proche de celle des répondants de sexe masculin, alors que les auteurs de l'étude constatent : « Même lorsqu'elles sont lectrices, elles en lisent en moyenne moins que les hommes (20 bandes dessinées lues dans l'année par lectrice contre 32 bandes dessinées par lecteur) » (*ibid.*). Si le sexe des répondants ne semble pas corrélé avec leur propension à se déclarer fan de la série, le public de *LAG* dans son ensemble apparaît comme sensiblement plus féminin que le lectorat de bandes dessinées.

L'âge déclaré par les répondants montre une autre forme de disparité entre hommes et femmes. Les lectrices apparaissent plus précoces avec une forte représentation dès 18-24 ans et dans la tranche 25-39 ans ; tandis que les hommes sont principalement représentés dans la tranche 30-39 ans. Toutefois, ces éléments ne présentent pas non plus de variation particulière entre les répondants « tout à fait fan » et les autres.

Figure 3. Démographie des répondants au questionnaire consacré à la série *Les Autres Gens*



Si quelques tendances sociodémographiques caractérisent le lectorat de *LAG*, elles ne varient pas en fonction de la propension des lecteurs à se déclarer tout à fait fan de la série.

Conclusion

L'hypothèse d'une fragmentation des pratiques (trans)médiatiques des lecteurs de la série *Les Autres Gens* est née de l'observation de leurs pratiques autour des épisodes réguliers, des suppléments humoristiques, des *news* sur le site officiel, du forum, de la page *Facebook* officielle et du compte *Twitter* officiel. Les données recueillies au moyen d'un questionnaire m'ont permis de valider cette hypothèse et d'en déduire l'existence d'une pluralité de publics. Afin de caractériser ces publics, j'ai cherché à positionner les différents dispositifs selon la typologie dynamique proposée par Anne-Claire Orban de Xivry, Julie Matagne et Annabelle Klein (2007) pour caractériser les blogs. Dans cette perspective, j'ai recouru aux témoignages de lecteurs choisis parmi les répondants au questionnaire.

Grâce au croisement de mes observations et du discours des lecteurs avec lesquels je me suis entretenu, j'ai montré que - comme le supposaient ses auteurs - la typologie dynamique pouvait être utilisée pour décrire des projets portés par d'autres dispositifs que les blogs. En dehors des quatre zones identifiées dans le cas des blogs, j'ai mis en lumière l'existence d'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.

Suivant cela, j'ai procédé à l'analyse des données recueillies par questionnaire en les confrontant à 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*. Il s'avère que cette typologie interroge le profil du fan. Bien qu'une minorité des répondants s'inscrive dans le profil du lecteur idéal, ceux qui se déclarent « tout à fait fans » 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. Le statut qu'occupent les ouvrages imprimés dans le discours des lecteurs semble directement lié à leur positionnement en tant que fans ou non de la série. En revanche, il ne semble pas y avoir de corrélation entre les données sociodémographiques et la qualité de fan.

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 Daniel 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 Henry 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. Ainsi, au cours de notre entretien, SC qui présente tous les traits de l'archétype du fan selon Henry Jenkins a tenu à me rassurer : « au moment où je te fais peur parce que je suis trop fan faut me le dire ».

Sur le plan méthodologique, cette étude n'aurait pu faire l'économie ni de l'observation, ni du recueil de données par questionnaire, ni des entretiens semi-directifs. Les méthodologies de traitement des données recueillies ont conjugué le recours à une typologie dynamique et à l'analyse quantitative. C'est grâce à la mise en œuvre conjointe et non linéaire de plusieurs méthodologies qu'il m'a été possible de faire émerger des conclusions inattendues. À la lumière de l'approche méthodologique de mon travail et de ses conclusions, il me paraît important de souligner que l'analyse de contenus ne peut suffire à saisir la réalité des

pratiques médiatiques des publics, ni la figure du fan à légitimer des travaux qui se limiteraient à l'analyse des traces laissées par des publics contributifs. *LAG* s'est révélé un objet d'étude accessible, pour lequel les auteurs comme les publics se sont montrés ouverts et coopérants. Il n'en va sans doute pas de même des productions des industries culturelles traditionnelles. Puisque ces dernières sollicitent de plus en plus les pratiques contributives de la part de publics assimilés à des fans, de nouveaux outils de recherche doivent être imaginés pour étudier non seulement les pratiques contributives, mais aussi leur influence réflexive sur les publics non contributifs et silencieux.

Références

- Bagieu P., « Ma vie est tout à fait fascinante ». Accès : <http://www.penelope-jolicoeur.com/>. Consulté le 16/11/12.
- Beaudouin V., 2002, « De la publication à la conversation », *Réseaux*, 116, vol. 6, pp. 201-225.
- Boulet, « Bouletcorp ». Accès : <http://www.bouletcorp.com/>. Consulté le 16/11/12.
- Cadène *et al*., 2009, « Les Autres Gens ». Accès : <http://www.lesautresgens.com>. Consulté le 16/11/12.
- Cardon D., Delaunay-Téterel H., 2006, « La production de soi comme technique relationnelle », *Réseaux*, 138, vol. 4, pp. 15-71.
- Dayan D., 2000, « Télévision : le presque-public », *Réseaux*, 100, vol. 18, pp. 427-456.
- Evans C., Gaudet F., 2012, *La lecture de bandes dessinées*, Paris, DEPS du Ministère de la Culture et de la Communication. Accès : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Etudes-et-statistiques/Articles/La-lecture-de-bandes-dessinees>. Consulté le 16/11/12.
- Falgas J., 2012, « Le récit à l'épreuve de la conversation : projection des auteurs et pratiques médiatiques des lecteurs de la bédénovela *Les Autres Gens* », pp. 205-214, in : Morelli P., Pignard-Cheynel N., Baltazard D., dirs, *Publics et pratiques médiatiques*, Metz, Université de Lorraine.
- Jenkins H., 2006, *Convergence culture: where old and new media collide*, New York, New York University Press.
- Klein A., dir., 2007, *Objectif blogs! : explorations dynamiques de la blogosphère*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Odin R., 2000, *De la fiction*, Bruxelles, De Boeck Université.
- 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, Éd. L'Harmattan.