



HAL
open science

PRATIQUES D'ECRAN BROUILLEES : LE FANSUB d'ANIME EN FRANCE

Françoise Paquienséguy

► **To cite this version:**

Françoise Paquienséguy. PRATIQUES D'ECRAN BROUILLEES : LE FANSUB d'ANIME EN FRANCE. Jean Chateauvert et Gilles Delavaud. D'UN ÉCRAN À L'AUTRE, LES MUTATIONS DU SPECTATEUR, L'Harmattan, 2016. hal-01552783

HAL Id: hal-01552783

<https://hal.science/hal-01552783>

Submitted on 3 Jul 2017

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.

En poste à l'Institut d'Etudes Politiques de Lyon et membre d'Elico (EA 4147) Françoise Paquienséguy est professeur des universités en Sciences de l'information et de la communication. Spécialiste de l'étude des usages et des pratiques communicationnelles au quotidien, elle travaille depuis plusieurs années sur les pratiques du lectorat numérique et par-delà sur le rôle structurant des plateformes participatives dans les pratiques culturelles.

Résumé : Des fans d'« anime », ces dessins animés japonais de style Manga, regrettant l'indisponibilité de leurs séries préférées dans leur propre langue ou le retard de la diffusion européenne par rapport à la diffusion originale (japonaise ou sud-coréenne) traduisent eux-mêmes les dialogues et sous-titrent. Ces épisodes sont disponibles en « fansub » à partir de plateformes spécialisées tant qu'ils ne sont pas diffusés sur certaines chaînes de télévision qui en ont acquis les droits, les licenciés. Nous questionnons doublement ce phénomène quant au statut et place de ce téléspectateur « pro-am » (Leadbeater, Miller, 2004) dans un marché de niche, porteur d'innovation ascendante et disruptive et quant aux contenus mis à disposition à l'intérieur de la communauté de fans qui pèsent sur le genre audiovisuel de la série lui-même, ainsi assorti d'un dispositif de médiation particulier relevé par Dagiral et Tessier, *via* une lecture sociale et partagée des épisodes.

Mots-clefs : fansub, série télévisuelle, team, amateurs, médiation, innovation ascendante

Présentation du sujet : *Les fansub*

Le phénomène dit du « fansubbing », resté une pratique marginale de passionnés pendant de nombreuses années, trouve aujourd'hui une place particulière dans le paysage international des productions audiovisuelles. D'une part, plusieurs technologies numériques (Internet, les serveurs vidéos, la 4G, les logiciels de sous-titrages) le favorisent et lui offrent ainsi l'opportunité de se développer. D'autre part, la consommation en ligne de séries étrangères, non diffusées sur les chaînes disponibles gratuitement en France, connaît un essor sans précédent. À l'origine, le fansubbing consiste à sous-titrer des dessins animés japonais, appelés *anime*, en traduisant les dialogues du japonais dans les langues européennes. Véritables VO sous-titrées, ces *anime* appartiennent tous à des séries renommées qui existent, pour la plupart, en version papier, autrement dit en Manga, parmi lesquelles *Naruto*, *One Piece*, *Pokemon XY* sont les plus fansubées. En France, les *anime* ont été rendu célèbres par l'émission pour enfants « *Le Club Dorothée* » qui, dès 1987, assurait les premières diffusions de séries asiatiques pour les jeunes en France. Ainsi, le fansubbing commence sous l'impulsion d'une génération de jeunes¹ ayant grandi avec *Goldorak*, *Dragon Ball*, *Dragon Ball Z*... et qui se trouve privée de ses séries préférées à l'arrêt de l'émission en août 1997 après dix ans de diffusion sur TF1 (Pessis, 2007).

¹ *Le Club Dorothée* était regardé par près de 75 % des jeunes téléspectateurs ; les scores d'audience de l'émission, qui offrait 8h de direct le mercredi et jusqu'à 30h de programme par semaine ont été historiques, et en ont fait un véritable phénomène de société. Jacques Pessis (2007) *Les Années Dorothée*.

De plus, dans l'univers du Manga, fansub marche avec *scantrad*² (Paquienséguy, 2013) : ce sont les deux aspects d'un même phénomène, c'est-à-dire partir d'un original, planches de Manga ou fichier vidéo, pour le traduire principalement en anglais, et de là dans les autres langues européennes, pour le mettre à disposition des fans *via* des plateformes adaptées. Manga, ou *anime*, les fans les traduisent pour les fans des séries papier ou vidéo.

La véritable particularité de cette pratique vient de ce que ce sont des communautés de fans, les *teams*, qui produisent ces versions sous-titrées, mues par deux motivations : d'un côté, partager et promouvoir la série dont ils sont fans alors même qu'elle n'est pas, ou pas encore, diffusée sur des chaînes de télévision ou des plateformes de téléchargement dans leur langue ; de l'autre, permettre aux véritables fans, impatients, de suivre la série au plus près de son rythme de diffusion dans son pays d'origine alors même que les diffuseurs licenciés autorisant un accès direct et légal imposent un retard conséquent qui frustrer les fans et les pousse à pallier les manques de l'offre légale. Si les *anime*, *drama*, *OST*³ et *tokusatsu*⁴ ont ouvert la voie, les « nouvelles séries télévisées » (*Revolution*, *How I met your mother*, *Girl*, etc.) sont également fansubbées, ou même détournées pour certaines dont les doublages pastichent ou travestissent la narration initiale. Manipulées et augmentées par des communautés de fans, les séries télévisées fansubbées consommées en ligne (qu'il s'agisse de téléchargement ou de streaming) constituent d'une part une évolution du format « série » et de l'autre, marquent l'implication du téléspectateur ; elles participent ainsi à revaloriser cette forme d'art moyen qu'incarne la série. Dagiral et Tessier relient l'art moyen à la série télévisuelle (Dagiral et Tessier, 2008, p. 107-108) à partir des travaux de Bourdieu sur la photographie (Bourdieu, 1965). Il y forgeait en effet ce concept, assis sur une pratique de production photographique partagée dans des clubs ou associations par des fans de tous niveaux certes, mais animés par la même pratique : les plateformes d'accès au fansubbing correspondraient aux lieux d'exposition de photos, alors que les teams incarneraient le club photo. Les auteurs font preuve cependant, d'une réelle posture critique, principalement à propos de la scission opérée par Bourdieu entre production culturelle issue d'une culture légitime et illégitime, qui ne semble pas s'appliquer aux séries audiovisuelles regardées par les fans qu'ils étudient⁵. A *contrario*, il nous semble que l'univers Manga (presse, édition, télévision et audiovisuel) malgré les chiffres d'affaires et parts de marché qu'il représente (Paquienséguy, 2014) commercialise des produits culturels toujours marginaux ou périphériques alors que la filière paraît constituée : chaînes de télévision spécialisées, sites thématiques, plateformes de téléchargement, magazines, éditeurs, produits dérivés de tous ordres, *JapanExpo*... En dépit des apparences, et même s'il reste à l'échelle d'amateurs-professionnels fans de Manga, quantitativement le phénomène, lui, n'est pas marginal. *Anime-Ultime*, une des plateformes les plus connues, compte à ce jour le téléchargement de 94 495 863 épisodes⁶ de séries non licenciées et 27 111 heures de vidéo disponibles ; quant à *Pixel Fansub*, une des teams « officielle » de fansubbing de *One Pièce*, elle a déjà sous-titré 3539 épisodes.

² *Scantrad* : scanner une page de manga et la traduire en remplaçant dans les bulles la version originale par sa traduction.

³ Original Sound Track : bande son originale.

⁴ Séries télévisuelles japonaises intégrant de très nombreux effets spéciaux, comme aujourd'hui *Ressha Sentai Toqger*, une des plus fansubbées (voir <http://www.tokusatsu.org>).

⁵ Enquête de terrain conduite de 2005 à 2008, séries citées dans l'article de référence : 24, *The Sopranos*, *Six feet under*.

⁶ <http://anime-ultime.net>, consulté le 4 mars 2015

Bien sûr, le fansubbing initial peut être analysé comme une vraie tactique de braconnage à la de Certeau, car il est alors le fait de groupes de passionnés qui se tiennent généralement à la limite des droits de diffusion, et de la concurrence frauduleuse de l'offre légale, retirant les épisodes des serveurs et plateformes dès que le licencié diffuse la version officielle (doublée et non plus sous-titrée) ; d'autres teams les enfreignent franchement et se trouvent alors prises dans des procédures juridiques sans fin, comme c'est le cas aux États-Unis. Loin de rester pour autant une pratique confidentielle opérée sous le manteau, en vingt ans, le fansubbing s'est à la fois développé et structuré, jusqu'à faire des équipes de *subbers*⁷ des acteurs *pure players*⁸ incontournables dans le paysage des *anime* ; ces *pro-am*⁹ viennent brouiller la donne sur plus d'un élément. En effet, ils permettent aux éditeurs français de limiter leur prise de risque, ces derniers observant les réactions des fans et mesurant, sur les serveurs et forums des *anime* fansubbés, le succès potentiel d'une série diffusée en version française légale. La négociation des droits se fait en connaissance de cause (nombre de téléchargements, d'épisodes téléchargés, taille de la communauté des fans, teams en concurrence, etc.).

Des pratiques Pro/Am très avancées qui brouillent plus d'un élément

Le fansubbing représente un travail collaboratif produit par une équipe de fans appelée une team, véritable équipe projet qui évoque directement celles de l'économie créative. Elle regroupe des fans activistes et bénévoles qui ont pour objectif de traduire en 24 heures les épisodes d'une ou plusieurs séries et s'appuie en règle générale sur une déontologie claire, appliquée cependant selon différentes mesures. En France, trois cas coexistent : premièrement, la team sous-titre des *anime* qui ne sont pas sous licence et ne s'inscrit donc pas dans une logique de concurrence et encore moins de concurrence illégale avec les diffuseurs licenciés ; deuxièmement, la team traduit des *anime* sous licence, mais les retire de la plateforme de diffusion dès que le diffuseur licencié met l'épisode à disposition. Notons que les dix plus grandes plateformes de téléchargement et de streaming de fansub de Manga mentionnent régulièrement le retrait des épisodes diffusés par les licenciés qui sont alors déchargés des serveurs et inaccessibles par cette voie. *Top Runner 5*, la plateforme fédératrice la plus utilisée, refuse quant à elle de contracter avec les teams qui, troisièmement, produisent des VO sous-titrées de séries sous licence dans le pays de la langue du sous-titrage. Plusieurs plateformes industrielles spécialisées, (associées à des serveurs vidéo performants) offrent ainsi leurs services aux teams qui y déposent leurs vidéos fansubbées et jouent là un rôle structurant reliant la team à ses fans, et lui donnant à la fois toute la lisibilité dont elle a besoin et l'infrastructure technique indispensable au visionnage de l'épisode.

Des fans *pro-am*

Ces pratiques de professionnels amateurs sont extrêmement avancées comme le montre la structuration et la place des teams, véritables actrices sur le marché des *anime*. En effet, notées par les fans qui regardent et téléchargent, seules les meilleures survivent. Elles sont alors de véritables petites entreprises où chacun a son poste inscrit dans une chaîne éditoriale

⁷ Les *subbers* sont ceux qui œuvrent au sous-titrage sauvage, le terme pourrait être traduit par sous-titreur si le mot existait en français.

⁸ Le terme *pure player* désigne un acteur économique dont l'activité est née et est exclusivement menée sur l'Internet ; par extension, elle permet de désigner une organisation qui concentre ses activités sur un seul métier ou en tout cas sur un seul secteur d'activité.

⁹ L'expression *pro-am* est utilisée par Leadbeater et Miller pour désigner de nouveaux innovateurs informels qui sont et restent des amateurs, tout en étant à ce point expert dans un domaine particulier qu'ils ont des compétences comparables à celles des professionnels du secteur, ils sont donc professionnels-amateurs, ou *pro-am*.

précise, car pour produire un fansub il faut d'abord récupérer les fichiers bruts, originaux, non sous-titrés ou parfois déjà sous-titrés façon karaoké (car ces séries sont portées par des chansons et des génériques qui contribuent à leur succès et au partage), c'est le *raw*. On passe ensuite au *trad* pour traduire les dialogues et voix-off en produisant des didascalies, appelées « notes de trad ». Un épisode de 20 minutes réclame 4 à 5 heures de travail et les amateurs à ce poste n'ont pas seulement des compétences linguistiques (parler le japonais par exemple) mais maîtrisent également l'univers de la série et toute son histoire, sinon la traduction reste approximative puisqu'il faut identifier qui parle, si son ton de voix est signifiant (percevoir l'énervement, le doute, l'apaisement). Pour décoder tout cela, il faut être devenu un spécialiste, un vrai connaisseur de la série, un professionnel de la série plus que du japonais¹⁰ tout en restant un véritable amateur au sens étymologique ; amateur qui respecte le sens des dialogues sans édulcorer ou pervertir, ce qui est souvent le cas des doublages officiels pour des séries fondées sur la violence ou le sexe. Vient ensuite le *time*, poste très technique qui gère les time-codes pour caler l'affichage des sous-titres, qui impose d'utiliser des logiciels professionnels à la fois coûteux et complexes. Le quatrième poste, nommé *edit* gère tout ce qui touche à la mise en forme et en page du document à l'écran. Certaines teams par exemple cherchent à avoir une police de caractères qui s'approche le plus possible de l'original utilisée pour le générique, même si elle est propriétaire. Ensuite, le *checkeur* vérifie toutes les étapes antérieures et assure l'encodage, phase finale qui produit le *preview* qui sert surtout à détecter erreurs et décalages, les rectifier réclame de tout reprendre depuis le *time*. Vient enfin l'*upload* ou téléchargement du fansub sur la plateforme qui en permettra le visionnage et l'accès 24 heures après la diffusion originale¹¹. Les teams déclinent le fichier dans une dizaine de formats de lecture proposés sur la plate-forme, le streaming est souvent le premier disponible. Mais traduire n'est pas le seul but des teams et cette organisation du travail ne doit pas le faire oublier : elles cherchent avant tout à combler un manque de l'offre licenciée pour satisfaire l'impatience des fans, ce qui n'est pas sans répercussion sur les diffusions d'*anime* de l'offre légale, comme sur ce genre audiovisuel. « The marriage between fandom and technology has started to shape the creation and distribution of audiovisual products in general, not just their translation » (Perez-Gonzales, 2007, p. 275).

Véritables petites entreprises, les teams les plus célèbres fonctionnent sur le modèle économique du *pro/am power* décrit par Demos (2004, p. 18) :

They have a strong sense of vocation; they use recognized public standards to assess performance and formally validate skills; they form self-regulating communities, which provide people with a sense of community and belonging; they produce non-commodity products and services; they are well versed in a body of knowledge and skill, which carries with it a sense of tradition and identity.

Mues par un enthousiasme et une passion sans faille, se glissant dans un défaut d'offre, elles fournissent un service spécifique qui la complète, même si c'est de façon temporaire ici, ce service étant lui-même repris par les acteurs industriels du secteur. En effet, le processus a été enclenché par des amateurs, techniquement aussi compétents que les professionnels, et qui dans le cas du fansubbing utilisent en plus les mêmes outils logiciels.

Des modèles économiques à la médiation

Si certaines teams se contentent de « pirater » les versions originales et vivent de bannières publicitaires, d'autres ont passé des accords avec les propriétaires des licences de diffusion.

¹⁰ D'autant plus que la plupart des séries sont d'abord fansubées du japonais en anglais et ensuite déclinées dans d'autres langues à partir de la version anglaise.

¹¹ Les licenciés ont environ cinquante épisodes de retard sur la diffusion asiatique.

Le diffuseur licencié les soutient¹² et les valorise : elles deviennent les teams officielles sur certaines séries ; et elles cessent de proposer un épisode dès lors qu'il est disponible à la diffusion ou à l'achat en streaming chez le licencié (variante du *freemium*). En effet, les sociétés qui ont acquis les droits de diffusion en France font un travail de doublage et non de sous-titrage, mais surtout le système de gestion des droits d'exploitation et de distribution des *anime* sous licence est complexe ce qui ralentit considérablement le rythme de diffusion en France. Le retard n'est jamais rattrapé et le poids des teams est alors considérable. Ainsi une série comme *Naruto*, diffusée de façon très irrégulière en France et avec quatre ans de retard sur la diffusion japonaise doit une partie de son succès d'audience aux épisodes sous-titrés par les amateurs. Aussi, une nouvelle forme de coopération avec certains diffuseurs licenciés se développe-t-elle sur les plateformes, comme *Anime Digital Network*, qui proposent la version fansubée en *simulcast* afin de ne pas perdre leur public de fans, toujours impatients de voir l'épisode disponible. Le *simulcast* consiste à suivre le rythme japonais grâce à la team (en 24 heures) mais ensuite à en rendre l'accès possible en attendant la version officielle, mise en ligne sous 14 jours (*nearcast*), ce qui témoigne de la volonté des acteurs industriels (licenciés et plateformes)¹³ de faire acte de présence aux côtés des teams, tout en tenant un discours de proximité grâce à la mise à disposition quotidienne de nouveaux épisodes. Elles cherchent ainsi à conserver leurs lecteurs (*freemium*) et à satisfaire leurs abonnés (*premium*) en informant sans cesse sur l'avancée du travail des teams.

Ce sont bien, suivant Jenkins, des fans au service des fans, au sein d'une communauté qui partage une passion commune constitutive de son identité (Jenkins, 2013, p. 143-146). Les teams les plus connues et reconnues connaissent leurs heures de célébrité et suscitent un engouement d'autant plus conséquent qu'elles seront les premières à proposer un sous-titrage de qualité. Les irréductibles, qui se consacrent à des séries non licenciées, se moquent complètement des questions de droits, et des modèles économiques. Bénévoles et autonomes surtout, leur reconnaissance reste confinée à leur univers et elles fonctionnent souvent sur des budgets minimalistes, qu'elles abondent *via* des bannières ou du *crowdfunding*, lorsqu'il s'agit d'acheter un logiciel de sous-titrage par exemple.

Cette professionnalisation des teams repose sur des processus d'appropriation (des outils, des codes, des séries, des licenciés) liés au fansub et se développe selon une logique de dispositif (Paquienséguy, 2012) associant technique, social et culture (asiatique), fédération qui produit assurément chez les *subbers* et leurs communautés une compétence, une habileté (Giddens, 1987, p.234-235) qui renforcent leur côté *pro-am* mais aussi celui des consommateurs qui deviennent alors de véritables experts de la série, de son univers et de ses personnages. Ici en effet, l'expérience et l'expertise de la communauté de fans consommateurs de fansub poussent la team à progresser et chaque membre de l'équipe à s'améliorer, car les commentaires sont nombreux sur les forums des plateformes de téléchargement comme sur ceux des sites de teams. Considérer ces pratiques comme une forme de folksonomie permet de lire les éléments structurants des pratiques des fans et des teams, qui partagent, décrivent, nomment, et publicisent des contenus ciblés (à travers leur compte Facebook par exemple) et qui, ce faisant, facilitent la recherche d'information pour les nouveaux venus, valorisent les contenus, favorisent la sérénité et surtout renforcent la communauté développée autour d'une team ou d'une série par l'utilisation de tags communs, très souvent issus du japonais, frisant un vocabulaire initiatique.

¹² En leur fournissant les logiciels professionnels par exemple, ou en leur offrant un affichage sur sa propre plateforme.

¹³ <http://www.animenewsnetwork.com/> est l'un des incontournables au niveau international, consulté le 04/03/2015.

In fine, les séries fansubées et consommées en ligne, *via* des serveurs de vidéo à la demande (VOD), des modes torrents, en téléchargement direct, se trouvent augmentées grâce à des contenus, complémentaires, produits par les teams, et par les communautés de fans qui les commentent, les dissèquent, et pratiquent là une sorte d'exégèse proche de la lecture savante. Commentaires et compléments conduisent les fans à assurer et assumer finalement la fonction de médiateurs, de passeurs culturels contribuant à la propagation des séries et à l'élargissement (illégal) de leurs zones de diffusion. Les fans assument ici un double rôle : « Users are both remediators (original emphasis) and direct producers of new media content engaged in new forms of large scale participation in the digital media spaces » (Flew, 2008, p. 35-36).

En effet, ils défendent à la fois leurs séries préférées et le fansubbing qui les rend accessibles, mais laissent aussi des remarques, des précisions, sur les plateformes, dans leurs blogs ou sur les réseaux sociaux qui vérifient l'accès à une expression élargie (Flichy, 2010). Orion¹⁴, de la défunte team *Canarie*, insiste sur ce double rôle de prescripteur et de producteur des *subbers* : « traduire des épisodes à la chaîne, c'est bien, mais participer à leur essor, c'est mieux. » L'univers des *anime*, comme celui des séries américaines, favorise la *culture participative* (Jenkins, 2007, p. 3) : épisodes traduits et commentés par des fans sur le principe du wiki, serveurs vidéo qui en abolissent la localisation, accès à la saison complète qui en permet une autre forme de consommation, succès de certaines séries (*Game of Thrones*) qui constituent le substrat de pratiques générationnelles, souvent genrées.

Au-delà des pratiques d'écran, une expérience élargie des fans de série : un renouvellement du genre ?

Si les commentaires et autres retours des fans sur les forums des plateformes de téléchargement viennent enrichir le contenu purement audiovisuel de l'épisode sous-titré, c'est avant tout parce que seul celui-ci retient l'intérêt des fans, indépendamment du support de l'écran qui en permet le visionnage et du format. En effet, pour les fans, le contenu vaut par lui-même, jusqu'à générer de véritables « filières de contenus » (Le Diberder, Chantepie, 2010, p. 20), déclinant formats et durées, assortis, ou pas, de services, vendus à différents tarifs... Les séries ont aujourd'hui véritablement migré d'un support centrifuge (la télévision) à des supports centripètes et multiples (smartphones, tablettes, ordinateurs portables, console connectée, iPod...), car n'oublions pas que presque vingt ans ont passé depuis l'arrêt du *Club Dorothee*, et que bien des fans actuels ont commencé à voir ces séries sur l'ordinateur, avant la TNT et les chaînes thématiques qu'elle a introduites. Autrement dit, si dans les années 1960-70 la série ou le feuilleton¹⁵ a contribué au succès de la télévision dont elle était un véritable mode de consommation et un des registres d'expression audiovisuelle, elle s'est aujourd'hui détachée de son support initial pour rejoindre tous les écrans disponibles, y compris en mobilité. Qu'il s'agisse donc de celui de l'ordinateur de salon, portable, de celui du smartphone, de la console de jeu connectée, ou de la tablette tactile, la place de l'écran apparaît comme centrale pour la consultation des séries. En effet, si l'engouement, l'impatience, l'adhésion, et la curiosité portent la consommation des séries, une fois la team choisie (et c'est là le premier critère discriminant), ce sont bien les caractéristiques de l'écran qui en conditionnent en grande partie les modalités de consommation : visionnage de groupe autour de la tablette aux destinées collectives ; intimité apportée par l'écran du smartphone,

¹⁴ Interview d'Orion par Maxime Delcourt publiée par *Première*, le 29/02/2013 disponible ici <http://fluctuat.premiere.fr/Tele/News/Series-dites-merci-aux-traducteurs-amateurs-3717044>

¹⁵ Quelques titres mythiques pour rappel : *Les Cinq dernières minutes* (1958), *Thierry la Fronde* (1963), *Rocambo* (1964), *Belphégor* (1965), *Les Rois maudits* (1972).

objet personnel et privé ; moment partagé et discuté en direct avec la communauté connectée, mais distante *via* l'ordinateur... Notons également que sur les forums d'*Anime Digital Network*, plusieurs fans plus que passionnés déclarent se précipiter sur la version sous-titrée dès qu'elle est disponible sur le premier support à portée de main et de réseau, pour ensuite la revoir dans des conditions de réception qu'ils jugent plus confortables ou plus adaptées, et la commenter même s'il s'agit juste de manifester leur contentement ; et ensuite chercher à l'archiver au cas où ils souhaiteraient encore la visionner. Cette migration en termes de support, apporte selon nous une expérience augmentée de la série dont les fichiers sources ne sont plus les seuls composants, basée sur une lecture savante de la série (Kaplan, 2011), mais aussi sur une lecture sociale, suscitée ou incitée par les plateformes, les forums, les teams et les réseaux sociaux.

Savante, car les fans témoignent tous de compétences communes liées à la maîtrise plus ou moins avancée de l'univers de référence, qui enrichissent les discussions sur les forums, souvent proches de l'exégèse quand il ne s'agit pas de propos techniques, personnels ou évaluateurs. En effet deux niveaux de commentaires se repèrent à l'analyse comme la narration/le récit/les personnages, et la traduction elle-même. La lecture savante relève cependant d'un comportement complexe associant des éléments écrits et d'autres, extérieurs au document qui constitue la culture du lecteur que partagent les fans qui sont dans les teams comme ceux qui regardent les *anime*. Ces commentaires sont aussi sociaux, car ils ont aussi pour objet la cote et la notoriété des teams elles-mêmes. Ces pratiques conduisent à former une communauté spécifique (Maffesoli, 1988) et compétente, car la consommation de séries en ligne, en groupe, assortie de commentaires partagés constitue aujourd'hui une pratique avérée d'une part et un véritable objet de recherche de l'autre pour les spécialistes du genre. En effet, notre focus habituel, portant sur les usages des terminaux, des TICN, n'est pas pertinent ici car le terminal est véritablement relégué au seul statut de support. Par contre aujourd'hui le smartphone, assorti d'un casque, se pose en pièce maîtresse du dispositif d'accès aux épisodes des séries, chez une grande majorité des 15-24 ans (Repiton, 2014) ; ce qui nous conduit à formuler deux hypothèses : 1/celle d'un renouvellement conséquent du genre sériel sur la base du déport des pratiques d'un terminal spécifiquement lié à la filière, le téléviseur, vers des terminaux multifonctions, variés et changeants ; déport associé à une consommation plus ou moins divergente par rapport à la diffusion légale, faisant fi des langues (l'hégémonie de l'anglais ne restreint plus autant la consommation qu'il y a trente ans et le fansubbing fait le reste), de la localisation des produits culturels qui les restreint toujours à des régions géographiques de référence, et de la programmation bien entendu ; jusqu'à engendrer de nouvelles pratiques de production et d'accès comme les fansub et leurs plateformes de téléchargement illégal ou pas ; 2/ celle de la construction d'une culture populaire assise sur de nouveaux modes d'accès de consommation et de partage des séries dont les *anime* auront été les précurseurs, dont nous nous saisissons à la suite de Glevarec.

Une (nouvelle ?) culture populaire

Sociologue de la culture, Glevarec (2013) insiste sur plusieurs éléments caractéristiques d'une culture populaire contemporaine, très présents aujourd'hui dans la consommation de séries en ligne, mais deux retiennent véritablement notre attention. Premièrement, et nous l'avons déjà souligné, l'introduction de l'ordinateur dans les pratiques culturelles (Glevarec, 2013, p.37) et deuxièmement, l'impact de ce mode de consommation culturelle très fort quant à la musique et l'audiovisuel, et selon nous la lecture également, mode qui change les pratiques, devenues « moins conventionnelles, plus ludiques, festives, participatives » (Glevarec, 2013, p. 55). Pour lui, cette « culture populaire contemporaine » se transmet dans un double mouvement, le premier ne concerne qu'à la marge le phénomène du fansub, car il repose encore sur les institutions avec les changements dans les politiques culturelles et la scène publique

(Glevarec, 2013, p. 29) ; le second repose par contre sur l'échange et les réseaux de pairs que les communautés de fans de série pratiquent. De plus, il note très finement que les catégories socio-professionnelles (Glevarec, 2013, p. 31), et l'âge, rajoutons-nous, perdent de leur pouvoir discriminant pour l'analyse des pratiques culturelles. D'ailleurs, en ce qui concerne les *anime* japonais aussi appelés « janimations », force est de constater que la typologie des séries est extrêmement genrée, voire stéréotypée. Les recherches et résultats d'Olivier Donnat à partir de la fameuse enquête du Département d'études, de prospective et de statistiques du ministère de la Culture¹⁶ sur « les pratiques numériques des français à l'ère numérique », confirment de façon récurrente que les modes de consommation des produits culturels changent, que les publics liés aux pratiques culturelles se transforment, se déplacent ou s'amenuisent, que les frontières entre médias, supports et contenus doivent être interrogées. Pourquoi ne pas l'étudier à partir de l'univers Manga ?

Conclusion

Les « janimations » portent donc plusieurs caractéristiques qui en font un cas d'étude pertinent pour saisir les mutations à l'œuvre quant à la consommation audiovisuelle déportée de la télévision à d'autres supports et écrans d'une part¹⁷ et au genre sériel de l'autre. En effet, comme nous l'avons montré, les *anime* témoignent premièrement d'un regroupement communautaire qui s'opère autour des plateformes et sites de téléchargement, suscitant commentaires, critiques, suggestions et classement qui poussent les teams de fansub à progresser jusqu'à concurrencer, ou accompagner, c'est selon, l'offre légale des diffuseurs licenciés ; ils révèlent deuxièmement de façon véritablement intrinsèque que, comme Michel de Certeau l'analysait il y a plus de trente ans, les amateurs, avec leurs pratiques tangentielles, ou déviantes, au regard de l'offre légale, des acteurs industriels et/ou institutionnels, constituent une force de proposition recelant une innovation ascendante qui pèse à la fois sur le marché, de niche, comme c'est le cas ici, et sur les stratégies d'acteurs et les alliances et coopérations que nous avons évoquées. Revisités par le web, enrichis par la communauté et sous-titrés par des fans, les *anime*, la série et par-delà les nouvelles séries télévisuelles (productions transmédias) portent trace d'enjeux et d'évolutions que les sciences de la communication aussi se doit d'étudier.



BIBLIOGRAPHIE

BOURDIEU, Pierre (1965), *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie* Éditions de Minuit, Paris, 361p.
LE DIBERDER, Alain, CHANTEPIE, Philippe (2010), *Révolution numérique et Industries culturelles*, La Découverte, Collection Repère, Paris, 128p.

¹⁶ L'enquête *Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique* disponible ici <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/>

- DAGIRAL, Eric, TESSIER, Laurent (2008), « 24 heures ! Le sous-titrage amateur des nouvelles séries télévisées », Gaudez F. (dir.), *Les Arts moyens aujourd'hui*, Tome II, Paris, L'Harmattan, pp. 107-123.
- de CERTEAU, Michel (1990), *Invention du quotidien*, tome 1 : *Arts de faire*, Folio Essais 416p.
- DONNAT, Olivier (2008), *Les Pratiques culturelles des français à l'ère numérique*, La Découverte
- FLEWS, Terry (2008), *New Media: an Introduction*, Oxford University Press, 304p.
- FLICHY, Patrice (2010), *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Seuil, 97 p.
- GIDDENS, Anthony (1987), *La Constitution de la société : éléments de la théorie de la structuration*, Paris, PUF, édition 2005, 474p.
- GLEVAREC, Hervé (2012), *La Sériephilie, Sociologie d'un attachement culturel et place de la fiction dans la vie des jeunes adultes*, Paris, Ellipses, 152p.
- GLEVAREC, Hervé (2013), *La Culture à l'ère de la diversité*, La Tour d'Aigues, Éd. L'Aube, coll. Monde en cours, 112 p.
- JENKINS, Henry (2013), « *Media Mix is Anime's Life Support System* » : *A Conversation with Ian Condry and Marc Steinberg (Part One)*
<http://henryjenkins.org/2013/11/media-mix-is-animés-life-support-system-a-conversation-with-ian-condry-and-mark-steinberg-part-one.html#sthash.bFdUdvKb.dpuf> consulté le 4 mars 2015
- JENKINS, Henry (2013), *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture. Studies in culture and communication*. New York: Routledge. 349p.
- JENKINS, Henry (2007) *Building the field of digital Media and Learning, Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*, MacArthur72p.
- KAPLAN, F. (2011), *Comment le roman a transformé l'écriture savante*,
<http://fkaplan.wordpress.com/2011/08/25/comment-le-roman-a-transforme-lecriture-savante/>
consulté le 21 septembre 2014
- LEADBEATER, Charles, Miller Paul (2004), *The pro-am revolution*, Demos, 70p.
- MAFFESOLI, Michel (1998), « Société ou Communauté : Tribalisme et sentiment d'appartenance », *Bulletin de Psychologie*, Vol. 51 (1), N°433, pp. 9-12.
- PAQUIENSEGUY, Françoise (2014), *Manga, Manwha et pratiques de lecture à l'écran : de l'intérêt du sujet*, communication non publiée, Petit Séminaire de Pierre Mœglin, Maison des Sciences de l'Homme Paris-Nord, 26 mars 2014.
- PAQUIENSEGUY, Françoise (2013), « La Notion de dispositif appliquée aux TIC et médias numériques », Amsidder A., Daghami F., Toumi F. (dir.), *Les Médias font-ils les révolutions ?* L'Harmattan, Paris, pp. 19-36
- PAQUIENSEGUY, Françoise (2013), « Manga et Pratiques de lecture numérique », conférence invitée au Colloque *Les Métamorphoses des lettres : les métamorphoses du livre et de la lecture à l'heure du numérique*, Bibliothèque Nationale de France, Paris, 25-27 Novembre 2013, disponible ici <http://eduscol.education.fr/pnf-lettres/spip.php?article113>
- PÉREZ GONZÁLEZ, Luis (2007), « Fansubbing Anime: Insights into the *Butterfly Effect* of Globalisation on Audiovisual Translation », *Perspectives*, Vol.14, n°4, pp. 260–277
- PESSIS, Jacques (2007), *Les Années Dorothée*, Éditions Chronique, Paris, 144 p.
- REPITON, Isabelle (2014), *15-24 ans : Mobile rime avec smartphone*,
<http://www.audiencelemag.com/index.php?article=45>, consulté le 4 mars 2015