



HAL
open science

Les jeunes amateurs à l'assaut des séries

Clément Combes

► **To cite this version:**

Clément Combes. Les jeunes amateurs à l'assaut des séries. Martin Julier-Costes, Denis Jeffrey, Jocelyn Lachance (dir.). Séries cultes et culte de la série chez les jeunes. Penser l'adolescence avec les séries télé, Presses Universitaires de Laval (PUL), 2014. hal-01636348

HAL Id: hal-01636348

<https://hal.science/hal-01636348v1>

Submitted on 23 Nov 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.

Les jeunes amateurs à l'assaut des séries : découverte et information à l'heure d'Internet

Clément COMBES

clement.combes@gmail.com

in Martin Julier-Costes & Jocelyn Lachance (dir.), *Séries cultes et culte de la série chez les jeunes. Penser l'adolescence avec les séries télé*, PUL, 2014

La dernière enquête sur les pratiques culturelles des Français, Donnat (2009) nous apprend que les jeunes âgés de 15 à 24 ans comptent parmi les plus grands consommateurs de séries. Ils sont aussi les usagers des « nouveaux écrans »¹ les plus nombreux et ce, aux dépens de la télévision. Sans toutefois pouvoir le vérifier ici, nous pouvons d'ailleurs supposer un lien entre une consommation de série importante et une propension à regarder des contenus délinéarisés. Quoiqu'il en soit, ces résultats attestent de l'intérêt d'étudier le jeune public de séries à l'aune de ses pratiques médiatiques.

Nous nous intéresserons ici plus spécifiquement aux manières dont les jeunes « sériphiles »² se documentent et découvrent des contenus. Ils bénéficient pour ce faire d'un contexte médiatique plus favorable que leurs prédécesseurs. En effet, selon les *aficionados* plus anciens, l'Internet aurait fortement contribué à pallier l'historique indigence médiatique française en matière de séries. Nourrir sa passion en France dans les années 1990 s'apparentait, selon un enquêté, à un « parcours du combattant » : dans un contexte antérieur de moindre valorisation des téléfictions, certains racontent leurs précédentes difficultés pour découvrir de nouvelles séries, s'informer et, bien sûr, les visionner. Des difficultés auxquelles ne sont plus tant confrontés les plus jeunes qui évoluent dans un univers médiatique et culturel distinct. D'une part, les séries jouissent aujourd'hui d'une légitimité croissante auprès d'un public de plus en plus large. Ensuite, l'Internet et son lot de sites, forums et plateformes de partage sont venus bouleverser les modalités d'accès non seulement aux séries mais à leurs admirateurs.

Dans le cadre d'un travail doctoral (Combes 2013), nous avons mené une enquête qualitative entre 2009 et 2011 auprès d'amateurs de séries (américaines pour l'essentiel).

¹ L'expression renvoie dans l'étude aux ordinateurs connectés, à la consommation de DVD, DivX et Replay TV ainsi qu'à la location de Vidéo à la Demande (VOD) (quel que soit le support), et aux consoles de jeux. Ces dernières consoles mises à part, elle correspond à la consommation dite « délinéarisée » par opposition au visionnage du direct des chaînes TV.

² Revendiqué depuis quelques années par les amateurs eux-mêmes, ce néologisme (qui rappelle celui de « cinéphilie » à la tonalité plus consacrée) manifeste une volonté de s'affranchir du déprécié statut de fan (Jensen, 1992), tout en circonscrivant un objet passionnel spécifique.

Nous nous intéressons ici à une vingtaine d'entre eux qui sont âgés de 17 à 25 ans. Ils s'illustrent par un usage important des technologies numériques de l'information et de la communication (TNIC) et une importante fréquentation des plateformes internet dédiées. Autant de sites, blogs ou forums spécialisés également explorés au cours de cette étude. Webmasters ou administrateurs de sites, blogueurs ou encore modérateurs sur un ou plusieurs forums de discussion, certains enquêtés jouent un rôle actif au sein des collectifs de sériphiles présents sur la toile.

Nous allons voir que les portefeuilles de goûts sériels sont constitués par deux médiations notables : d'une part les réseaux sociaux et cercles de sociabilité, et d'autre part les sources médiatiques. Les uns et les autres forment les principaux vecteurs de découverte et d'information culturelle et, ce faisant, composent et actualisent en partie les appétences et les aversions.

Les relais médiatiques du goût sériel

Les séries paraissent aujourd'hui plus que jamais présentes dans le paysage médiatique et culturel français. Si la télévision, en proportion, ne leur dédie pas plus de place au sein de sa grille – du moins sur les chaînes traditionnelles – elle les accueille davantage aux heures de grande écoute (CNC, 2011). Par ailleurs, les chaînes n'hésitent plus à promouvoir leurs séries à travers des spots d'autopromotion, des campagnes d'affichage ou encore des émissions dédiées. Il paraît loin le temps où, à la proposition du journaliste Alain Carrazé de créer une émission consacrée aux séries, il se vit répondre par le diffuseur : « Nous, on en diffuse beaucoup, mais pas question d'en parler ! » (Carrazé, 2007).

Outre la télévision, les séries font l'objet d'un traitement fréquent par les autres médias : la presse TV bien sûr, qui n'a pas attendu ces dernières années pour faire bonne place au genre (Dakhli, 2001), ainsi que plusieurs magazines spécialisés apparus tardivement (*Génération Séries*, *Séries Mag*, *Générique[s]*, etc.). On compte aussi désormais – et c'est une différence de taille avec hier – des acteurs médiatiques généralistes et/ou dits « sérieux ». Citons pêle-mêle le quotidien d'information *Le Monde*, le magazine culturel *Les Inrockuptibles*, la radio de service publique *France Culture* ou encore la revue mensuelle *Les Cahiers du Cinéma*... autant d'arènes médiatiques jusqu'alors peu inspirées par le genre. À ces médias traditionnels sont venus s'ajouter pléthores de sites et blogs internet consacrés à une série en particulier ou au genre dans son ensemble. Ces derniers naviguent entre modèles professionnels (*SeriesLives*, *Allociné-séries*) et amateurs (sites de fans).

La télévision a bien souvent constitué, dès le plus jeune âge, un premier relais permettant de se familiariser aux séries, par exemple au travers des fictions de fin d'après-midi (*21 Jump Street*, *Dawson*, *Les frères Scott*, etc.) ou diffusées lors d'émissions jeunesse (*Power Rangers*, *Sabrina l'apprentie sorcière*, etc.). En place sur M6 depuis 1997, *La trilogie du samedi* a également représenté pour maints interviewés un biais essentiel de leur attrait pour l'univers sériel. Proposant chaque samedi soir un épisode inédit de trois séries différentes, l'émission a contribué à faire découvrir au public français moult

fiction, dont *Buffy contre les vampires*. Cette dernière, ainsi que quelques autres séries emblématiques (*X-Files*, *Friends*, etc.), est régulièrement citée comme instigatrice de l'intérêt (du moins d'un intérêt plus aigu) des personnes interrogées pour ce type de programmes : « Buffy, c'était la première série vraiment que j'ai suivie en tant que série. Et là, je ne tolérais pas de rater un épisode. Si jamais j'avais le malheur de m'absenter, j'enregistrais. C'est Buffy qui m'a déclenché beaucoup d'intérêts et questionnements sur le monde des séries en général. Avant j'en regardais mais pas en ayant conscience... Je ne connaissais pas le système des saisons, le rythme des épisodes, pas en louper un seul. C'est avec Buffy que j'ai commencé à rentrer dedans. » (Florian, 20 ans, étudiant).

Pour les sériphiles, à l'image de *Buffy* chez Florian, une série en particulier fait ordinairement figure de déclic (un terme récurrent dans les entretiens) en faveur d'une plus large reconnaissance des séries comme genre spécifique, digne d'être suivi avec application. Aujourd'hui cependant, la télévision n'est plus le relais de découverte incontournable de séries inédites. Et pour cause, particulièrement pour les jeunes générations ordinairement à l'aise avec l'informatique connecté, la télévision est devenue un médium parmi d'autres en matière de consommation de séries – pourtant produites par et pour elle. Si l'intérêt à leur égard est souvent apparu avec le petit écran, c'est ensuite régulièrement par d'autres biais qu'il s'exprime. Les jeunes amateurs achètent des DVD qu'ils se prêtent ensuite pour réduire les coûts. À défaut d'un gros pouvoir d'achat, ils profitent aussi souvent des plateformes de téléchargement et de streaming où ils peuvent accéder librement à la plupart des séries. Beaucoup admettent s'être finalement détournés de la télévision s'agissant de séries. Certains ne vivant plus chez leurs parents ne possèdent même pas de téléviseur et se satisfont d'un ordinateur connecté pour leur consommation audiovisuelle.

S'ils sont dès lors moins assujettis à la programmation télévisuelle, l'autorité de la télévision n'a pas entièrement disparue puisqu'elle reste à l'origine de l'actualité sérielle. Une actualité que les jeunes sériphiles continuent de suivre avec application, ne serait-ce que pour rester en phase avec leurs pairs et pouvoir échanger. Mais l'information et la découverte sont en large part affectées à d'autres relais médiatiques, notamment aux sites, blogs et forums en ligne, très appréciés pour leurs aspects réactifs et interactifs, et la diversité des contenus qu'ils proposent. L'accès libre et gratuit de la plupart de ces espaces, enfin, présente un atout indéniable face à des magazines papiers jugés onéreux par un public au budget encore une fois généralement limité.

De même, plus encore que les magazines papiers, Internet ouvre sur un univers dédié aux séries couvrant la plupart des appétences, que ce soit en termes de type d'informations et de contenus recherchés ou de style éditorial. Mais ne tombons pas non plus dans une vision fantasmée du Web : au dire même des enquêtés, la qualité (formelle comme éditoriale) des sites et blogs en question n'est pas toujours au rendez-vous. Ce dont on se doutera aisément au regard de la diversité des projets et des personnes à l'origine de ces plateformes, lesquelles peuvent tout autant être créées et/ou administrées par un journaliste professionnel aguerrri, par un collectif de mordus de séries, ou encore par un adolescent entiché de la dernière série à la mode. Du reste, force est de constater qu'au précédent régime de rareté mis en exergue par les plus anciens sériphiles (programmation

TV insatisfaisante, presse spécialisée et catalogue vidéo quasi-inexistants) a succédé un régime d'abondance, notamment constitutif des TNIC grâce auxquelles certains fans et sériphiles peuvent participer pleinement.

Internet : un espace de la sériphilie juvénile

Aujourd'hui, chaque série ou presque possède un ou plusieurs sites web (officiels et non-officiels) lui étant consacrés, sans compter les nombreux sites dédiés plus globalement au genre. Ces initiatives proviennent souvent de jeunes fans et sont majoritairement fréquentés par des jeunes. Deux sites généralistes et professionnels se détachent : *Allociné-séries*³ et *SériesLive*⁴. Outre un imposant forum de discussion, ils proposent un large éventail de contenus éditoriaux : fiches détaillées de la plupart des séries d'hier et d'aujourd'hui ainsi que leur éventuelle actualité, dossiers thématiques, vidéos promotionnelles, horaires de diffusion TV des séries en France mais aussi aux États-Unis et en Angleterre, etc. Ils font ainsi office de bases de données, de services d'actualités ou encore – nous le verrons plus loin – d'espaces de mise en relation des sériphiles-internautes. L'encyclopédie en ligne *Wikipédia* constitue une autre source d'information fréquemment mobilisée. Pour certains, la fréquentation d'une ou deux de ces grandes plateformes généralistes, combinée à l'usage du moteur de recherche *Google*⁵, satisfait l'essentiel de leur appétit sériel. Surtout friands de fictions grand public, ces derniers peuvent donc s'en tenir à des usages médiatiques relativement élémentaires : « Je vais assez souvent sur des sites type Wikipédia ou Allociné où ils ont de bonnes informations. Après, quand je veux en savoir plus sur une série, je prends des sites comme ça en tapant le nom sur Google et je tombe dessus par hasard. Je vais pas retenir forcément les noms des sites. » (Solène, 18 ans, lycéenne).

Pour Solène, l'apport d'Internet vis-à-vis des médias traditionnels n'apparaît pas décisif, au contraire d'autres sériphiles désireux quant à eux de parfaire leur connaissance du genre, ou aux goûts moins ordinaires. L'intensification de la passion préside en effet à des pratiques diversifiées attachées à des contenus plus rares et/ou spécialisés et nécessite de multiplier les sources médiatiques. Ces sources seront en outre mobilisées de façon plus systématisée : tel site servira par exemple à se tenir au courant des séries en cours et à venir, tel autre à se documenter sur des fictions plus anciennes, tandis qu'un troisième pourra alimenter la curiosité pour un genre sériel particulier, tel blog sera suivi pour la pertinence de ses analyses quand un autre sera mobilisé pour sa présentation des audiences TV⁶. De même, ils n'hésitent pas à croiser les sources d'information afin de

³ <http://www.allocine.fr/series/>. Ce service lié historiquement au cinéma s'est étendu à partir de 2005 aux séries.

⁴ <http://www.serieslive.com/>. *Séries Live* est un ancien site amateur racheté il y a quelques années pour devenir la « machine » qu'il est aujourd'hui : un grand site professionnel piloté par des journalistes. La petite communauté de sériphiles d'alors a laissé place à une audience plus large et grand public pour se reformer en partie autour du forum *Seri'nfinity* (<http://serinfinity.smfgratuit.org/index.php>).

⁵ Si *Google* est à l'échelle mondiale le premier moteur de recherche, il occupe une position de quasi-monopole en France, réunissant en 2009 plus de 90 % des requêtes effectuées. (Source : http://www.journaldunet.com/cc/03_internetmonde/interfrance_moteurs.shtml).

⁶ Si ce n'est pas l'unique variable, le maintien ou non d'une série est fortement tributaire de son taux d'audience. Un faible taux peut ainsi conduire à ce qu'elle ne soit pas reconduite la saison suivante, si ce

vérifier leur validité mais aussi pour n'en laisser passer aucune d'importance. Internet est dès lors la voie idéale, qui offre (à celui qui s'en donne les moyens) les relais appropriés aux désirs d'approfondissement, aux intérêts les plus spécifiques et aux appétences les plus atypiques. Une partie des sériphiles parmi les plus investis en profite pour aller chercher leurs informations « à la source »⁷, c'est-à-dire sur les sites et blogs étatsuniens. *The Futon critic*, *Daemon's TV* ou encore *Television without pity* sont pour eux l'assurance d'une information de qualité et exclusive.

Quels que soient les genres sériels appréciés, rester « dans le coup » nécessite un certain investissement si l'on souhaite profiter des relais d'information *ad hoc* permettant un *aggiornamento* des connaissances et un renouvellement des plaisirs de la découverte. Cet investissement est à l'évidence assez limité s'il s'agit « juste » de s'enquérir du programme TV et de faire marcher son téléviseur ; il requiert des aptitudes bien plus complexes en face des TNIC. S'abonner à une liste de diffusion, participer à un forum de discussion, utiliser un moteur de recherche, trouver la source médiatique pertinente, etc., tout ceci nécessite un ensemble de compétences d'ordre technique, cognitive ou social. Certains enquêtés les détiennent assurément et établissent des stratégies d'information particulièrement évoluées leur permettant de satisfaire leurs différents besoins. En fonction de leur portefeuille de goût et au vu des divers services existants, ils vont repérer puis focaliser leur attention sur un ensemble de ressources consultées de manière itérative afin de maintenir une sorte de veille informationnelle sur les contenus qui les intéressent. Cette veille peut être parfois routinisée automatiquement via des liens RSS par exemple. Les réseaux sociaux comme *Facebook* ou *Twitter* constituent également des outils utiles à cet effet : « Tous les matins, je fais une dizaine de sites sur les news. Sinon avec Twitter maintenant c'est facile : même les sites américains donnent leurs gros titres dans Twitter. J'ai une barre à droite de mon écran d'ordinateur qui prend les mises à jour de toutes les personnes que je suis. C'est surtout des chroniqueurs américains qui balancent des informations sur les séries avant de les poster sur leur site donc en permanence j'ai les mises à jour. Je suis quasiment au courant de tout ce qui se passe niveau séries. » (Sophie, 24 ans, employée)

Stratégies et routines n'empêchent cependant pas les découvertes fortuites et les informations glanées inopinément. Bien que différemment d'un média de flux tel que la télévision, le fonctionnement d'Internet engage aussi la dimension du hasard – plus communément appelé « sérendipité » (van Anandel & Bourcier, 2011). Nombre de séries sont ainsi dénichées à la suite de papillonnages sur le Web qui voient la personne, au gré de ses inclinations du moment et en réaction à l'architecture des sites visités, aller de page en page, de lien hypertexte en lien hypertexte, et, de proche en proche, cheminer d'un sujet à un autre. Loin d'être dénués de toute contrainte, ces parcours relèvent pour une part d'une prise en charge automatisée par les sites visités des contenus et sujets

n'est suspendu en cours de saison. De l'interprétation de ces chiffres peut dépendre la consommation à venir des amateurs. Au regard de l'audience d'une série dont ils estimeront qu'elle ne satisfera pas la chaîne-mère, et supposant donc son annulation prochaine, ils pourront préférer ne pas poursuivre le suivi de cette série, par peur de la voir se terminer de façon abrupte et sans véritable fin. C'est l'expérience frustrante qu'ils ont tous fait par le passé.

⁷ Stéphane, 24 ans, étudiant.

explorés, par le biais de suggestions et de propositions plus ou moins coercitives. L'élaboration de dispositifs d'encadrement et d'orientation de la trajectoire de l'internaute représente même, à travers la problématique de la recommandation, un enjeu (marchand) essentiel des services de contenus en ligne. Sur le mode du « vous aimez X, peut-être aimerez-vous également Y », des plateformes très différentes telles que *Amazon* ou *Youtube* suggèrent ainsi un ensemble de contenus supposément liés au contenu explicitement recherché. D'autres comme *Allociné* proposent aux internautes d'associer des mots-clés (ou *tags*) aux films et séries et ainsi participer à leur catégorisation et leur mise en relation avec d'autres fictions. *Dr House* est ainsi affublé de plus d'une dizaine de tags, certains assez attendus (« série médicale », « hôpitaux/médecins... ») et d'autres plus surprenants (« drôle de méchant », « culpabilité/regret » ou encore « problèmes sociaux »⁸). Reste à savoir si ces diverses logiques de rapprochement proposées aux internautes, elles-mêmes fondées sur des logiques de catégorisations, atteignent leur objectif sans cantonner au déjà vu et déjà connu aux dépens de la surprise et de la diversité – autrement dit l'essence même du principe de sérendipité.

Nous avons vu lors de cette première partie de quelle façon l'univers médiatique relatif aux séries s'est étendu ces dernières années, en particulier sous l'impulsion d'Internet, permettant de répondre à la plupart des goûts. Forts d'une « culture de l'écran » très tôt acquise (Jouët & Pasquier, 1999), les jeunes générations font fréquemment montre d'un plus grand savoir-faire technique et informatique que leurs aînés. Davantage que les enquêtés plus âgés de notre corpus, ils profitent des ressources du Web, de la multiplicité et de la diversité des sites journalistiques ou amateurs qu'il renferme, pour s'informer sur l'univers des séries. En outre, le réseau des réseaux ouvre sur une foule d'espaces interactifs (forums, blogs) où ils se retrouvent, échangent et se conseillent. On constate rapidement la porosité des plateformes médiatiques – proposant un contenu éditorialisé – et de ces espaces de discussion prisés des jeunes internautes.

Les réseaux relationnels : l'apport d'Internet

Plus valorisées socialement qu'auparavant, les séries font l'objet de discussions et d'échanges fréquents entre les amateurs et leurs différents cercles relationnels (famille, amis, collègues) (Combes, 2011). Ces échanges se concentrent souvent autour d'une personne voire d'un petit groupe de personnes tout aussi passionnées, initiant un effet d'entraînement. Dominique Pasquier ne dit pas autre chose, pour qui une amie est souvent à l'origine du surplus d'intérêt des jeunes téléspectatrices d'*Hélène et les garçons* qu'elle étudie : « On ne devient pas fan toute seule devant son poste. Il faut des intermédiaires, généralement une autre fan dans l'entourage proche » (1999 : 193). Suivant cette logique, Vlad partage essentiellement son intérêt pour les séries avec une camarade d'enfance. Cette complicité a continué malgré le déménagement de celle-ci dans une ville voisine voici un an. Leurs échanges relèvent d'une division des tâches : celui-ci informe son amie des dernières actualités sérielles qu'il aime à glaner sur

⁸ Ce dernier tag donne notamment lieu à une association étonnante entre *Dr House* et *La chanson du dimanche*, série française éponyme du duo de chansonniers qui officie depuis 2007 sur Internet en proposant une chanson d'humeur chaque dimanche.

Internet tandis qu'elle, plus téléphile, l'avise des séries intéressantes diffusées à la télévision : « À part Laïla, [dans mon entourage] y en a qui suivent des séries, mais ils sont pas non plus dedans. (...) Elle, elle regarde plus... elle est beaucoup plus que moi devant la télé, parce que moi, j'y vais quand j'ai un programme à regarder. C'est rare que j'y aille alors que je sais qu'y a rien. Alors qu'elle, si elle a rien à faire, elle allume sa télé et se pose devant. Donc elle voit toutes les bandes annonces, et puis des fois, elle me dit : "Ah, t'as vu, y a ça qui va passer, ça a l'air bien". Moi, par contre, je lis toutes les news et je lui dis, quoi. » (17 ans, lycéen).

Hormis cette relation privilégiée, Vlad ne trouve pas véritablement d'écho satisfaisant au sein de son entourage. C'est bien souvent le souci auxquels se confrontent les fans : bien qu'ils puissent tenir un statut de spécialiste « ès séries » certes flatteur, ils pâtissent souvent d'un manque de réciprocité dans les interactions avec leurs proches, pour lesquels ils occupent avant tout les rôles de prescripteur et distributeur : « Dans mon entourage, raconte Mélanie, je suis la DVDthèque ambulante en séries » (25 ans, étudiante). L'envie d'échanger avec d'autres tout aussi investis et au fait de l'actualité de leurs séries préférées incite alors certains à se tourner vers la toile où, parmi les espaces dédiés au genre, une large part propose un forum de discussion ou, à tout le moins, autorise des commentaires (e.g. les blogs). « Au minimum, souligne Henry Jenkins, les fans ressentent le besoin de parler des programmes qu'ils regardent avec d'autres fans [et leur] réception n'est pas concevable dans l'isolement, elle est toujours façonnée par les apports des autres fans » (Jenkins, 1992: 210, notre traduction) : « Avec mes amis, je partage la lecture. J'ai un cercle d'amis avec lesquels, pour tout ce qui est Fantaisie et tout ça, c'est très dense. Au niveau des séries, je n'ai jamais trouvé quelqu'un qui... D'ailleurs, c'est peut-être pour ça que je me suis retournée vers le Net, alors que pour la lecture je ne fonctionne pas du tout en fonction du Net. » (Hélène, 24 ans, étudiante).

Aussi, les forums et blogs et plateformes de partage en ligne viennent-ils suppléer les rapports plus asymétriques en matière de séries entre le jeune fan et ses proches. Celui-ci pourra bénéficier à son tour des conseils et recommandations d'autres amateurs éclairés (souvent plus âgés) qui seront pour lui des relais complémentaires de découverte et d'information. Il va s'agir en premier lieu des séries à regarder, ou au contraire à éviter. Il est aussi question des divers procédés pratiques d'y accéder : le fonctionnement d'un logiciel de téléchargement, l'apparition d'une nouvelle plateforme de *streaming*, la présence de DVD à bas coût sur tel site anglais de vente en ligne, etc. D'autres interactions encore sont liées aux coulisses de la production ou de la diffusion des séries (les acteurs, scénaristes, les stratégies marketing, les enjeux financiers, etc.), leur actualité (les arrivées et départs, les annulations, etc.).

Ce faisant, le contact avec des collectifs d'internautes préside à une dynamique d'apprentissage et d'appropriation d'un « savoir-être-sériophile »⁹. Les échanges se caractérisent par une transmission de compétences plus ou moins intentionnelle, des plus avertis vers les plus néophytes : que ce soit par une réponse explicite à une requête sur un forum ou par une exploration des précédentes conversations contenant les informations recherchées. Il s'agit plus globalement d'un phénomène d'imprégnation et, comme

⁹ Je reprends ici le « savoir-être-fan » de Philippe Le Guern (2002).

l'explique Hélène, d'un processus quasi initiatique consistant à intégrer auprès des plus anciens, les références en matière de séries mais aussi les règles des collectifs de sériphiles et des espaces spécifiques dans lesquels ils s'expriment¹⁰ : « Il fut un temps où je passais ma vie sur les forums, à échanger. C'est dans cette période-là aussi où j'ai appris finalement, en voyant comment les autres fonctionnaient. J'ai posé les bases, tous ces éléments : où trouver quoi, où se passe quoi, quand... La culture, elle s'acquiert par l'échange. » (24 ans, étudiante). Parmi ces règles, celles censées prémunir des risques de *spoiler*, particulièrement prégnants au sein de ces espaces collectifs dédiés aux séries.

S'informer sans danger ou la menace du spoiler

Le mode de consommation de séries délinéarisées, c'est-à-dire extraits du cadre contraignant et néanmoins fédérateur du rendez-vous télévisuel (DVD, DivX, replay TV...), n'est pas sans poser problème du point de vue des échanges et discussions consécutifs. Comment échanger avec d'autres à propos d'une fiction sérielle sans risquer de dévoiler des éléments de l'intrigue si chacun se situe en un point différent du récit ? Cette question est fort saillante chez les jeunes, particulièrement concernés non seulement par cette forme de consommation délinéarisée mais également par une haute propension à partager avec leurs pairs leurs expériences de visionnage.

Saillante, la question l'est d'autant plus lorsqu'ils fréquentent les sites, forums ou blogs spécialisés et leur masse d'informations et conversations. Les parcourir n'est en effet pas sans danger pour l'internaute qui ne serait pas au fait des derniers événements d'une série, danger ordinairement désigné sous le terme anglo-saxon « spoiler » (*to spoil* : gâcher, abîmer). Il rend compte de l'expérience malheureuse de se voir divulguer à son insu des événements ultérieurs de l'histoire. Méaventure qu'a connue Gabriel (24 ans, sans emploi) à propos de l'identité du tueur, normalement révélée au dernier épisode de la première saison de *Dexter*. Il avoue depuis avoir la « *phobie des spoilers* », le conduisant à réduire sa fréquentation des sites et forums spécialisés, quitte à passer à côté de certaines informations dont il était friand.

Ces plateformes internet ont toutefois mis en œuvre un certain nombre de dispositifs sociotechniques afin de prévenir les internautes contre ce risque, telles que ces mentions « spoiler » accolées à tout élément (fil de discussion, article, vidéo) traitant d'épisodes en cours aux États-Unis et/ou non diffusés en France. Récemment est apparu l'ingénieux système du bouton d'affichage ; il fait apparaître, pour celui qui l'active, l'information censée contenir un *spoiler*. Plus largement, un participant doit veiller à ne pas évoquer n'importe quoi, à n'importe quel endroit. Le contraire est mal perçu et peu ou prou sanctionné. Aussi, le sériphile désireux de s'informer et/ou de découvrir de nouvelles séries doit-il être sur ses gardes s'il ne veut pas tomber sur l'information de trop, lui gâchant le plaisir et de la découverte et du visionnage à venir. À moins que l'on recherche inversement de telles révélations pré-visionnage : « L'avantage de Serieslive, c'est que les gens ils créent un topic par saison et donc, du coup, si on en est à la saison

¹⁰ Sur les règles et lignes de conduite propres aux forums internet, voir notamment Beaudouin & Velkovska (1999) ; Baym (2000).

6, on va à la saison 6. On dit : "J'ai tel épisode", généralement sur les topics saison, on marque épisode 6x13 par exemple. Pour savoir... comme ça les gens ils savent que si c'est le treizième épisode de la saison 6 qu'ils n'ont pas vu, ils n'ont pas à lire. Mais moi contrairement à beaucoup, j'aime bien les spoilers. Plus on me donne d'infos sur ce qui va se passer, plus ça m'intéresse. J'aime pas qu'on me garde en haleine, j'ai horreur de ça. » (Mélanie, 25 ans, étudiante).

La porosité des espaces médiatiques et communautaires sur Internet

À l'instar des sources médiatiques, les sériphiles tendent à multiplier les interlocuteurs, ce que permettent ces espaces interactifs et relativement ouverts à tous. Ils profitent ainsi des domaines de compétence des uns et des autres, tel cet enquêté qui, concernant la production canadienne, prend conseil auprès d'un internaute québécois rencontré quelques mois plus tôt sur un forum. Comme ici, certaines relations entre internautes se singularisent et s'entretiennent sur le long terme, malgré la distance et l'absence de rencontre physique. Initiées par cet intérêt commun, ces sociabilités tendent à déborder la stricte question des séries pour se nourrir de sujets de conversation divers – y compris plus intimes, comme l'a très bien montré Nancy Baym (2000). En témoigne les rubriques des forums, nommées « blabla », « machine à café » ou encore « open bar » et regroupant les échanges relatifs aux sujets n'ayant pas trait aux séries. À mesure que se construit la relation, d'autres moyens de communication plus individualisés sont employés : Messages Personnels (MP), *chat*, téléphone. On observe l'organisation de rencontres en face-à-face, outre les traditionnelles conventions annuelles de fans (Le Guern, 2002).

En raison d'une participation importante aux échanges ou bien à l'administration d'un blog réputé, certains internautes deviennent de véritables références dans le « milieu » des sériphiles. Ils parviennent à se démarquer, en tant que prescripteurs, du lot des multiples expressions et prises de parole hétérogènes présentes sur la toile et, par là-même, tendent à occuper en partie une place traditionnellement dévolue aux journalistes et critiques. Ce phénomène n'est pas nouveau, ni spécifique aux séries, qui se situe dans la thématique de l'émergence des « pro-am » (professionnel-amateurs) (Leadbeater & Miller, 2004). Étudiant les blogs et leurs auteurs, Dominique Cardon et Hélène Delaunay-Teterel expliquent : « Ces praticiens du théâtre, du chant, de la photographie ou de l'écriture (...) articulent le modèle vocationnel du loisir bénévole et l'investissement créatif dans le travail salarié » (2006 : 64). Or, contrairement au cinéma, à la musique ou à la littérature, et sans doute lié à un défaut de légitimité, le champ des séries n'a pas bénéficié d'une grande attention de la part des professionnels ; ce dont témoigne la rareté des émissions TV et des magazines français consacrés au genre jusqu'à l'arrivée d'Internet. Ce créneau laissé vacant par les journalistes a finalement été en partie comblé dès le milieu des années 1990 par des sériphiles, exploitant les ressources offertes par les TNIC.

Aujourd'hui, pour quelques-uns des adultes rencontrés, la frontière entre loisir pur et activité à visée professionnelle n'apparaît pas toujours évidente. Le regain d'engagement de certains se confond parfois avec leurs velléités d'en faire un jour un « gagne-pain ».

C'est par exemple le cas de Jérémie, étudiant de 19 ans en BTS informatique, qui s'exerce en élaborant des sites internet consacrés aux séries, sa passion. Récemment sorti des études, Antoine est pour sa part tenté par le métier de journaliste. Il effectue à cet égard quelques piges dans des journaux locaux, dans le registre culturel. Il tient par ailleurs un blog sur les séries. Celui-ci, dont le sérieux apparaît au premier coup d'œil et se prévaut d'une certaine notoriété au sein de la communauté, fait en un sens office de vitrine pour le jeune homme. Son mode de consommation et d'appréhension des séries est par ailleurs traversé par ce qui s'apparente à une conscience professionnelle, ou au moins, se distingue nettement du simple divertissement. Il raconte à propos de *Lost*, série qu'il n'estime guère : « J'aime pas passer à côté de quelque chose. Quand tu es sériphile, il faut citer *Lost* à un moment. C'était un peu un devoir aussi que je m'imposais. (...) Ça s'inscrit dans une ligne éditoriale aussi. Quand je fais des critiques, j'aime bien avoir un papier qui a couvert un maximum de séries. » (21 ans, pigiste).

Conclusion

Les relais médiatiques et relationnels de la sériphilie ont été renouvelés ces dernières années, notamment sous l'impulsion des TNIC et du Web que les jeunes sériphiles sont particulièrement enclin à mobiliser. Pour ceux-là, la télévision n'a plus, loin s'en faut, le monopole de la consommation sérielle et, *a fortiori*, de la découverte. Elle partage désormais cette prérogative avec l'ordinateur connecté et les nombreux sites, blogs et forums internet, professionnels et amateurs, auxquels il permet d'accéder désormais. Alliant des contenus éditorialisés et des espaces interactifs (quand les contenus eux-mêmes ne sont pas le fruit d'une politique participative, à l'image de Wikipédia), ces plateformes internet représentent aujourd'hui une *prise*¹¹ majeure de la sériphilie, notamment juvénile. Leur diversité permet de satisfaire la majorité des goûts sériels, des plus communs aux plus pointus, non plus liés seulement aux seules productions commerciales relayées par les principaux médias de masse. Ces sites, français et étrangers, ordinairement gratuits et ouverts, offrent aux jeunes sériphiles des possibilités d'information et de documentation inégalées ainsi qu'un accès aux autres *aficionados*. Des *aficionados* qui, à la faveur des TNIC et des conditions d'autodiffusion (e.g. blog), peuvent se muer en véritables prescripteurs au sein des collectifs de sériphiles – bousculant par là même la dichotomie classique entre amateurs et professionnels.

¹¹ Au sens entendu par Bessy et Chateauraynaud (1995).

Références

BAYM, N. (2000). *Tune In, Log On: Soaps, Fandom, and Online Community*. Thousand Oaks, CA: Sage Publication.

BEAUDOUIN et V., VELKOVKA, J., (1999). « Constitution d'un espace de communication sur Internet (forums, pages personnelles, courrier électronique...) ». *Réseaux*, n° 97.

BESSY, C. et CHATEAURAYNAUD, F. (1995). *Experts et Faussaires. Pour une sociologie de la perception*. Paris: Métailié.

CARDON, D. et DELAUNAY-TETEREL, H. (2006). « La production de soi comme technique relationnelle ». *Réseaux*, n° 138.

CARRAZE, A. (2007). *Les séries télé : l'histoire, les succès, les coulisses*. Paris: Hachette pratique.

CNC (2011), *La diffusion de fiction à la télévision : année 2010*, rapport d'étude.

COMBES, C. (2011). « La consommation de séries à l'épreuve d'Internet : entre pratique individuelle et activité collective ». *Réseaux*, n° 65.

——— (2013). *La pratique des séries télévisées : une sociologie de l'activité spectatorielle*, thèse de doctorat, Cécile Méadel (dir.), Mines ParisTech, 417 p.

DAKHLIA, J. (2001), « Variations sur le télélecteur. Les discours de la presse de programmes en France ». *Réseaux*, n° 105.

DONNAT, O. (2009), *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008*. La Découverte/Ministère de la Culture et de la Communication.

JENKINS, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.

JOUËT, J. et PASQUIER, D. (1999). « Les jeunes et la culture de l'écran. Enquête nationale auprès des 6-17 ans ». *Réseaux*, n° 92-93.

LEADBEATER, C. et MILLER, P. (2004). *The Pro-Am Revolution. How enthusiasts are changing our economy and society*. London: Demos.

LE GUERN, P. (2002), « En être ou pas : le fan-club de la série Le Prisonnier ». Dans *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*. P. Le Guern (éd.), Rennes: PUR.

PASQUIER, D. (1999), *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*. Paris: Maison des Sciences de l'Homme.

VAN ANDEL, P. et BOURCIER, D. (2011). *La Sérénipité. Le hasard heureux*. Paris: Hermann.