



Mélanie BOURDAA (2021), Les fans. Publics actifs et engagés

Maël Rannou

► To cite this version:

Maël Rannou. Mélanie BOURDAA (2021), Les fans. Publics actifs et engagés. Communication [Information Médias Théories]: revue québécoise des recherches et des pratiques en communication et information, 2023, Vol. 40/1, 10.4000/communication.17493 . hal-04195872

HAL Id: hal-04195872

<https://hal.science/hal-04195872>

Submitted on 4 Sep 2023

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.

Mélanie BOURDAA (2021), *Les fans. Publics actifs et engagés*

Grenoble, C&F éditions, Coll. « Les enfants du numérique »

Maël Rannou

<https://doi.org/10.4000/communication.17493>

Bibliographical reference

Mélanie BOURDAA (2021), *Les fans. Publics actifs et engagés*, Grenoble, C&F éditions, Coll. « Les enfants du numérique »

Spécialiste française reconnue des études de fans (fan studies), dans un pays où elles sont encore assez peu exploitées, Mélanie Bourdaa avait déjà dirigé [un passionnant dossier à ce sujet](#) dans le numéro sept de la Revue française des sciences de l'information et de la communication (novembre 2015). Avec ce livre, qui s'appuie sur des réflexions tirées de nombreux articles, associées à de nombreux éléments nouveaux, elle publie sa première synthèse personnelle. Celle-ci s'annonce dès le sous-titre armé d'un parti pris fort : celui de fans comme acteurs particulièrement créatifs et investis, à l'opposé d'une image négative de « nerd » passif avalant un produit culturel sans aucun recul.

La structure de l'ouvrage est simple : deux parties, « Politique(s) du et des fans » et « Pratiques de fans », mêlent posture définitionnelle et exemples de l'engagement social des fans dans ces cadres. La première se fixe plus sur le rapport des fans au monde ou sur la façon dont s'incarne leur lien aux objets de passion à l'externe (jusqu'à l'engagement militant, central dans le deuxième chapitre, mais aussi le dans le troisième sur la question de la représentation). La seconde partie se penche plutôt sur le rapport des fans entre eux, sur la naissance de communautés et de réseaux extrêmement forts, notamment pour célébrer, archiver ou analyser ce qui a déclenché cette passion. Si cela peut donner lieu à une communication externe, le but initial diffère. Les démonstrations sont appuyées par un grand nombre d'exemples concrets, issus de tel ou tel *fandom*, parfois enrichies d'entretiens qualitatifs et de sondages. Fidèles à la plupart des travaux de l'autrice, les *fandoms* utilisés sont en général ceux des séries télévisées, plus largement de pop culture audiovisuelle. Si l'on peut regretter cet aspect restreint, il a le mérite de donner une cohérence d'ensemble. Et puisque ce segment de l'industrie culturelle est assurément l'un de ceux qui créent le plus grand nombre de communautés, il permet donc d'analyser de nombreux cas et d'offrir des angles de vue assez divers.

La plupart des exemples mobilisés sont issus de séries récentes, même si *Star Trek* ou *Star Wars* sont évoqués, ce dernier cependant pour un usage récent de la figure de rebelle féministe de la princesse Léia. Ce choix de la contemporanéité est assumé et expliqué (p. 197), et si l'ère pré-Internet peut être évoquée dans certaines comparaisons, il est certain qu'il y a un vrai tournant avec ce développement technologique et

communicationnel. L'étude des communautés se porte donc massivement sur l'engagement naissant en ligne, mettant en lumière comment il peut utiliser des possibilités de visibilité pour se transformer de manière très concrète : ainsi de la sortie d'un nouveau *Superman* au cinéma (*Man of Steel*, Zack Snyder, 2013), qui permet à plusieurs *fandoms* de lancer l'opération « Superman is an immigrant », où de jeunes activistes sans papiers se visibilisent sur les plateformes en portant le logo de Superman et en expliquant dans leurs messages pourquoi ils incarnent le « rêve américain ». Les descriptifs de ces mobilisations tendent à présenter les fans comme des personnes capables, d'une part, de faire collectif et, d'autre part, d'utiliser ce collectif pour défendre des droits et avancées bien au-delà de leurs séries, en tout cas à première vue (les fans faisant bien souvent un lien entre les valeurs véhiculées par les personnages et leurs choix militants).

L'ensemble est convaincant, mais paraît un peu idyllique, l'autrice semblant toute dédiée à sa nécessité de « réhabiliter » une image négative du fan. Hormis quelques conflits internes aux communautés, par exemple au sujet du personnage au côté duquel il faut se ranger lors d'une rupture de couple dans la série, peu est dit sur des actions négatives des fans : qu'il s'agisse de moqueries sur des débutants à qui l'on fait ressentir qu'ils n'appartiennent pas au cercle déjà constitué, allant jusqu'à des actions de raids numériques pouvant se rapprocher du harcèlement dévastateur. Par ailleurs, si la méthodologie d'analyse de *hashtag* et autres moyens d'expression de communautés numériques est intéressante, la pratique peut parfois paraître un peu leste. La masse d'exemples permet cependant de contrebalancer certaines conclusions pouvant paraître un peu rapidement tirées.

Parmi les aspects passionnants de la première partie, notons le troisième chapitre, consacré aux représentations et à l'identification des spectateurs. Il se concentre sur les aspects LGBTQI+, et plus particulièrement sur les processus de *coming out* des personnages auprès de leurs différents cercles de proximité. Sans surprise, les spectateurs des séries se reconnaissant dans cette communauté sont particulièrement investis dans ces épisodes, et des témoignages montrent que pour certains il s'agit d'une révélation de leur normalité. Ce progressisme des séries s'accompagne cependant d'un revers avec le phénomène « bury your gay / dead lesbian syndrome », qui désigne la forte mortalité des personnages LGBT dans les séries. Face à ce trope, l'autrice décrit un phénomène fascinant, conceptualisé dans les cercles de fans comme « the gay migration », soit dans le cas étudié comment des fans lesbiennes passent d'une série à une autre une fois les personnages lesbiens morts ou évincés. Bourdaa relève que contrairement à d'autres sphères de fans qui regroupent leurs séries phares par genres, ce n'est pas le cas ici, et que les spectatrices sautent d'une série médicale à une série d'horreur en passant par un dessin animé. D'une communauté de fan d'un genre, on passe à une communauté « en quête de personnages lesbiens auxquels s'identifier et en quête de représentations positives » (p. 156).

La seconde partie étudie particulièrement les créations de fans, dans leurs aspects très divers. Si la fanfiction (récits de fans prolongeant l'univers) ou le *cosplay* (pratique de costume en personnages de séries pouvant atteindre un niveau semi-professionnel) en sont les incarnations les plus connues, l'autrice dépasse largement ces seuls aspects. Elle

propose ainsi des analyses pertinentes, appuyées sur des études fines, des entretiens, des musées virtuels, wiki et des bases de données constituées par des *fandoms* clairement actifs et experts, qui constituent des milliers d'heures de travail bénévoles et participent fortement aux rebonds des œuvres. De la même manière, elle dévoile des aspects parfois inattendus des réseaux sociaux. Ainsi des fans d'*Hunger Games* qui, refusant un premier terme « d'en haut » pour les désigner, se sont organisés pour le choisir de manière collaborative. Une autre utilisation, plus créative, permet de créer des profils sur les réseaux sociaux et de prolonger les séries au fil de la diffusion des épisodes. À travers l'exemple de *Mad Men*, elle rapporte l'amusante contradiction du service de juridique de la chaîne AMC qui a forcé des fans à fermer les comptes Twitter de personnages de la série, qui échangeaient donc comme s'ils étaient réels, avant que le service marketing demande leur réouverture, face à l'évident intérêt promotionnel. Un acte qui sonne autant comme une reconnaissance de l'importance du *fandom* et de son influence que comme une possible récupération commerciale d'un espace qui, s'il est fan, sait normalement aussi être libre et parfois critique. Cette tension est déjà connue dans le secteur musical, où des étiquettes ont voulu racheter ou lancer leurs propres « fanzines », dédiés à l'autopromotion de leurs catalogues. Cette étude fine concerne une section spécifique des fans, appelée « hyperfans », l'autrice convenant que cette production fouillée de contenu touche une part plus limitée d'entre eux.

L'un des derniers points intéressants de cet ouvrage est incontestablement son aspect « état de l'art ». Première somme réelle sur les études de fans en France, le texte donne à voir un grand nombre de références, d'articles et de concepts qui paraîtront complètement nouveaux pour un lecteur curieux qui n'est pas spécialiste. C'est par exemple le cas du « fanon », ce « canon » non officiel créé par des fans, mais qui se répète comme une norme au sein des fanfictions et autres productions amateurs. Cette richesse pourrait même effrayer un lecteur (pas moins de 366 notes parsèment l'ouvrage), ce qui serait dommage tant le style est accessible et permet à un non-spécialiste de bonne volonté d'aborder ce nouveau champ.