HAL
open science

Le DVD et la transformation des séries TV en œuvres : Le cas de la réception des séries TV d'animation japonaise en Europe

Ariane Beldi

To cite this version:

Ariane Beldi. Le DVD et la transformation des séries TV en œuvres : Le cas de la réception des séries TV d'animation japonaise en Europe. Sciences de l'information et de la communication. Université de Strasbourg, 2013. Français. NNT : . tel-00942910v2

HAL Id: tel-00942910

https://theses.hal.science/tel-00942910v2

Submitted on 1 Oct 2014

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.

UNIVERSITÉ DE STRASBOURG

ÉCOLE DOCTORALE de Sciences humaines et sociales – Perspectives européennes (ED 519)

LISEC

THÈSE présentée par :

Ariane Beldi

soutenue le : **18 octobre 2013**

pour obtenir le grade de : **Docteur de l'université de Strasbourg**

Discipline: Sciences de l'information et de la communication

Le DVD et la transformation des séries TV en œuvres

Le cas de la réception des séries TV d'animation japonaise en Europe

THÈSE dirigée par

Monsieur VIALLON Philippe	Professeur des Universités, Université de Strasbourg

RAPPORTEURS :

Monsieur GIESSEN Hans	Professeur Docteur, Université de la Sarre (Allemagne)
Monsieur JAILLET Alain	Professeur des Universités, Université de Haute-Alsace

---

AUTRES MEMBRES DU JURY :

Monsieur MEYER Vincent	Professeur des Universités, Université de Nice Sophia Antipolis
Monsieur THEVENIN Olivier	Professeur des Universités, Université de Cergy-Pontoise

A ma chère famille.

Aux fans de culture populaire japonaise.

Aux aca-fans.

Remerciements

Ce travail de thèse a souvent été solitaire, mais il n'aurait jamais pu être mené à bien sans les constants encouragements de ma famille, ni sans un soutien technique, moral et académique de nombreuses personnes.

Ma profonde reconnaissance va tout d'abord à mon directeur de thèse, le professeur Philippe Viallon, pour avoir accepté de suivre mon travail. Il a fait preuve d'une grande patience, surtout pendant les périodes de découragement. J'ai beaucoup apprécié son efficacité et sa précision ainsi que ses excellents conseils. De plus, les réunions qu'il a régulièrement organisées à Genève et à Strasbourg, avec d'autres collègues doctorants, m'ont beaucoup aidée à orienter mes recherches et ma rédaction.

Je voudrais aussi étendre mes remerciements aux professeurs Hans Giessen, Alain Jaillet, Vincent Meyer et Olivier Thévenin pour avoir accepté de faire partie du Jury de soutenance ainsi que pour leurs réactions et commentaires éclairants.

Ursula Ganz-Blättler, qui m'a gracieusement fait profiter de ses connaissances approfondies en matières d'études de séries TV et du divertissement audiovisuel au début de ce travail, mérite également ma sincère gratitude. Les longues discussions que nous avons eues chez elle au Tessin ont été essentielles pour la construction de ma problématique et le recentrage de ma perspective.

Par ailleurs, je suis grandement redevable à Marco Pellitteri, sociologue des médias, Research Fellow de la Japan Foundation à Kobé et probablement un des meilleurs spécialistes de la réception de la culture populaire nippone en Italie, qui m'a introduite au Manga Network, fondé par le Professeur Jean-Marie Bouissou, Directeur de recherche Sciences Po au Centre d'Etudes et de Recherches Internationales (CERI), Paris. En participant à leur enquête sur les lecteurs de manga en Europe, j'ai pu acquérir une plus grande connaissance de ces publics avant mon propre terrain de thèse. C'est aussi grâce à Marco Pellitteri que j'ai pu assister aux séminaires de la X Film Summer School durant le Festival International du Film de Locarno en août 2009, au cours duquel j'ai pu apprendre énormément de choses sur les techniques d'animation, grâce aux présentations par des artistes et des réalisateurs, tout particulièrement

Hiroyuki Yamaga, le directeur des studios Gainax, où est née la fameuse série animée *Neon Genesis Evangelion*.

Cette thèse doit aussi beaucoup aux personnes suivantes qui m'ont fait découvrir de plus près le monde de l'édition et de la commercialisation des univers narratifs japonais en Europe et en Suisse : Sylvain Vautravers, PDG et Philippe Majerus, Vice-président, de Tanigami, chaîne spécialisée dans la vente de ces produits, qui m'ont fait bénéficier de leur connaissance étendue des *animes*, *mangas* et jeux vidéo ; Cédric Littardi, Fondateur et à l'époque PDG, Sylvie Brévignon, Responsable marketing et Mounia El Gamraoui, Responsable commerciale de Kaze qui m'ont parlé de la commercialisation des DVD d'*animes* en France au cours d'un long entretien ; Nicolas Guignard et Frank Boisseau, Administrateurs d'Anime Virtual, qui m'ont montré les diverses étapes d'édition d'un *anime* en DVD et m'ont, en plus, invitée à les accompagner à la convention Animagic, à Koblenz, en Allemagne !

Je désire également inclure dans ces remerciements les amis et fans de culture populaire japonaise qui ont contribué directement ou indirectement à cette étude. Je pense ainsi particulièrement à Yaniv Tempelmann, alors étudiant en japonologie de l'Université de Zürich, collectionneur avisé d'animes et de mangas, notamment de revues de prépublication des années 30, ainsi que d'autres produits dérivés, qui a pu me faire découvrir des facettes de ces univers narratifs que je ne connaissais pas. Je remercie également les personnes suivantes qui ont si gentiment accepté de prendre du temps pour répondre à mes questions et de m'en apprendre plus sur les publics des *animes* et leurs pratiques : Nadine Antolinez, Antonio Cuomo, Claire Laquazza, Christelle Masure, Thibaut Pichon et Eleonora Vinh.

Il faudrait aussi mentionner mes connaissances sur les réseaux sociaux qui m'ont souvent soutenue par leurs encouragements, leurs conseils et leur bonne humeur, mais je ne dispose pas d'un espace suffisant pour leur rendre justice ici. Cependant, je tiens à leur exprimer ma reconnaissance. Elles ont représenté une véritable bouffée d'air frais quand j'étouffais parfois un peu trop dans ma cellule de thésarde.

Enfin, je remercie du fond du cœur ma mère, mon père et mon frère qui m'ont entourée de leur affection durant ce long et compliqué processus, supportant mes changements d'humeurs et m'encourageant constamment, surtout dans les moments de doutes et de déprime. Sans leur soutien moral et matériel, je n'y serais tout simplement pas arrivée !

Sommaire

Introduction 3
1ère Partie : Les industries du divertissement audiovisuel sous la loupe des sciences de l'information et de la communication 21
Chapitre 1 : La réception et les usages du divertissement audiovisuel 23
Chapitre 2 : Du kinétoscope au DVD, vers des pratiques personnalisées 59
Chapitre 3 : La sérialisation, un processus au coeur du transmédia de l'industrie japonaise 93
Résumé de la 1ère partie 143
2ème Partie : A la recherche de la ciné-vidéophilie chez les amateurs d'*animes* 147
Chapitre 4 : Description de la méthodologie 149
Chapitre 5 : Conceptions générales des *animes* et des DVD 167
Chapitre 6 : Caractérisations des publics sur les divers types de site Web étudiés 227
Résumé de la 2ème partie 343
Conclusion 349
Bibliographie 365
Liste des tableaux 383
Liste des figures 384
Liste des illustrations 387
Annexes 389
Table des matières 425
Résumé - Summary 431

Introduction

Des séries TV au parcours commercial un peu particulier

Entre 1978 et 1997, les chaînes de télévision italiennes, espagnoles et françaises ont consacré la majeure partie de leur programmation pour la jeunesse aux séries d'animation japonaise. A l'époque, l'industrie nippone produisait les dessins animés pour la télévision les moins chers et ces *animes* furent achetés en masse, souvent sans souci de la différence entre le type d'audience auquel ils étaient initialement destinés par leurs auteurs et celui que visaient les responsables de la programmation télévisuelle dans ces pays. Ce décalage déboucha alors sur de nombreuses polémiques à propos de la nature de ces contenus, jugée néfaste pour la jeunesse. Ainsi, sous la pression conjuguée de changements dans le marché télévisuel, des lois protectionnistes de l'Union Européenne et des protestations répétées d'associations citoyennes, ces séries disparurent presque complètement des écrans à partir de 1995[1]. Cependant, au cours de la même période, se développait un marché de niche dans le secteur de la vidéo, avec des entreprises spécialisées dans l'édition d'*animes*, telles qu'Anime Virtual (France, Allemagne), Dynamic (Italie) ou Manga (Angleterre, France). L'adoption généralisée du DVD à partir de 2003, ainsi que la diffusion, par les critiques autorisées et les journalistes, d'une image plus positive des productions animées nippones, notamment grâce aux succès des films de Hayao Myazaki (*Princesse Mononoke* et *Le voyage de Chihiro*), ont encouragé ces maisons d'édition à enrichir et diversifier leur offre. Si certains gros succès internationaux, tels que *Pokémon*, *Yu-Gi-Oh*, *Naruto* ou *One Piece*, sont toujours diffusés à la télévision, essentiellement sur des chaînes privées, souvent numériques et destinées aux enfants, de nombreux *animes* arrivent aujourd'hui en Occident en DVD, lequel est devenu le principal mode d'accès légal à ces productions pour les publics en dehors du Japon. De plus, depuis quelques années, certaines de ces séries sont programmées à la télévision, mais après avoir été distribuées en DVD.

Sur la base de ce constat, il a été décidé d'étudier de plus près le rôle du DVD dans la circulation mondiale des *animes* et dans leur réception. Pour des raisons pratiques, cette thèse se limite à l'Europe et aux publics francophones et germanophones. Les premiers constituent un des trois plus grands marchés d'importation de ces produits[2]. La demande germanophone est beaucoup moins importante en termes de volume et de revenus commerciaux, mais elle se

---

[1] Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, Latina, Tunue, 2009, p. 22-24.
[2] Jean-Marie Bouissou, "Pourquoi le manga est-il devenu un produit culturel global?," *Esprit*, 2008, no. 7, p. 42.

caractérise par le dynamisme de ces publics, notamment sur le Web[3]. La raison de la concentration sur des aires linguistiques plutôt que sur des marchés purement nationaux se justifie par le fait que les produits DVD, contrairement aux éditions sur cassettes VHS qui étaient distribuées nationalement, sont commercialisés à l'intérieur de zones linguistiques et techniques. Ainsi, les éditions françaises et allemandes sont non seulement fréquemment réalisées par les mêmes sociétés spécialisées, notamment Kaze (ex-Anime Virtual), Dybex (liée à Dynamic Italia) et Beez, mais elles sont aussi vendues dans l'ensemble des pays de la zone 2 parlant ces langues, c'est-à-dire en France et en Allemagne, mais aussi en Belgique, en Suisse, au Liechtenstein et en Autriche.

Problématique : les *animes* et la démédiation télévisuelle

Cependant, quel est l'intérêt d'étudier la réception des *animes* alors qu'ils ne constituent aujourd'hui plus qu'un marché de niche et que les séries nord-américaines remportent toujours autant de succès[4], occupant de bien plus larges espaces sur les rayonnages de DVD[5] dans les magasins ? Plusieurs raisons peuvent justifier cet intérêt, dont le poids commercial malgré tout important de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel ainsi que son influence esthétique sur les productions audiovisuelles au niveau mondial. Mais, ce qui distingue particulièrement les *animes* récents, du reste des séries TV circulant en Europe, est le fait qu'ils ne bénéficient souvent pas d'une diffusion télévisuelle avant d'être édités pour le marché de la vidéo. En effet, la plupart d'entre eux, qui ne peuvent être diffusés auprès de la catégorie d'âge traditionnellement associée avec le dessin animé en Occident, à savoir les 7-12 ans, sont vendus directement en DVD. Si les *animes* en DVD rencontrent un succès suffisant, il arrive qu'ils soient alors diffusés à la télévision. Cela permet de relancer l'intérêt pour une franchise, parfois longtemps après sa sortie sur le marché de la vidéo.

Or, de même que la distribution en salles obscures constitue, depuis les années 80, une étape commerciale pour promouvoir le produit fini, la sortie du film en vidéogramme, la diffusion à la télévision permet de tester une série auprès de publics ciblés et de considérer s'il vaut la peine de prévoir une édition DVD. Simultanément, cette succession d'étapes donne l'occasion

---

[3] Jean-Marie Bouissou, Marco Pellitteri, Bernd Dolle-Weinkauff, and Ariane Beldi, "Manga in Europe: A Short Study of Market and Fandom," *in* Toni Johnson-Woods (dir.), *Manga, An Anthology of Global and Cultural Perspectives*, Auckland, NZ, Continuum, 2010, p. 254-255.

[4] Nicolas Besson, Benoît Danard, et Caroline Jeanneau, *La diffusion de la fiction à la télévision en 2010*, 2011, p. 5.

[5] Nicolas Besson, Corisandre Bonnin, Benoît Danard, Martine Doré, Sophie Jardillier, Caroline Jeanneau, Clément Malherbe, et Cindy Pierron, *Le marché de la vidéo*, 2010, p. 11.

aux téléspectateurs de se faire une idée de ces récits et de décider de les acheter sous la forme d'un produit vidéographique ou pas. Le cas des *animes* pourrait alors assez bien illustrer la thèse de la « démédiation » de Jean-Louis Missika (2006)[6], c'est-à-dire une rupture du lien commercial et technologique originel entre une production et le média auquel il est associé. Cette dissociation résulte d'une recomposition de la configuration articulant contenant et contenu ou contenant et réseaux, remettant en cause le modèle économique de divers secteurs[7]. Dans ce cas-ci, la démédiation des *animes* supposent leur extraction du média télévision qui leur a donné naissance pour les faire passer dans un autre domaine médiatique, celui du marché de la vidéo. Ainsi, la majorité des *animes* arrivent en Europe, non pas sous la forme d'un rendez-vous télévisuel régulier, mais en tant que produits éditoriaux, dont le contenu vient de l'autre bout du monde et est adapté aux attentes attribuées au public. La problématique suivante se pose alors : comment cette forme de « démédiation » influe-t-elle la manière dont les publics suivent ces séries TV d'animation japonaise au fur et à mesure que leurs épisodes sont édités et distribués sous forme vidéographique ? Pour y répondre, il faut s'intéresser à ce qui se passe, au niveau socio-technique, lorsqu'une série TV est transformée en produit éditorial DVD.

Peut-être est-ce à cause de la brièveté annoncée de sa destinée, mais le DVD a été relativement peu étudié jusque-là. De plus, la plupart des études portent sur son rôle en tant que successeur numérique de la cassette vidéo VHS pour l'industrie du cinéma, mais presque pas en tant que véhicule de séries TV. Il apparaît qu'il n'existe que deux articles portant spécifiquement sur les DVD de fictions sérialisées[8], et un seul qui traite de la réception des *anime*s[9], l'un et l'autre se concentrant sur le contexte nord-américain. Pourtant, les auteurs qui se sont penchés sur ce vidéogramme (entre autre Pierre Molinier[10]; Aaron Barlow[11]; Pat Brereton[12]; ainsi que James Bennett et Tom Brown[13]) estiment que le DVD constitue un élément important de la digitalisation de l'audiovisuel, notamment du point de vue de ce que l'on pourrait appeler le

---

[6] Jean-Louis Missika, *La fin de la télévision* , Paris, Seuil, 2006, p. 39.
[7] *Ibid*., p. 59.
[8] Derek Kompare, "Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconception of Television," *Television & New Media*, 2006, vol. 7, no. 4, p. 335-360.
[9] Laurie Cubbison, "Anime Fans, DVDs, and the Authentic Text," *The Velvet Light Trap*, 2005, vol. 56, no. 1, p. 45-57.
[10] Pierre Molinier, "Le DVD cinéma , une machine à communiquer internationalisée," Université de Montpellier III, Campus de Bézier, Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC).
[11] Aaron Barlow, *The DVD Revolution: Movies, Culture and Technology*, Praeger Publishers, 2004.
[12] Pat Brereton and Barbara O'Connor, "Pleasure and Pedagogy: The Consumption of DVD Add-Ons Among Irish Teenagers," *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, May 2007, vol. 13, no. 2, p. 143-155.
[13] Bennett J. and T. Brown (dir.), *Film and Television After DVD*, London, New York, Routledge, 2008.

« *repackaging* » ou « re-conditionnement » médiatique. Ce néologisme désigne la transformation éditoriale d'un contenu en vue de son ajustement à un environnement de commercialisation et de pratiques différentes de ce à quoi il était initialement destiné.

Cette démarche n'est pas nouvelle ni même strictement liée au DVD, puisqu'elle remonte déjà à la fin du 19ème siècle, avec l'adaptation en roman de feuilletons diffusés dans la presse écrite ainsi que les premiers enregistrements musicaux, permettant d'écouter chez soi et à sa convenance, le contenu de performances publiques, notamment des opéras. Cette reconversion de contenus constitue l'un des fils qui relient trois types différents de divertissement : l'industrie du spectacle, c'est-à-dire, l'opéra, le théâtre, les concerts de musique populaire et le cinéma ; ce que Patrice Flichy (1991) appelle les « *industries de flot* », à savoir la presse écrite, la radio- et la télédiffusion ; et celles des « *marchandises culturelles* », soit tout produit éditorial vendu à l'unité[14] comme les livres, les cassettes audio, les logiciels en CD ou les films en DVD.

Depuis les années 50, les secteurs du cinéma et de la télévision se sont retrouvés associés dans une chaîne de transformation de contenus audiovisuels permettant à un film d'être d'abord distribué en salles, avant d'être diffusé à la télévision. Ce transfert nécessitait alors toutes sortes de manipulations aussi bien esthétiques que techniques (notamment le « *pan to scan* », honni des cinéphiles, consistant à recadrer l'image originale afin de l'adapter à la taille de l'écran du poste de télévision), mais aussi commerciales et marketing[15]. A partir des années 80, l'adoption de la cassette vidéo préenregistrée a permis de re-conditionner encore une fois les films de cinéma, les faisant passer cette fois dans le secteur des marchandises culturelles, et ajoutant ainsi une nouvelle étape commerciale dans la carrière de ces productions.

Progressivement, les producteurs de contenus télévisuels ont essayé de les vendre directement aux spectateurs, mais la technologie de la cassette vidéo posait toutes sortes de contraintes, notamment techniques et matérielles, qui ont empêché ce marché spécifique de se développer jusqu'à la fin des années 90. Cependant, le DVD, grâce à sa capacité de stockage dans un objet de petite taille et de qualité, ainsi qu'au coût réduit de son pressage, a permis de proposer des séries TV dans des produits vidéographiques tangibles et solides[16]. Le cas des *anime*s importés

---

[14] Patrice Flichy, *Les industries de l'imaginaire*, 2nde édition., Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble (PUG), 1991, p. 37-38.
[15] Aaron Barlow, *The DVD Revolution*, *op. cit.*, p. 8-9.
[16] Derek Kompare, "Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconception of Television," *op. cit.*, p. 339.

en Europe sous forme de produits DVD fait émerger en plus un aspect du processus de re-conditionnement spécifiquement lié aux contraintes imposées par la nécessité de faire passer ces séries d'un contexte national et socio-culturel à un autre. En effet, il existe un hiatus entre l'industrie télévisuelle japonaise, qui donne naissance à ces séries, et les publics d'*anime*s en Europe, comblé en partie par les éditeurs européens. En d'autres termes, ce n'est pas l'industrie japonaise de la télévision qui vend ses produits directement aux publics du vieux continent, mais des acteurs économiques extérieurs à celle-ci, bien qu'ils lui soient liés par des contrats d'achats de droits d'adaptation, de reproduction et de distribution. Mais alors, comment le re-conditionnement des *animes* en produits DVD est-il perçu par leurs destinataires en Europe ? La réponse à cette question réside dans la manière dont ceux-ci évaluent les éditions DVD sur lesquels voyagent ces séries ainsi que le rôle qu'ils leur attribuent dans le suivi de celles-ci, alors qu'existe une offre conséquente de moyens légaux, mais surtout illégaux, d'accès à ces contenus, comme les copies pirates à télécharger sur le Web ou distribuées sur des CD vidéo. En effet, on peut considérer que le choix de regarder un *anime* en DVD, plutôt qu'en fichiers téléchargés sur un disque dur, par exemple, atteste une forme d'audienciation spécifique, basée sur l'attente d'une expérience particulière.

Cependant, les *animes* étant, pour la plupart, des adaptations pour la télévision de *mangas* ou de jeux vidéo, ils s'inscrivent aussi dans une stratégie commerciale déclinant un même univers fictionnel en diverses versions médiatiques, mettant à contribution plusieurs secteurs (télévision, édition vidéo, jeux vidéo, la presse écrite, l'industrie du livre, etc.), dont il faut tenir compte. Cette collaboration entre domaines industriels se manifeste par ce que des auteurs comme Henry Jenkins (2006) ont appelé le *transmédia*[17]. Ce concept, qui sera développé plus loin (section 2.2.1. Des publics-usagers face aux démarches transmédia partielles ou totales de l'industrie, au chapitre 1), vise à saisir les processus par lesquels un récit, fictif ou réel, est adapté pour différents véhicules médiatiques, de manière à produire une sorte de narration cohérente, dont chaque version (*manga*, *anime*, jeu vidéo, film d'animation, film en prises de vues réelles, site Web, CD de musique, etc.) constitue un point d'entrée spécifique. Dans cette perspective, on peut considérer les *animes* comme un élément parmi d'autres d'un tout transmédia et le passage d'un contenu donné, ici des séries TV, d'un secteur à un autre, c'est-à-dire, dans ce cas, de la télévision au marché de la vidéo, comme une forme de transmédialité partielle. On peut alors se demander s'il y a un lien, pour les

[17] Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, NYU Press, 2006, p. 95-96.

destinataires de ces produits, entre collection d'*animes* en DVD et collection de contenus sérialisés et déclinés en plusieurs versions médiatique.

Hypothèse : La ciné-vidéophilie, entre œuvres télévisuelles et œuvres audiovisuelles

Les discours ayant accompagné la diffusion et l'appropriation du DVD en ont fait une technologie permettant notamment de compenser les lacunes des cassettes vidéo préenregistrées pour l'industrie du cinéma. Associé aux grands écrans plats, auxquels s'ajoute parfois une installation sonore dite « *surround* », c'est-à-dire un son enveloppant le téléspectateur, le DVD promettait alors une expérience audiovisuelle presque parfaite. Le rêve du « *home cinema* » ou du « cinéma domestique » serait alors devenu partiellement réalité, permettant, moyennant une dépense d'une certaine importance, d'apprécier un film chez soi dans des conditions se rapprochant de celles d'une salle de cinéma, dans une logique commerciale reprenant alors, du moins en apparence, les exigences de ceux qui se réclament d'une forme d'audienciation spécifique et élitiste : la « cinéphilie »[18].

En effet, les modalités d'édition du DVD correspondent à un certain nombre d'attentes typiques des cinéphiles désireux de collectionner des œuvres cinématographiques chez eux, dans les meilleures conditions possibles de qualité audiovisuelle, compte tenu des limitations persistantes des dispositifs techniques domestiques. De plus, outre un traitement supérieur du son et de l'image, les larges capacités de stockage du disque optique fournissent l'espace nécessaire à l'ajout de reportages, d'entretiens, et d'autres informations sur les conditions de réalisation de l'œuvre, de manière à satisfaire les besoins de connaissances encyclopédiques de ces publics. Enfin, la possibilité de contenir plusieurs versions linguistiques est supposée faire du DVD la technologie de livraison idéale pour réconcilier les partisans des bandes originales sous-titrées et ceux qui préfèrent les dialogues doublés dans leur propre langue[19].

Cependant, le DVD se présente aussi comme un héritier de la cassette vidéo utilisée pour enregistrer des programmes télévisuels, afin d'échapper partiellement aux contraintes de la grille horaire des chaînes et d'en extraire les morceaux préférés du téléspectateur, et cela à bas

---

[18] Barbara Klinger, "The DVD Cinephiles: Viewing Heritage and Home Film Cultures," *in Film and Television after DVD*, New York, Routledge, 2008, p. 19-44.
[19] Abe Mark Nornes, *Cinema Babel*, *op. cit.*, p. 233-234.

coût. En ce sens, pour le « vidéophile », adepte des archives vidéographiques personnelles[20], cette technologie de livraison vidéo devrait grandement faciliter la possession de longs récits, sans encombrer totalement l'espace disponible sur ses étagères, ni le ruiner financièrement, résolvant ainsi un des problèmes rencontrés auparavant avec les cassettes vidéo[21].

Lorsque des séries TV sont éditées en DVD, notamment dans des coffrets regroupant des saisons entières, on peut considérer qu'elles sont transformées en « marchandises culturelles ». De plus, grâce aux avantages du DVD tels que définis par des critères de cinéphiles, on peut estimer alors que le re-conditionnement mène à un changement du statut socio-culturel de ces programmes télévisés. En effet, de contenus de divertissement pur et de seconde zone, à ne regarder qu'une seule fois, au moment de leur diffusion télévisuelle, ces séries deviendraient, une fois pressées sur DVD, des produits éditoriaux à préserver, voire à collectionner, grâce à un support optique durable et garantissant un excellent rendu audiovisuel. En d'autres termes, les discours d'accompagnement de la commercialisation du DVD, en s'appliquant aux séries TV, pourraient-ils les transformer en « œuvres » ? Pour ce qui y est spécifiquement des *animes*, arrivant majoritairement en Europe sous forme de produits vidéographiques, se pourrait-il que ce re-conditionnement mène à une perception de ces récits comme totalement détachés de leur environnement médiatique d'origine, à savoir la télévision ? Dans ce cas, le processus de « démédiation »[22], serait ici alors presque complet.

On peut ainsi poser l'hypothèse que les éditions DVD jouent un rôle dans l'encouragement à des formes d'audienciation et des usages de technologie vidéographiques autrefois distinctes, proposant à des amateurs de séries TV d'adopter une attitude hybride oscillant entre cinéphilie et vidéophilie que l'on pourrait alors qualifier de « ciné-vidéophilie ». Cette hypothèse comporte deux conséquences à explorer. La première concerne l'idée même que les éditions DVD permettraient de transformer les séries TV en « œuvres », c'est-à-dire en textes finis mais potentiellement très longs et découpés en épisodes à collectionner dans un objet durable[23]. Cela signifierait alors que ces publics adopteraient des attitudes caractéristiques de la cinéphilie, mais appliquées à des contenus qui, jusqu'au milieu des années 90, restaient

---

[20] Glyn Davis, "A Taste for Leeches! DVDs, Audience Configurations, and Generic Hybridity," *in Film and Television after DVD*, New York, Routledge, 2008, p. 45-62. Kim Bjarkman, "To Have and to Hold: The Video Collector 's Relationship with an Ethereal Medium," *Television & New Media*, 2004, vol. 5, no. 3, p. 217-246.
[21] Derek Kompare, "Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconception of Television," *op. cit.*, p. 339.
[22] Jean-Louis Missika, *La fin de la télévision* , *op. cit.*, p. 45.
[23] Laurie Cubbison, "Anime Fans, DVDs, and the Authentic Text," *op. cit.*, p. 45.

plutôt du domaine de la vidéophilie, notamment le désir d'archiver les séries favorites. Ils oscilleraient donc entre deux pôles.

Il en découlerait alors que, suivant que les discours des publics d'animes mettent l'accent sur le lien entre la série et le milieu médiatique duquel elle est tirée, c'est-à-dire la télévision, faisant de la série éditée en DVD une "œuvre télévisuelle", ou, au contraire, qu'ils tendent à les dissocier, la considérant plutôt comme une "œuvre audiovisuelle", on parlerait d'une ciné-vidéophilie penchant respectivement plutôt vers la vidéophilie ou vers la cinéphilie. Comme le contexte actuel est à la multiplication des technologies de livraison et des canaux de diffusion/transmission ainsi que des périphériques de lecture et d'affichage, il est probable que ces pratiques s'étalent sur une palette s'étalant entre ces deux pôles.

Une étude croisant la sociologie de la réception et des usages

Le DVD est né dans un environnement industriel façonné par trois évolutions sociales, commerciales et technologiques qui répondent à des transformations dans les pratiques aussi bien des acteurs économiques que des destinataires de leurs produits. Ces trois grandes tendances constituent la toile théorique de fond de cette recherche.

Il s'agit tout d'abord de la fragmentation des audiences télévisuelles en de multiples profils sociodémographiques progressivement identifiés depuis les années 70 et ayant favorisé une offre enrichie et un choix de programmes élargis, qui, en retour, sous l'impulsion de l'injonction à une innovation constante, a encouragé un marketing toujours plus affiné. C'est ainsi que, depuis près de quatre décennies, nous assistons à un accroissement continu du nombre de chaînes de télévision[24].

D'autre part, les acteurs industriels ont cherché à étendre leurs activités au-delà de leur marché d'origine, conduisant à une globalisation de la circulation de certains contenus, tels que les films de cinéma, mais aussi les séries TV et des « formules » d'émission de divertissement télévisé. Tel est le cas du cinéma hollywoodien, puis des chaînes de télévision états-uniennes qui, dès leurs débuts, ont cherché à vendre leurs productions dans le monde entier. Mais, d'autres pays rayonnent également au-delà de leurs frontières grâce à leurs produits audiovisuels, tels que le Brésil et le Mexique dans les aires lusophones et hispaniques, ou, dans le cas qui nous intéresse particulièrement, le Japon. Comme le montrent les études sur

[24] Jean-Louis Missika, *La fin de la télévision* , *op. cit.*, p. 27.

l'exportation du divertissement populaire japonais (Koichi Iwabuchi[25]; Joseph Tobin et al[26]; Anne Allison[27]; Marco Pellitteri[28]), celle-ci n'a pas résulté d'une volonté politico-industrielle nippone, mais d'une demande pour des productions bon marché de la part d'acteurs économiques d'autres pays, notamment Taiwan, Hong Kong, Singapour, la Thaïlande, en Asie, l'Italie, la France, l'Espagne et l'Allemagne, en Europe, les USA et les pays d'Amérique latine.

Enfin, la digitalisation progressive de la télédistribution et des télécommunications a fait miroiter un idéal de convergence des activités industrielles de production, d'édition et de circulation des contenus sur l'ensemble des véhicules médiatiques disponibles (Ronan Lunven & Thierry Vedel[29]; Frédéric Barbier & Catherine Bertho Lavenir[30]). Mais, si les tentatives d'atteindre cette intégration économique de secteurs aussi divers que la télévision, le cinéma, Internet, la téléphonie et l'informatique ont pour la plupart échoué ou en sont restées à des stades intermédiaires, elles ont par contre contribué à accélérer le procédé commercial, technique et socio-culturel du « re-conditionnement » médiatique, tel qu'il se manifeste dans l'édition en DVD de séries TV comme les *animes*.

La convergence entre l'évolution commerciale de la circulation mondiale de séries TV comme les *animes* et l'usage du DVD comme principal vidéogramme ne résulte donc pas d'une simple coïncidence technosociale. Certes, le regain d'intérêt pour ces séries en Europe n'est pas dû uniquement à l'arrivée du DVD. Mais, si l'on considère, comme Abé Mark Nornes (2007), que la circulation internationale de contenus constitue une affaire de traduction et de réception, la question de leurs véhicules et du chemin emprunté est alors soulevée[31].

Le DVD s'inscrit dans la continuité des pratiques, d'une part de collections privées de films, et d'autre part, de sauvegarde de programmes télévisuels, notamment les séries, dans des

---

[25] Koichi Iwabuchi, *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*, Durham, NC, Duke University Press, 2002.
[26] Joseph Tobin (dir.), *Pikachu's Global Adventure: The Rise and Fall of Pokémon*, Duke University Press Books, 2004.
[27] Anne Allison, *Millennial Monsters: Japanese Toys and the Global Imagination*, Berkeley, CA, University of California Press, 2006.
[28] Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*
[29] Ronan Lunven et Thierry Vedel, *La télévision de demain*, Paris, Armand Colin, 1993.
[30] Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des médias : De Diderot à Internet* , 3ème édition, Paris, Armand Colin, 2003.
[31] Abe Mark Nornes, *Cinema Babel: Translating Global Cinema*, Mineapolis, London, University of Minnesota Press, 2007, p. 4.

archives personnelles, généralement désignées par le terme "vidéothèques". A première vue, le DVD ne semble se distinguer de la cassette vidéo qu'en degré et non pas en nature (plus grande capacité de stockage, plus solide et forme matérielle plus compacte). Cependant, son interface digitale, imitant le fonctionnement d'une page Web, le place dans une autre catégorie technologique, celle du numérique, caractérisée par des utilisations spécifiques, notamment la sélection et la direction par pointage ainsi que l'organisation du contenu sous forme de banque de données, dans lesquelles il est possible de « naviguer » grâce à des liens hypertextuels.

De plus, les discours sociotechniques ayant accompagné la commercialisation du DVD ont fait émerger des attentes vis-à-vis de cette technologie de livraison qui diffèrent en partie de celles qui se manifestaient à l'égard des cassettes VHS. En effet, en sus de la promesse d'une nette amélioration des expériences sensorielles grâce à une qualité supérieure de son et d'image, ils ont aussi prétendu ouvrir de nouvelles perspectives liées à ce qui a été souvent présenté comme le miracle numérique. Parmi ces idéaux, on trouve celui de l'interaction immédiate avec le contenu et du contrôle total de son expérience, de l'ubiquité (possibilité d'utilisation partout et n'importe quand), de la convergence de contenus dans un même produit et l'idée d'une expérience commune globale[32].

Pour comprendre comment les DVD d'*animes* sont perçus, il convient ainsi de distinguer deux éléments constitutifs de ces produits commerciaux : d'une part le contenu, et d'autre part le contenant. Avec la dématérialisation numérique des codes de communication, c'est-à-dire leur réduction à un langage binaire commun fait de paquets de 0 et de 1, les associations entre contenus et supports ne sont plus systématiques ni même obligatoires. Le produit DVD se compose en général d'un contenu principal, ici les épisodes d'un *anime*, et de contenus additionnels de diverses natures, mais le plus souvent participant d'une démarche promotionnelle. Le DVD lui-même consiste en un disque optique et une interface numérique. Pour cette raison, ce travail se déploie sur deux grands axes théoriques issus des sciences de l'information et de la communication (SIC) : les études de la réception (contenu) et les recherches sur les usages (des technologies – le contenant).

Les études de réception, qui constituent un pan important des SIC depuis deux décennies, permettent d'appréhender la question de la fragmentation des audiences et de la circulation mondiale de contenus télévisuels. La réception peut se comprendre de multiples manières,

---

[32] Aaron Barlow, *The DVD Revolution*, *op. cit.*, p. 48-49.

mais, dans le cas du divertissement audiovisuel, les auteurs s'entendent pour la concevoir comme une recherche de plaisir, qu'il soit de nature émotionnelle, sensorielle ou intellectuelle[33]. Daniel Dayan[34] définit l'audience non pas comme une entité préexistante, mais comme le résultat d'un acte : l' « *audienciation* » ou le fait de se constituer en audience, c'est-à-dire de se reconnaître comme appartenant à un groupe diasporique imaginaire (et plus ou moins synchronisé dans le temps), caractérisé par des pratiques communes. Dans le cas de cette thèse, cette audienciation se manifeste par les discours sur ce qui constitue un *anime* et plus particulièrement un bon *anime* et sur les meilleurs moyens de les apprécier. Ce processus autoréflexif dépend aussi en partie des discours ambiants, notamment en provenance de personnes ou d'institutions faisant autorité dans le cercle restreint ou plus élargi de ces individus. Bien que les discours sur les *animes* se soient beaucoup adoucis et nuancés depuis la fin des grandes polémiques des années 80 (cf., par exemple, *Le ras-le-bol des bébés zappeurs*, publié en 1989 par Ségolène Royal), il n'en reste pas moins que se revendiquer amateur d'*animes* n'est pas toujours facile. De plus, au sein de ces publics se développent diverses manières d'évaluer ces séries TV, notamment en fonction de leurs genres, un élément de leur qualification et de l'identification des audiences ciblées.

Les recherches sur les usages permettent, elles, d'aborder la manière dont les gens intègrent dans leur quotidien les multiples outils qui leur sont proposés (ou imposés) pour mener à bien leurs tâches personnelles et professionnelles. Elles s'intéressent tout particulièrement à la manière dont les « *usagers* » se confrontent aux possibilités et à l'utilité qui sont attribuées aux technologies, mais aussi aux contraintes qu'elles imposent à ceux qui s'en servent[35]. Dans le cadre de la numérisation des divers modes de transport médiatique, elle fournit des instruments de description de l'insertion des technologies numériques dans les pratiques des industriels et des destinataires de leurs produits, en évitant de tomber dans le piège du déterminisme technologique ou social, tout particulièrement à l'ère de la démultiplication des périphériques de réception/consultation et d'affichage (écrans en tous genres)[36].

---

[33] Dominique Pasquier et Daniel Cefaï, *Les sens du public : Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses Universitaires de France - PUF, 2004.
[34] Daniel Dayan, "Le double corps du spectateur," *in* Serge Proulx (dir.), *Accusé de réception: Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, Paris, L'Harmattan, 1998, p. 175-191.
[35] Jacques Perriault, *La logique de l'usage : Essai sur les machines à communiquer*, Paris, L'Harmattan, 2008, p. 205.
[36] Philippe Breton et Serge Proulx, *L'explosion de la communication : Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*, Paris, Editions La Découverte, 2006, p. 255.

Dominique Bouillier (1994)[37] propose une approche permettant d'articuler ces deux domaines théoriques de manière à faire ressortir les modalités d'appropriation d'une technologie médiatique, dans le cadre de pratiques spécifiques relevant des SIC. Il estime ainsi que le téléspectateur peut endosser tour à tour ou même simultanément divers rôles : récepteur, consommateur, usager et utilisateur. Le récepteur émerge dans les discours d'évaluation du contenu, le consommateur dans ses choix d'achats en fonction de normes sociales, l'usager dans le jugement de sa maîtrise de cette technologie et l'utilisateur dans ses choix techniques définis par des normes d'emploi. En étudiant la manière dont ces diverses figures émergent des discours des amateurs d'*animes*, il devient possible d'évaluer le rôle joué par le DVD dans leur réception de ces séries TV.

Méthodologie : Analyse de contenu de commentaires sur le Web

Cette thèse vise à faire ressortir une palette de pratiques relevant de la ciné-vidéophilie dans le cadre spécifique du suivi des *animes* dans les domaines francophone et germanophone en fonction des réactions aux processus de leur re-conditionnement en produit éditorial. L'étude des discours des amateurs d'*animes* devrait permettre d'éclairer leurs perceptions des idéaux socio-technologiques associés au DVD en fonction de leurs expériences concrètes. Dans cette optique, les SIC ont adopté plusieurs approches méthodologiques issues des diverses disciplines qui les constituent, dont notamment les entretiens, ouverts, fermés ou semi-ouverts, ainsi que des enquêtes sous forme d'observation-participation, mais compte tenu du temps imparti et des contraintes matérielles, un terrain sur le Web a été préféré. Si un tel choix comporte de nombreux désavantages, dont notamment le problème de l'anonymat, souvent total, ne permettant pas de situer socio-démographiquement et culturellement les personnes qui s'expriment, il offre néanmoins un avantage important: celui d'accéder à des discours qui ne sont pas affectés par la présence du chercheur et qui n'ont pas été sélectionnés à partir de catégories créées *a priori*, un piège récurrent dans ce genre de recherche. Alexis Blanchet, dans son travail sur la DVDphilie et les films de cinéma édités en DVD en France[38], propose d'analyser les discours des clients de sites Web d'achats de DVD ainsi que les interventions de membres de fora en ligne spécialisés. Il s'agit donc d'étudier les commentaires laissés par les clients de site comme Amazon ou la FNAC, ainsi que les interventions de membres de

---

[37] Dominique Boullier, "Construire le téléspectateur: récepteur, consommateur ou citoyen?," *in Médias et nouvelles technologies: Pour une socio-politique des usages*, Rennes, Apogées, 1994, p. 63-74.

[38] Alexis Blanchet, *Les films de cinéma à l'épreuve de la DVDphilie: que recherche le DVDphile?*, http://www.omnsh.org/spip.php?article118, consulté le 31 août 2009.

sites de discussions. Il a été décidé d'utiliser une méthode analogue, mais dans le but de dégager un certain nombre de discours sur le rôle des DVD dans le suivi d'*animes* et sur le travail des éditeurs. Il s'agira alors d'essayer de définir différentes catégories de discours concernant les éléments-clé de cette recherche, à savoir :

- Les modalités d'audienciation par rapport aux produits issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel et donc les perceptions de celle-ci qui ressortent de ces discours.
- Les modalités d'accès aux *animes* et donc la place attribuée aux dispositifs vidéographiques dont le DVD, dans le suivi de ces séries par rapport à d'autres dispositifs médiatiques.
- Les attentes des publics d'*animes* par rapport à leurs éditions DVD et les usages qui émergent de leurs discours.

Ces trois axes constituent le fil rouge de l'étude de terrain et servent à définir la grille d'analyse des discours recueillis au cours de celui-ci, dans la seconde partie de ce travail.

La fragmentation des audiences impose de distinguer entre divers types d'approche des *animes*, notamment celles qui se focalisent plus sur l'aspect technique de l'expérience ou, au contraire, l'ignorent totalement, pour se concentrer sur des récits souvent déclinés en plusieurs versions médiatiques. Il n'est donc pas possible de se limiter aux sites regroupant uniquement des fans d'*animes*, ou même de DVD d'*animes* (qui sont assez rares d'ailleurs). Pour accéder à une plus large palette de modalités d'audienciation, d'accès médiatique et d'usages technologiques, il a été décidé de faire ce terrain sur des sites s'adressant à divers publics, plus ou moins spécialisés soit dans l'aspect technique, soit dans les récits à la base de ces séries. Ces sites sont classés selon leur fonction (vente, magazine d'information, forum, critique) et les objets concernés. Les sites sélectionnés portent ainsi soit sur le produit DVD d'*anime*, soit sur la technologie DVD, soit sur les univers narratifs dont sont issus les *animes* sélectionnés et visent alternativement des consommateurs, des publics d'*animes* à l'assiduité variable et des usagers de DVD à la recherche d'une expérience audiovisuelle spécifique.

Comme cette approche se limite à des sites Web, elle fait émerger des audiences spécifiques, c'est-à-dire des internautes, qui peuvent être d'abord soit des consommateurs (sites de vente de détails), soit des récepteurs plus ou moins assidus (sites de magazines/forums et de critiques d'*animes*, sites de vente de produits issus de l'industrie japonaise du divertissement

audiovisuel), soit des utilisateurs, voire des usagers de DVD (sites de critique de DVD et de DVD d'*animes*). Les conclusions de cette recherche ne pourront donc pas être étendues à l'ensemble des audiences visées par les distributeurs et diffuseurs d'*animes* en Europe. Il est ainsi presque certains que les plus jeunes, qui constituent une bonne part des amateurs de séries pour enfants très populaires et diffusées mondialement, telles que *Pokémon*, *Naruto* ou *Yu-Gi-Oh*, échappent complètement au radar de cette recherche, dans la mesure où ils sont probablement rares à s'exprimer sur ces sites Web. Il est aussi possible qu'elle introduise un biais de maîtrise technologique, puisque les commentaires recueillis viennent de gens qui sont des usagers du Web et donc probablement plus avertis des fonctionnalités d'un DVD, dont l'interface imite justement une page Web, que certains usagers plus jeunes ou plus âgés, qui ne passent que très peu de temps sur la toile, voire y sont complètement réfractaires.

Par contre, c'est probablement sur ce terrain que l'on a le plus de chance de découvrir des propos concernant d'autres modes numériques d'accès aux *animes*, tels que le téléchargement ou le visionnement sur des sites dits pirates, puisque l'on reste dans le même dispositif technologique. Les publics et usagers qui se manifestent dans cette étude sont donc d'abord des internautes, au bénéfice d'un minimum de compétences en matière de manipulation d'outils digitaux. Du fait de l'anonymat qui prédomine sur ce genre de terrain, on ne sait pratiquement rien de leur bagage socio-économique et culturel, ni même exactement d'où ils viennent. La recherche se focalise donc sur les discours d'audienciation, d'accès et d'usages qui émergent des divers types de sites Web considérés, ce qui permet alors de décrire les publics et usagers qui s'affichent dans cet espace socio-culturel et économique qu'est le Web.

Bien que très partielle, puisque limitée à quelques « lieux » de l'espace virtuel du Net, cette approche devrait permettre de voir à quel point les discours sociotechniques d'accompagnement du DVD trouvent un écho chez ceux qui l'utilisent dans un cadre spécifique, celui du suivi de séries TV produites à l'étranger et pour qui le DVD devient alors un véhicule leur apportant un morceau de culture populaire, issu d'un cadre socio-culturel différent du leur, mais néanmoins connecté à celui-ci par les liens de la globalisation industrielle.

Structure du travail de thèse

Cette recherche suit un cheminement classique, allant de la description de l'approche et du contexte sociologique de la problématique, dans la première partie, à l'analyse des données recueillies au cours de la recherche de terrain dans la seconde partie.

La première partie se structure aussi selon un schéma habituel, en entonnoir, partant du plus général pour aboutir aux aspects les plus spécifiques de la problématique. Le premier chapitre est ainsi consacré à la description du cadre théorique SIC dans lequel s'inscrit le questionnement sur le rôle du DVD dans la circulation et la réception des *animes*. Il commence par en poser les bases conceptuelles, soit la définition de l'expression "industries du divertissement audiovisuel" et de la nature sociotechnique du DVD. Il développe ensuite les trois grands tendances culturelles et technologiques traversant tout le travail, à savoir la fragmentation des publics et des usagers, le degré de globalisation de la circulation des contenus médiatiques et l'impact de l'adoption du numérique sur les pratiques actuelles des acteurs industriels et des destinataires de ces produits. Il souligne tout particulièrement la tension entre massification et individualisation, standardisation et personnalisation qui constitue une constante des stratégies marketing des industriels dans ce domaine.

Le deuxième chapitre poursuit cette réflexion en proposant un parcours diachronique de l'évolution des modalités d'audienciation depuis les débuts des industries du divertissement audiovisuel montrant le lien entre des évolutions sociétales comme le développement du foyer, lieu de refuge de la cellule familiale, puis la mise en réseau des individus chez eux ou en déplacements, et la personnalisation des pratiques, soutenue par la miniaturisation des technologies et le multi-équipement des individus. Ce résumé permet alors de situer le DVD dans les tentatives par les acteurs de l'industrie du divertissement audiovisuel de reconstituer des audiences de masse à partir de ces "fragments", en ayant recours à des technologies standardisées mais permettant de stocker plusieurs versions du même contenu afin de satisfaire diverses modalités d'audienciation.

Dans le troisième chapitre, la thèse traite de deux éléments-clés, à savoir la sérialisation et la transmédialité. Il débute avec une réflexion sur la nature-même de la logique sérielle et son application aux récits médiatiques, ainsi que sur le lien entre la sérialisation et la déclinaison des univers narratifs en de multiples versions médiatiques. Il se poursuit par un résumé de l'histoire de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel en soulignant le rôle de la

sérialisation et du transmédia dans le développement des particularités commerciales, mais aussi esthétiques et narratologiques de ces séries. Le chapitre se termine par un résumé diachronique de l'arrivée des *animes* et des *mangas* en Europe, en soulignant particulièrement la manière dont les spécificités de ces produits ont facilité leur circulation internationale et le rôle joué par les intermédiaires commerciaux européens.

La deuxième partie propose les analyses des pratiques de ciné-vidéophilie telles qu'elles se manifestent sur un certain nombre de sites Web différents. Elle débute classiquement par un chapitre introduisant plus en détails l'approche utilisée, soit l'analyse de contenu de commentaires d'internautes, reflétant différents types de publics. Celui-ci décrit notamment les trois grands axes de la grille de lecture évoquée ci-dessus en détaillant le rôle de chacun dans la description des pratiques de ciné-vidéophilie. Y sont aussi énoncées les modalités de sélection des sites Web et des univers narratifs, ainsi que la manière dont les commentaires ont été collectés et traités pour les analyses. Celles-ci se sont divisées en deux phases, la première étant traitée dans le chapitre 5, qui vise à donner les grands traits de la ciné-vidéophilie telle qu'elle émerge des thèmes qui ont été identifiés au cours d'une lecture approfondie, afin d'avoir une idée des diverses postures exprimées en termes d'audienciation, de modalités d'accès aux *animes* et d'usages du DVD. La seconde phase, qui propose d'interpréter ces données en fonction de leur cadre d'énonciation, soit le type de site Web dont elles sont issues, est détaillée dans le dernier chapitre. Bien que cette approche ne permette pas de resituer les propos des internautes du corpus dans leur propre contexte biographique et socio-culturel, elle les relie au moins à un espace social, certes virtuel, mais néanmoins défini par des critères spécifiques.

La conclusion permet, elle, de revenir sur l'ensemble de ce travail et de faire le point sur sa portée bien qu'elle soit limitée. En effet, comme on le verra, les difficultés rencontrées n'ont pas permis de répondre totalement à la problématique, mais les tentatives de surmonter ces obstacles ont généré des réflexions fructueuses sur l'évolution des considérations culturelles à propos des programmes télévisés et le rôle des processus de re-conditionnement en produits DVD dans l'amélioration de leur statut.

1ère Partie :

Les industries du divertissement audiovisuel sous la loupe des sciences de l'information et de la communication

Chapitre 1 : La réception et les usages du divertissement audiovisuel

1. Définitions de la notion d'industrie du divertissement audiovisuel et de DVD

1.1. Les industries du divertissement audiovisuel et les médias

La définition de la gigantesque nébuleuse industrielle qui génère aujourd'hui nos divertissements audiovisuels a toujours été assez ardue et il en existe de multiples désignations: industrie des médias, industries culturelles, *Entertainment industries*, industrie de l'audiovisuel, etc. Chacune de ces dénominations cherche à rendre compte de l'histoire complexe sociotechnique, culturelle et commerciale des producteurs des contenus audiovisuels que nous consommons sous diverses formes au quotidien. Ce flou sémantique généralisé provient non seulement de la multiplicité des activités économiques et commerciales, des savoir-faire techniques et intellectuels impliqués, mais aussi de la diversité des écoles théoriques et méthodologiques en sciences de l'information et de la communication (SIC) qui se sont attachées à étudier les multiples manifestations de ce que l'on appelle la culture de masse. L'approche d'Allen Scott (2000) rend compte de ce qui caractérise le mieux les industries qu'étudie cette recherche : outre qu'elles sont spécialisées dans le domaine de ce que l'on appelle communément la production intellectuelle, elles peuvent être aussi conçues comme l'ensemble des entreprises ou groupes d'entreprises actives dans la conception, la réalisation et la distribution de produits culturels, c'est-à-dire, investis d'une valeur symbolique dont l'enjeu importe plus au consommateur que son usage pratique[39]. En d'autres termes, les industries du divertissement résultent de l'articulation contractuelle, technologique et culturelle entre divers secteurs médiatiques, dans le but de produire du « divertissement », ce que les Anglo-Saxons appellent l'*Entertainment*, soit le plaisir immédiat, quel que soit sa nature.

---

[39] Allen J Scott, *The Cultural Economy of Cities (Theory, Culture and Society)*, 1ère ed., London; Thousand Oaks, California, Sage Publications Ltd, 2000, p. 31-32.

Dans le domaine médiatique, le mot anglais prend une signification particulière, celle de la « gratification », c'est-à-dire la satisfaction de certains besoins préexistants que retire une audience de son exposition à un contenu commercial conçu pour l'amuser, pour la détourner de ses soucis et lui offrir un moment de récréation[40]. Il s'agit donc, en français, de distraction ou de divertissement, une sorte de pause ou de parenthèses dans le cours de la vie, permettant de se reposer des difficultés du quotidien, sans avoir à faire de trop grands efforts de réflexion. Comme on le verra plus loin, cependant, la réception de ce genre de produits ne saurait se réduire uniquement à de la gratification émotionnelle, ni même à une posture intellectuelle ou physique passive.

L'évocation du concept de secteurs médiatiques fait émerger un autre obstacle sémantique. En effet, le terme « média » est tout aussi polysémique et particulièrement chargé de connotations, de symboles, d'imaginaires, d'espoirs et de craintes. Issu du latin, *medium*, mot qui a lui-même survécu jusqu'à nos jours dans le sens « de milieu », « centre », « au milieu de », voire d' « entre-deux », ou encore d' « environnement », le moins que l'on puisse dire, c'est que même dans les dictionnaires, sa signification se révèle très volatile. Régis Debray (2000), dans son *Introduction à la médiologie*, propose une approche éclairante permettant de décliner les multiples définitions de ce terme en se basant sur son éthymologie latine. Citant le fameux slogan de Marshall McLuhan (1964), « *The medium is the message* »[41], il souligne la confusion souvent faite entre différents niveaux de réalités, qui se retrouvent généralement de manière implicite dans les discours quotidiens sur les médias. Il en distingue quatre [42]:

- Le code (écriture, image, son, audiovisuel), qu'il désigne aussi sous l'expression « procédé général de symbolisation » ;
- La langue : le code social de communication, soit l'ensemble des références langagières et expressions communes à un groupe donné, comme par exemple le langage professionnel.
- Le support physique (pierre, parchemin, papier, disque optique) ;
- Le dispositif de diffusion (manuscrit, imprimerie, numérique) et le mode de circulation qui lui correspond.

---

[40] Dolf Zillmann and Peter Vorderer, "Preface," *in* Dolf Zillmann and Peter Vorderer (dir.), *Media Entertainment: The Psychology of Its Appeal*, Mahwah, NJ, Taylor & Francis, 2000, p. vii.
[41] Marshall McLuhan, *Understanding media: the extensions of man*, McGraw-Hill, 1964, p. 9.
[42] Régis Debray, *Introduction à la médiologie*, Paris, Presses Universitaires de France - PUF, 2000, p. 35.

Debray offre ici une approche qui souligne particulièrement la tension entre le matériel et les idées, la technologie et le contenu, ainsi que la question du milieu socioculturel qui permet à ces deux composantes de la communication et de la transmission (deux processus distincts selon lui, mais dont les termes sont souvent utilisés de façon interchangeable dans le langage courant) de s'articuler mutuellement. Cette approche pose comme principe l'influence de la matière, du corps sur ce qui est projeté hors de celui-ci, mais aussi du milieu culturel sur la survie du message une fois émis.

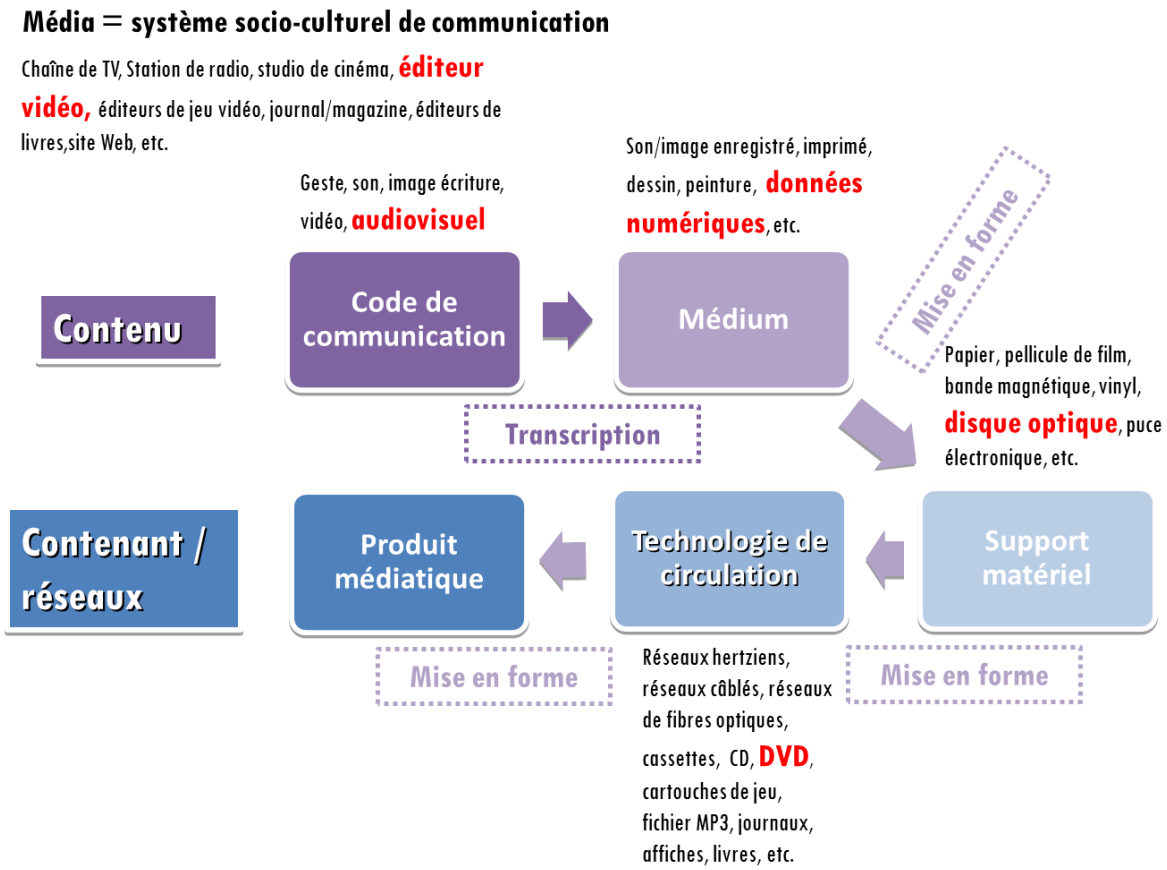
Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir (2003), dans l'introduction à leur ouvrage intitulé *Histoire des Médias: de Diderot à Internet* [43], précisent encore cette perspective en l'enracinant dans le terrain du socioculturel. Les médias constituent ainsi des systèmes sociaux de communication, basés sur des outils de conservation et de réactualisation de pratiques culturelles et politiques par la diffusion de messages et la transmission de savoirs. Dans un ouvrage contemporain, mais régulièrement mis à jour depuis une quinzaine d'années, Philippe Breton et Serge Proulx (2006) proposent une approche SIC similaire, mais plus restrictive, parlant de « transport de message ». Ce processus se réalise par l'addition d'un « moyen de communication » (le geste, l'oral, l'image, l'écriture) à un support, technologique ou naturel (l'air qui permet au son de la voix de se propager entre deux interlocuteurs en face-à-face, par exemple). La communication se définit alors comme une « mise en forme », qui détermine sa typologie, c'est-à-dire, l'intention de l'émetteur (pourquoi? Que cherche-t-on à communiquer) et l'auditoire imaginé (à qui? Pour qui?)[44]. Henry Jenkins fait, lui, une distinction encore plus tranchée entre les éléments technologiques et humains des institutions médiatiques. Considérant les médias comme des « systèmes culturels », il sépare le « médium » décrit comme le résultat d'un processus d'inscription, qui sert à la médiation, par exemple le son enregistré ou le texte imprimé, et « la technologie de livraison », c'est-à-dire les modes de transport et de conservation du contenu, au nombre desquels il compte la cassette audio ou vidéo, les CD et même les fichiers MP3[45]. Bien qu'elles ne se recoupent pas totalement du faits des divergences dans les objectifs de leurs auteurs, ces approches se ressemblent néanmoins beaucoup par leur tentative d'articuler les aspects distincts des usages technologiques et de la mise en forme de contenu dans un processus légal et culturel, privé ou public. Elles ont aussi l'avantage de resituer, dans une approche globale et systémique, les

---

[43] Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des médias*, *op. cit.*, p. 7.
[44] Philippe Breton et Serge Proulx, *L'explosion de la communication*, *op. cit.*, p. 17.
[45] Henry Jenkins, *Convergence Culture*, *op. cit.*, p. 13.

multiples éléments technologiques et les processus socio-commerciaux qui les accompagnent, tels que la transcription sur un support et le formatage du contenu. Elles permettent aussi de montrer comment ces ensembles tirent leur légitimité, leur pouvoir ainsi que leur succès de leur capacité à articuler des contraintes matérielles liées aux types de supports et dispositifs de diffusion existant avec les exigences du *milieu* socioculturel dans lequel le contenu circule.

Figure 1: Description schématique du fonctionnement d'un média. Dans ce schéma, le média est l'éditeur de DVD (schéma réalisé par l'auteur à l'aide de PowerPoint).



Sur la base de ces considérations, il devient possible de combiner ces approches pour dégager une définition schématique tenant compte des diverses réalités évoquées par le terme « média » (Figure 1) : un système socioculturel de communication[46] permettant le transport d'énoncés, à destination de publics imaginés par les créateurs de ces contenus. La communication se définit comme une mise en forme du texte, articulant les codes de communication[47] et un processus de transcription, résultant dans la production d'un médium[48], par exemple, un texte imprimé

[46] Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des médias*, *op. cit.*, p. 6 ; Philippe Breton and Serge Proulx, *L'explosion de la communication*, *op. cit.*, p. 7.
[47] *Ibid.*, p. 17.
[48] Henry Jenkins, *Convergence Culture*, *op. cit.*, p. 14.

ou une chanson enregistrée. Il existe plusieurs modes de circulation pour ces médiums[49], certains, notamment ceux fonctionnant au numérique, pouvant en emprunter plusieurs, alors que d'autres sont plus liés à l'un ou l'autre, notamment l'imprimé et le papier. Dans le cadre de cette recherche, on peut en distinguer trois : les infrastructures de diffusion (télévision hertzienne terrestre ou par satellite), les réseaux de distribution (Internet, télévision par câble et/ou numérique) et les technologies de livraison (cassettes audio ou vidéo, CD, DVD, livres, journaux, etc.)[50]. Ces dernières se caractérisent, selon Régis Debray[51], par une combinaison entre des supports physiques (papier, bobine de films, bande magnétique, disque optique, puce électronique) et une technologie de transcription (manuscrit, imprimerie, numérique, etc.).

Enfin, la contribution de Patrice Flichy (1991) introduit une distinction importante entre deux grandes catégories de productions médiatiques en fonction de leur modalité de circulation commerciale et permet de préciser un peu plus le contexte de ce travail :

- Les « marchandises culturelles ». Cette catégorie regroupe les « produits vendus sur le marché », c'est-à-dire des objets éditoriaux vendus à l'unité, tels qu'un livre, un disque de musique ou une cassette vidéo préenregistrée.
- La « culture de flux ». Ce concept définit les contenus diffusés en continu et massivement, comme les émissions de radio, les programmes télévisés et les articles de presse. Les modes de financement de ces produits peuvent varier, mais pendant longtemps, la radio et la télévision ont été des prérogatives d'état, du fait de leur rôle dans l'éducation et le contrôle politico-culturel des populations dans leur ensemble, tandis que la presse écrite a généralement été en mains privées, voire parfois de mécènes[52].

Si comme l'affirme Patrice Flichy, les fusions entre ces deux univers sont avant tout industrielles et financières[53], il n'en demeure pas moins que le recours actuel quasi-systématique aux franchises permettant de décliner un ensemble narratif en de multiples versions médiatiques, fait que l'on ne peut plus aujourd'hui distinguer de manière aussi nette entre les « marchandises culturelles » et la « culture de flux ». Cette distinction n'a d'ailleurs

---

[49] Bien que d'un point de vue éthymologique le pluriel de medium soit media en latin, pour éviter la confusion entre les deux notions, le pluriel 'médiums' sera utilisé dans ce texte afin de distinguer entre le système et le résultat d'un processus d'inscription/enregistrement.
[50] *Ibid*., p. 13.
[51] Régis Debray, *Introduction à la médiologie*, *op. cit.*, p. 35.
[52] Patrice Flichy, *Les industries de l'imaginaire*, *op. cit.*, p. 37-38.
[53] Idem: VIII–X

jamais été complètement stable et il existe depuis les débuts de ces industries, au 19ème siècle, des démarches de re-conditionnement des contenus, visant à alimenter de manière croisée différents secteurs. Cependant, les modalités de la circulation de ces contenus continuent quand même de les séparer en imposant des contraintes à la fois techniques et commerciales qui influencent alors le travail des acteurs industriels et leur réception par leurs destinataires.

Les notions de divertissement audiovisuel et de média se recoupent donc en grande partie dans la mesure où il s'agit de produits basés sur un code de communication, l'audiovisuel, et recourant à des technologies et des procédés de mise en forme médiatique. Cependant, dans une perspective SIC, le concept de média englobant des productions allant au-delà du domaine du divertissement, on peut donc considérer que les industries du divertissement audiovisuel constituent un ensemble particulier d'activités médiatiques. L'expression « industrie du divertissement audiovisuel » concerne donc des nébuleuses commerciales au sein desquels des sociétés peuvent collaborer pour créer, produire, réaliser, diffuser et/ou distribuer des univers narratifs (une notion précisée dans la section 2.2.1. Des publics-usagers face aux démarches transmédia partielles ou totales de l'industrie) potentiellement déclinables en plusieurs versions médiatiques.

Ces entités peuvent relever des médias de flot ou du secteur des marchandises culturelles et être intégrées au sein de groupes cohérents ou bien reliées entre elles par des contrats de franchise ou de droits de reproduction, de transmission, de diffusion ou de distribution. Dans le cas du divertissement japonais, ces relations ne préexistent pas toujours les collaborations, mais, au contraire, se construisent autour de projets portant généralement le nom de l'univers narratif concerné : par exemple, le « *Ghost in the Shell – Stand Alone Complexe project* ». Cela signifie que ces relations contractuelles sont ponctuelles et se concrétisent en fonction des initiatives commerciales.

1.2. Nature et positionnement du DVD dans le système médiatique

Cette approche multidimensionnelle permet aussi de mieux définir et de situer le DVD aussi bien dans une perspective technique que des sciences de l'information et de la communication (SIC). Il apparaît ainsi que l'on peut considérer que le *Digital Versatil Disc*, son nom complet, correspond à la définition de la « technologie de livraison de contenu » chez Henry Jenkins (2006) et que les produits médiatiques qui en sont tirés relèvent de la catégorie des marchandises culturelles. Au sein de ce cadre conceptuel, le DVD se présente donc comme une technologie digitale de livraison vidéo, dont le support matériel est le disque optique et la

technologie de transcription, le numérique. Les médiums, dans ce cas, comprennent les fichiers numériques audiovisuels enregistrés sur le disque optique, et correspondent donc au texte primaire (film ou épisodes d'une série) et aux textes secondaires (contenus additionnels, commentaires en voix off, publicités), tandis que le processus d' « auteuring » (conception de l'interface du DVD) et les choix éditoriaux constituent la mise en forme du contenu.

Dans cette vision, les éditeurs de DVD peuvent être considérés comme des médias, eux-mêmes plus ou moins profondément intégrés dans une chaîne de production comprenant une multiplicité d'acteurs industriels, quand ils ne font pas carrément partie de grands groupes réunissant les activités de création, réalisation, diffusion et distribution de divers contenus médiatiques, et implantés dans plusieurs pays. Dans le cas de l'exportation mondiale des produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, les éditeurs européens d'*anime* ont souvent commencé comme de petites entreprises, fondées par des passionnés, mais devant se battre pour obtenir les droits d'adaptation, de traduction et de distribution de ces séries TV. Plus tard, certains ont rejoint de plus gros groupes, souvent dominés par des acteurs industriels japonais, dans l'espoir de faciliter ces démarches et d'assurer de plus grandes chances de succès commercial.

2. Les DVD d'*anime* dans la perspective des sciences de l'information et de la communication (SIC)

2.1. La fragmentation des audiences

2.1.1. Les médias et la question du « consommateur moyen »

Comme toutes les autres industries, les médias tendent à promouvoir la consommation maximale. C'est ainsi que les journaux, magazines, émissions de télévision et radio et les studios de cinéma tentent de rassembler en un seul produit les éléments qui peuvent séduire le public le plus large possible, transcendant les distinctions d'âge, de genre et de classe sociale[54]. Edgar Morin souligne que depuis le début du 20ème siècle, ces secteurs de production médiatique ont navigué entre des stratégies de stratification (contenus pour les hommes-femmes, contenus pour les adultes-enfants, contenus pour les classes bourgeoises – classes populaires, etc.) et de filets attrape-tout, c'est-à-dire des produits correspondant au plus petit

[54] Edgar Morin et Eric Macé, *L'Esprit du temps*, 2ème édition, Paris, Armand Colin, 2008, p. 47.

dénominateur commun imaginable entre ces diverses couches sociales de la population (par exemple, les films familiaux). Il montre que les deux approches ne s'excluent pas, car ces industries tendent à promouvoir une consommation homogénéisée, même au travers des produits plus ciblés. Ainsi, la presse féminine ne fait que mettre en exergue les thèmes féminins marginalisés dans la presse pour hommes ou qui sont abordés d'un point de vue qui se veut masculin[55].

Cette oscillation entre la standardisation et la spécialisation, la massification et la dé-massification, le groupe et l'individu, traverse l'histoire de l'industrie, et tout particulièrement des secteurs actifs dans la production médiatique jusqu'à nos jours. Si dans les premières décennies du 20ème siècle, sous l'influence de penseurs comme Gustave Le Bon (1841-1931), la « masse » est conçue comme une sorte d'être collectif irrationnel, instinctif, voire carrément sauvage, sur lequel il s'agit d'exercer un contrôle centralisé[56], à partir des années 40, alors que se popularisent les postes de radio domestique et que la télévision commence à se profiler, émerge l'idée que cette masse est constituée de diverses populations ne fréquentant pas les mêmes médias. La théorie du « *two-step flow* » de Paul Lazarsfeld, qui constitue un des fondements des SIC, déplace le curseur vers une vision plus différenciée des foules, dans laquelle le milieu social et la position de la personne au sein de celui-ci détermine sa réception médiatique[57]. Le message est ainsi filtré par des *leaders d'opinion* qui déterminent des lectures légitimes et acceptables.

Dans le contexte des années 60, caractérisé par la montée des masses salariales réunissant, dans une nouvelle stratification les éléments d'anciennes classes populaires et petites bourgeoises, à savoir les paysans, ouvriers, artisans, et d'une nouvelle catégorie de consommateurs, les jeunes, les cultures industrielles représentaient le seul grand terrain de communication entre des classes sociales alors en pleine reconfiguration. Edgar Morin estime ainsi que des valeurs de consommation homogènes ont été diffusées sur une scène sur laquelle se retrouvait de plus en plus de monde, toutes classes confondues. Cette tendance à l'homogénéisation sociale s'étendait aussi au domaine des références culturelles, narratives, esthétiques, formelles,

---

[55] *Ibid*., p. 50-51.
[56] Armand Mattelart, *La mondialisation de la communication*, Paris, Presses Universitaires de France - PUF, 2008, p. 35-36.
[57] Brigitte Le Grignou, *Du côté du public : Usages et Réceptions de la télévision* , Paris, Economica, 2003, p. 18.

puisque était aussi promue une réception cosmopolite, c'est-à-dire, l'idée d'appartenir à un public s'étendant au-delà des frontières nationales et de milieux sociaux distincts[58].

Pendant des décennies, les spécialistes en marketing n'auront de cesse d'affiner ces méthodes, les adaptant au divers systèmes médiatiques concernés et s'inspirant parfois aussi des techniques d'investigation développées dans le cadre universitaire (focus group), au fur et à mesure que s'affirmait une tendance sociétale à l'individu multi-équipé, choisissant ses programmes ainsi que ses modalités d'accès en fonction de ses moyens et préférences personnelles. Paradoxalement, la masse a ainsi été progressivement subdivisée en de multiples audiences définies selon des critères sociodémographiques, économiques et culturels, toujours plus fins. C'est ainsi que les études d'audimat des années 80 ont généré la vision d'une foule de consommateurs complètement éclatée en de multiples catégories liées à l'identification de modes de vie toujours plus différenciés et personnalisés[59]. A chaque entreprise d'essayer de se positionner au mieux dans ces marchés de plus en plus touffus.

Il n'en reste pas moins que ces approches marketing tendent à enfermer les individus dans des catégories de groupe caractérisant de manière socio- et technico-déterministe leurs pratiques de consommation. Si elles permettent de démystifier la perception de téléspectateurs passifs et de souligner certains aspects de leur usage de la télévision, elles ne peuvent pas saisir leurs motivations ni même la manière dont ils interprètent le contenu des émissions, c'est-à-dire les éléments du processus de formation des publics[60]. Ainsi, en dépit des outils toujours plus subtils, interdisciplinaires et complexes, la figure du consommateur moyen continue d'échapper à une définition claire et précise. Malgré l'importance du numérique dans la standardisation des processus d'adaptation des contenus à décliner sur diverses plates-forme médiatiques, la multiplication des technologies de livraison et de leurs dérivés, ainsi que des périphériques de lecture et d'accès, brouillent un peu plus les frontières entre les groupes de destinataires de ces produits. Comme le montre Henry Jenkins, la plupart des acteurs industriels, s'ils sont convaincus de l'imminence d'une grande convergence numérique, n'ont par contre aucune idée de la manière dont elle va se dérouler et encore moins comment les consommateurs l'imaginent. Il en veut pour preuve la course aux standards techniques, aux formats audiovisuels et aux conceptions ergonomiques qui génère sans cesse de nouvelles

---

[58] Edgar Morin et Eric Macé, *L'Esprit du temps*, *op. cit.*, p. 53-55.
[59] Shaun Moores, *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption*, Thousand Oaks, CA, London, New Delhi, Sage Publications Ltd, 1994, p. 125 ; Brigitte Le Grignou, *Du côté du public*, *op. cit.*, p. 62.
[60] *Ibid*., p. 64-67.

gammes de produits, la plupart rendus obsolètes au bout de six mois par une nouvelle plate-forme révolutionnaire, et débouchant ironiquement plutôt sur une forme de divergence, voire d'éclatement technologique[61]. Pour la plupart des chercheurs en sciences de l'information et de la communication (SIC), ces tâtonnements dans toutes les directions résultent d'un manque de connaissance de ce que leurs destinataires font de ces produits et de la manière dont ils les intègrent dans leur vie. Depuis une vingtaine d'années, les études de réception ont permis de renverser ces conceptions afin de mieux comprendre ce qui se passe au moment de la réception des contenus médiatiques. Ces approches impliquent d'aller demander aux principaux intéressés de s'exprimer sur ce sujet, et donc, un changement d'échelle, en passant du niveau macro (la foule statistique objectifiée de loin) au niveau micro (des personnes suivies en tant que sujets conscients de leurs actes et de leur environnement). Brigitte Le Grignou (2003), ainsi que Daniel Cefaï et Dominique Pasquier (2003), dans leurs ouvrages respectifs, résument les enjeux théoriques et les considérations méthodologiques de cette perspective.

2.1.2. La sociologie de la réception pour appréhender les masses insaisissables

Contrairement aux foules réunies physiquement en un lieu pour assister à un spectacle (cinéma, théâtre, music-hall, concert), les groupes de consommateurs de produits médiatiques sont invisibles, constitués d'individus géographiquement dispersés et isolés les uns des autres. Il s'agit donc, comme Gabriel Tarde le montrait déjà dans les années 1920, de représentations discursives, d'où le problème posé par la supposition de la préexistence de ces assemblées, souvent désignées par le terme de "public". Cette difficulté à rendre compte de ce phénomène d'agrégation quasi-virtuelle provient de son idéalisation, à commencer par les publics politiques ou artistiques faisant usage de la raison, selon la perception habermassienne des cercles bourgeois savants du 18ème siècle. On a ainsi longtemps oscillé entre publics rationnels et foules émotionnelles, se manifestant sous formes d'opinions publiques souvent craintes[62].

La première embûche que rencontrent les chercheurs concerne la définition du phénomène social que représentent les « publics ». Louis Quéré propose de de distinguer en premier lieu entre la foule, qui peut se concevoir comme un simple agrégat d'individus faisant la même expérience sans avoir la conscience d'appartenir à un groupe en particulier (une queue à l'entrée d'un stade, par exemple), et le public, qui émerge justement du sentiment éprouvé par

---

[61] Henry Jenkins, *Convergence Culture*, *op. cit.*, p. 7-8.
[62] Jérôme Bourdon, "La triple invention : comment faire l'histoire du public ?", *Le Temps des médias*, 2004, vol. 3, no. 2, p. 16-17.

les individus de partager un moment spécifique avec d'autres, visibles ou invisibles parce que dispersés géographiquement[63]. Pour Daniel Cefaï et Dominique Pasquier, le terme public peut se décliner comme substantif ou comme adjectif. Dans le premier cas, il s'agit d'une « personne collective, être collectif doté de capacités d'auto-gouvernement, de délibération ou de participation ou de compétences de réception médiatique et culturelle. » Dans le deuxième cas, est entendue une « multiplicité des registres d'expériences et d'activités […] à l'épreuve d'une sémantique du public et du privé. » [64] Les deux définitions se rejoignent sur la dichotomie entre l'intérieur, le personnel, l'isolement, d'un côté, et l'extérieur, le collectif, la compagnie, de l'autre. Plus exactement, elles font référence à une projection de l'intime dans un environnement social ouvert menant à une confrontation du soi au jugement du groupe. Les deux auteurs estiment qu'une comparaison entre les emplois du terme « public » dans les domaines de la politique et des arts ainsi que du divertissement, permet de commencer à saisir un début de description pragmatique.

En politique, on considère ce « corps collectif » comme un acteur à part entière du processus de délibération, dans la mesure où celui-ci est appelé à s'exprimer sur des décisions ayant des conséquences directes sur sa vie quotidienne. Par contre, en SIC, il s'agit avant tout d'un destinataire d'un produit médiatique et culturel sur lequel il n'a aucune prise directe, faisant appel à son sens esthétique et à son plaisir plus qu'à sa raison et à sa responsabilité civile[65]. A l'autre extrême, on trouve la figure du public-groupe (club, association), dont les individus se reconnaissent mutuellement comme faisant partie de celui-ci et tendant vers un même but. Entre les deux, s'insère une figure moyenne du public, celui des arts. Celle-ci renvoie à une sorte de communauté imaginée, caractérisée par des valeurs collectives, qui se retrouve dans une expérience esthétique et se réfère à une sorte de doxa pour en juger. Ce lien invisible, mais réel et pragmatique, est ce qui distingue le public en tant que figure collective du public-audience, conçu comme un simple amas virtuel d'individus. Les études de réception s'attachent alors avant tout à décrire et comprendre le ressenti de ceux qui, souvent de façon vague et difficilement descriptible, se placent dans une tendance collective et acceptent d'être

---

[63] Louis Quéré, “Le public comme forme et comme modalité d’expérience,” *in* Daniel Cefaï et Dominique Pasquier (dir.), *Les sens du public: Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, CURAPP, PUF, 2003, p. 115.
[64] Dominique Pasquier et Daniel Cefaï, *Les sens du public*, *op. cit.*, p. 13-14.
[65] *Ibid*., p. 18.

associés, dans le regard des autres, à certaines pratiques esthétiques et formes de divertissement[66].

Le public est ainsi une sorte d'agent de la création, dans la mesure où il est imaginé par le créateur. D'autre part, il subit aussi cette confrontation, car il doit s'exposer lui-même à l'œuvre lors du processus de réception[67]. Une double figure du public se dessine alors progressivement, dans la mesure où le lecteur n'est pas seulement appelé par l'auteur à se projeter dans le monde imaginaire proposé par l'œuvre et à s'identifier à ses personnages, mais également à s'assimiler à une forme de communauté de réception imaginée en fonction de critères sociaux, directement tirés de l'environnement dans lequel évolue l'individu. Ainsi, celui qui se sent appartenir à une élite raffinée pourrait refuser de se voir amalgamer à des publics d'œuvres considérées comme indignes de sa condition ou inintéressantes. Hélène Merlin, citée par L. Quéré[68], estime ainsi que les « récepteurs » ne sont pas de simples électrons libres, mais des « particuliers », c'est-à-dire, des individus conscients de leurs particularités propres et du cadre circonstanciel plus large, non seulement institutionnel, mais aussi social, de leurs pratiques. Ces publics résultent donc d'un « fait social intentionnel » dont le caractère est déterminé non par l'agrégat d'intentions individuelles, mais par un « contexte socio-historique d'usages, de règles et d'institutions. » Ce cadre préexiste les particuliers et détermine « ce qui compte », en définissant une certaine logique de réception. Dans cette optique, on peut donc considérer le public comme une « forme parce qu'il est une réalité intentionnelle, aux différents sens du terme ; en tant que tel il relève du monde du possible plutôt que des faits positifs. »[69]

2.2. Face aux multiples dispositifs techniques : apports de la sociologie des usages

La rhétorique sur les « nouvelles technologies », bien que peu originale, puisqu'elle remonte déjà au 18ème siècle, a pris une telle ampleur dans les discours sur les médias en général, et le divertissement audiovisuel en particulier, que l'on ne peut ignorer son rôle dans le processus de réception des contenus. En effet, il se déploie une sorte de vulgate qui s'est infiltrée dans pratiquement tous les domaines de la vie et tout particulièrement celui du divertissement

---

[66] *Ibid*., p. 22.
[67] Louis Quéré, "Le public comme forme et comme modalité d'expérience," *op. cit.*, p. 118-119.
[68] *Ibid*., p. 121.
[69] *Ibid*., p. 121-122.

audiovisuel. De plus, nombre de chercheurs en histoire des pratiques culturelles et en sciences de l'information et de la communication (SIC) s'accordent pour dire que les études sur la réception ne peuvent faire l'impasse sur cet aspect technique (Shaun Moores[70]; Roger Silverstone[71]; Brigitte Le Grignou[72]; Philippe Breton & Serge Proulx[73]). D'après Roger Chartier[74], les conditions matérielles du support et du dispositif de circulation d'un texte influencent la manière dont il est reçu et incarnent les pratiques des publics telles que les imaginent leurs producteurs[75].

Dans le contexte actuel de la multiplication des appareils plus ou moins portables, et canaux médiatiques, sans compter l'invasion de notre environnement par des écrans d'affichage de toutes tailles, la question de leurs usages se posent avec d'autant plus d'acuité que reviennent régulièrement des discours alarmistes ou, au contraire, triomphants, sur l'omniprésence de la médiatisation dans le quotidien des individus vivant dans les sociétés industrialisées. L'accent se déplace donc du foyer, comme lieu d'habitation et de croisement des communications, à l'individu, qui devient simultanément un nœud de réception, d'émission et de stockage. Il se trouve ainsi dans la situation d'un usager-récepteur au milieu d'un océan d'autres usagers-récepteurs, rejoignant et quittant des collectifs temporaires au gré de ses besoins et de ses envies. Cependant, malgré les discours annonçant des chambardements sociaux sans précédent, il n'en reste pas moins que les acteurs issus des milieux qui déclament cette vision continuent de travailler comme s'ils se trouvaient encore dans une situation d'offre éditoriale de masse et non plus dans une logique de requête individualisée[76]. Une des raisons de cette résilience tient dans la conception technique des technologies utilisées pour les dispositifs médiatiques: le numérique, supposément la panacée pour réconcilier l'individu avec la masse, le local avec le global, le particulier avec le standard.

Dans le cadre de cette thèse, le recours à une plate-forme médiatique plutôt qu'à une autre atteste d'une certaine forme de réception, basée non seulement sur la compréhension et l'interprétation du texte, mais aussi sur l'expérience sensorielle, ainsi que certaines capacités financières et techniques. En effet, le choix de visionner une série TV d'animation japonaise

---

[70] Shaun Moores, *Interpreting Audiences*, *op. cit.*
[71] Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, London, New York, Routledge, 1994.
[72] Brigitte Le Grignou, *Du côté du public*, *op. cit.*
[73] Philippe Breton et Serge Proulx, *L'explosion de la communication*, *op. cit.*
[74] Roger Chartier, *Les origines culturelles de la Revolution francaise*, Paris, Seuil, 1990.
[75] Brigitte Le Grignou, *Du côté du public*, *op. cit.*, p. 30.
[76] Josiane Jouët, "Les dispositifs de construction de l'internaute par les mesures d'audience," *Le Temps des médias*, 2004, vol. 3, no. 2, p. 161.

à partir d'un DVD correspond à des attentes, définies par un ensemble de représentations des *animes* qui peut varier d'une personne à l'autre. C'est ainsi que le disque optique, le numérique et l'interface Web qui caractérisent le DVD, principal mode légal et officiel d'accès à ces contenus devraient jouer un rôle dans la réception de ces séries TV. Cette approche postule donc que l'usage du DVD, dans le cadre du suivi des *animes*, soit considéré à l'aune de la recherche d'une certaine expérience techno-culturelle. Autrement dit, il s'agit de combiner deux champs disciplinaires parallèles, les études de réception et les recherches sur les usages, à l'aide des apports des *Cultural Studies*, qui permettent de les faire converger sur la base de trois prémisses:

- Le destinataire est vu comme un acteur jonglant entre les contraintes du produit et les intentions de ses créateurs.
- Une résistance de sa part aux normes prescriptives peut se déclencher lors de la confrontation entre sa conception du monde et celle qui lui est présentée.
- Des valeurs sont attribuées au produit, et résultent de négociation sociale entre les prescriptions, l'offre et ce qui en est vraiment fait[77].

Le processus d'audienciation construit ainsi un cadre socioculturel dynamique et fluctuant dans lequel s'inscrivent les pratiques de divertissements audiovisuels du particulier, notamment du choix de contexte technique de réception, caractérisé par certains usages.

Les termes "usage" et "pratique" sont d'ailleurs des mots fourre-tout que l'on utilise pour qualifier les actes en lien avec notre environnement matériel dans le but de répondre à des besoins physiques, émotionnels, sociaux, religieux, économiques ou politiques. A ce titre, il convient de définir un peu plus précisément leur signification dans le cadre de ce travail. Josiane Jouët, dans sa recherche sur les *pratiques de communication et figures de la médiation*, donne la définition suivante de "pratique" : « ensemble des comportements, attitudes et représentations se rapportant directement à l'outil »[78]. Philippe Breton et Serge Proulx (2006), dans leur ouvrage sur les théories et pratiques de la communication, décrivent les diverses réalités que peut recouvrir le concept d'"usage". Citant plusieurs sources, il en ressort que l'usage peut se comprendre comme l'emploi d'objets, à des fins socialement déterminées, dans le cadre de pratiques considérées comme normales et indiscutées, voire incontestables[79].

---

[77] Brigitte Le Grignou, *Du côté du public*, *op. cit.*, p. 43-44.
[78] Josiane Jouët, "Pratiques de communication et figures de la médiation," *Réseaux*, 1997, vol. 11, no. 60, p. 103.
[79] Philippe Breton et Serge Proulx, *L'explosion de la communication*, *op. cit.*, p. 256-257.

Concrètement, dans le cadre de cette thèse, les pratiques recouvrent les diverses attentes vis-à-vis des médias faisant circuler les *animes* et le rôle joué par les usages du DVD dans le processus de réception de ces séries.

Dans cette combinaison d'approches, le particulier endosse plusieurs rôles simultanés, mais qui concernent différentes facettes de ces activités de divertissement audiovisuel. Il est ainsi potentiellement non seulement un récepteur, mais aussi un consommateur, un usager et un utilisateur.

- Récepteur - lorsqu'il utilise le langage pour construire une représentation sur la base du contenu d'un texte (compréhension de la signification et appréciation d'un texte; voire identification avec certains personnages ou passages) ;
- Consommateur - lorsque son discours reflète ses choix d'achats en fonction de la norme sociale (modes, prescriptions sociales sur le type de produit à avoir ou à éviter) ;
- Usager - lorsque son appartenance à un groupe se trouve liée à sa relation à une technologie (amateur ou réfractaire à certains appareils) ;
- Utilisateur - lorsque son discours se situe au niveau de son rapport à l'objet en tant que technique (manuel d'instructions, maniabilité d'un outil, fonctions)[80].

Toutes ces postures sont adoptées en confrontation avec des discours en provenance de plusieurs sources institutionnelles représentant des piliers de l'environnement social. Daniel Dayan (1998) aborde cette question en reprenant la notion de *fictions de public*, forgée par John Hartley (1988), pour désigner l'ensemble des discours qui façonnent les représentations des publics. Ce dernier en distingue trois : celle des critiques et chercheurs académiques, celle des producteurs médiatiques et celle des organismes de tutelle (étatiques ou privés). Daniel Dayan ajoute celle des spectateurs eux-mêmes[81]. Bien que par « public », il entende une communauté diasporique, intentionnelle, regroupée (virtuellement) autour d'un texte, sans forcément attacher une importance particulière à la question technologique, il est tout de même possible d'élargir la signification de ce terme, afin d'englober aussi les pratiques et les usages. Cette approche permet d'articuler les différentes formes d'audienciation des *animes* (réception intense, comme celle des fans ou au contraire, réception plus détachée et

[80] Dominique Boullier, "Construire le téléspectateur: récepteur, consommateur ou citoyen?," *op. cit.*, p. 64-65.
[81] Daniel Dayan, "Accusé de réception," *op. cit.*, p. 182.

occasionnelle, etc.) et les divers usages du DVD, dans le cadre des pratiques de suivi de ces séries.

2.2.1. Des publics-usagers face aux démarches transmédia partielles ou totales de l'industrie

Dès leurs débuts, les industries du divertissement audiovisuel ont vécu une contradiction intrinsèque entre la tendance à reproduire les mêmes modèles et la nécessité d'innover afin que chaque produit se distingue néanmoins suffisamment de l'autre. S'il est possible de décliner un même schéma narratif selon toute une gamme de nuances et de variations, il finit toujours par arriver un moment où il devient nécessaire de procéder à un dépoussiérage des styles et des genres. Or, selon Edgar Morin, l'activité créatrice s'oppose en grande partie au fonctionnement bureaucratique, centralisateur et monopolistique d'une entreprise capitaliste[82]. De plus, dans le processus industriel, la création n'est plus le monopole d'un seul acteur, comme on le conçoit en art, ou même d'un petit groupe, réuni au sein d'un atelier, lieu caractéristique de l'artisanat traditionnel. Au contraire, elle est soumise à une division du travail, impliquant de nombreux collaborateurs dispersés géographiquement[83]. Ces modalités de fabrication des produits audiovisuels s'apparentent au travail à la chaîne et aux formes d'organisation des relations entre acteurs concernés, à savoir les producteurs et les consommateurs, existant dans la production de biens matériels. De fait, il apparaît que la sérialisation, soit la multiplication des produits à partir d'un modèle que l'on fait varier par petites touches, se trouve au cœur de l'industrie du divertissement audiovisuel et s'est progressivement exacerbée avec la fragmentation des publics et des dispositifs d'accès. Avec le concept de récit transmédiatique, défini comme « une histoire racontée sous diverses formes médiatiques »[84], Henry Jenkins propose une approche permettant de rendre compte de la déclinaison d'un même univers diégétique en de multiples versions, impliquant différentes configurations de moyens de communication, de médiums et de supports matériels : séries TV animées ou en prise de vue réelle, films d'animation ou en prise de vue réelle, bande dessinée, romans, jeux vidéo, etc.

En reprenant la définition de la diégèse adoptée par Alain Boillat, soit « tout ce qui appartient "dans l'intelligibilité" (comme dit M. Cohen-Seat) à l'histoire racontée, au monde supposé ou

---

[82] Edgar Morin et Eric Macé, *L'Esprit du temps*, *op. cit.*, p. 38-39.
[83] *Ibid*., p. 42-45.
[84] Carlos Alberto Scolari, "Transmedia Storytelling : Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production," *Journal of Communication*, 2009, vol. 3, p. 587.

proposé par la fiction [du film] »[85], un univers narratif peut alors se concevoir comme l'ensemble des fictions ayant en commun certains personnages-clé et une combinaison distinctive d'éléments de genres narratologiques et de styles graphiques, permettant de les rapporter à cet ensemble. Ainsi, la franchise transmédia de *Pokémon* emmène les publics dans une dimension imaginaire, peuplée de créatures évolutives appelées « *Poket Monsters* » que de jeunes apprentis-dresseurs doivent attraper et entraîner au combat pour en capturer d'autres. Ceux-ci peuvent s'incarner dans les joueurs munis de leur console Nintendo, ou encore dans les collectionneurs de figurines à l'effigie de ces animaux fantastiques, mais aussi dans les personnages inventés pour le *manga* et l'*anime*. Néanmoins, le moteur de l'histoire, résumé par le slogan « Attrapez-les tous ! », reste le même quelle que soit la porte utilisée pour entrer dans ce monde fictif. Cet exemple illustre bien le processus au cœur du transmédia : la transformation des composants d'une fiction en simples données que l'on peut assembler, dissocier et réassembler en fonction des besoins commerciaux.

L'industrie japonaise a poussé très loin ce procédé, et cela, depuis les années 60, notamment sous l'impulsion d'Osamu Tezuka, considéré aujourd'hui comme le père du *manga* moderne. Si elle a été profondément influencée par les techniques commerciales américaines, notamment celles de Walt Disney, elle les a transformées dans une optique correspondant à ce que la chercheuse américaine Anne Allison, spécialiste de la culture moderne japonaise, appelle la « perversité polymorphe ». Cette notion désigne la capacité des composants de ces univers narratifs à changer de forme et à s'incarner en de multiples versions médiatiques et matérielles, qui épouse parfaitement la dynamique industrielle d'obsolescence et d'innovation perpétuelle. Pour cette anthropologue, l'industrie nippone associe cette logique de fonctionnement à ce qu'elle appelle le « techno-animisme », ou la convergence entre deux éléments mythologiques et historiques sous-jacents à la culture japonaise moderne : la croyance en l'existence potentielle d'esprits dans tout objet, naturel ou fabriqué par l'homme, et l'obsession du développement technologique depuis la défaite du Japon en 1945[86]. Cette industrie réussit ainsi à envahir chaque recoin de la vie des consommateurs grâce à trois caractéristiques incarnées par ces produits : le contrôle sur un monde imaginaire, la portabilité des dispositifs d'accès médiatique et des objets dérivés, un univers fantastique aux possibilités infinies et en constants changements[87]. Cette combinaison de « perversité polymorphe » et de

---

[85] Etienne Souriau, *L'univers filmique*, Paris, Flammarion, 1953, p. 7. Cité par Alain Boillat, *La fiction au cinema*, Paris, L'Harmattan, 2001, p. 122.
[86] Anne Allison, *Millennial Monsters*, *op. cit.*, p. 10-13.
[87] *Ibid*., p. 24-26.

« techno-animisme » a mis la technologie au cœur des discours marketing visant à promouvoir ces imaginaires, dans la mesure où elle incarne, dans le vécu, ce rêve de projection dans un monde où tout est possible[88].

Cependant, il importe aussi de distinguer ici entre deux types de transmédialité. En effet, le re-conditionnement d'un *anime* en produit DVD relève d'un autre procédé commercial que celui consistant à créer différentes versions médiatiques d'un même univers narratif, comme lors de l'adaptation d'un jeu vidéo en *manga*, ainsi que l'illustre l'exemple de *Pokémon*. Dans ce dernier cas, le récit et ses personnages sont transposés non seulement d'un média à un autre, mais aussi d'un moyen de communication, d'un médium et d'un support matériel à un autre, ce qui suppose un nouveau travail de transcription et de mise en forme, avec des changements dans les *scenarii*. Dans le cas d'une édition en DVD d'un *anime*, la transformation est beaucoup moins importante, dans la mesure où seuls le média, le médium, le support matériel et la technologie de livraison changent. Mais, c'est la même version médiatique, empruntant différents moyens de transport. De fait, on peut qualifier le re-conditionnement de procédé transmédia partiel. La déclinaison d'un même univers narratif en plusieurs versions médiatiques et produits dérivés permet à l'industrie du divertissement audiovisuel de s'insérer dans diverses pratiques culturelles, tandis que la circulation du même scénario sur de multiples voies médiatiques rend possible différentes modalités de réception par divers publics, les deux pouvant se recouper. Le transmédia se révèle ainsi être un des moteurs de la « démédiation médiatique » à l'œuvre dans le domaine de produits issus de la télévision.

2.2.2. La cinéphilie, la vidéophilie et le re-conditionnement des séries TV en œuvres

Ces approches de l'industrie montre qu'elle peut proposer des divertissements, qui loin d'abrutir et d'avachir ses publics, impliquent une participation active de la part des particuliers, mais dans une perspective essentiellement ludique. Il s'agit avant tout de distraire, et pas forcément de façon débilitante. D'ailleurs, pour un certains nombres de chercheurs en sciences de l'information et de la communication (SIC), la question de la réception d'œuvres cinématographiques, qu'elles se revendiquent de l'avant-garde ou du grand public, et des programmes télévisuels, notamment les fictions sérialisées, ne peut être dissociée du plaisir qu'en retirent leurs destinataires. Comme l'expriment Daniel Cefaï et Dominique Pasquier, les productions audiovisuelles, quel que soit le média dont elles sont issues, font essentiellement

[88] *Ibid*., p. 277.

appel au sens esthétique et du divertissement[89]. Il peut s'agir d'une fascination immédiate et de l'oubli de soi dans l'histoire en images en train de se dérouler, ou d'une jubilation à la reconnaissance de références à divers registres culturels (littéraire, cinématographique, télévisuel, historique, mythologique, religieux, artistique, etc.) et au décryptage des dispositifs techniques et autres artifices visuels, ou encore, simplement la joie de retrouver régulièrement des personnages que l'on a appris à aimer.

En ce sens, la définition du cinéphile que donne Louis Skorecki, dans un article intitulé *Contre la nouvelle cinéphilie*, telle qu'elle se présentait à la fin des années 70, pourrait tout aussi bien s'appliquer à certaines catégories de publics, notamment les amateurs de séries télévisées ou de certains genres filmiques peu prisés de la critique autorisée ou des canaux de diffusion grand public. Le cinéphile des années 60, dont il est nostalgique, se reconnaissait ainsi aux caractéristiques et pratiques suivantes :

> Un amour fou du cinéma américain (contre vents et marées, critiques officielles, bon goût), l'admiration inconditionnelle pour quelques réalisateurs (à chacun sa liste, ses préférences), et surtout, un même espace: les trois ou cinq premiers rangs de la salle sont les nôtres, ceux d'où nous voyons les films, ceux où nous sommes en terrain de connaissance, où nous nous reconnaissons pour ce que nous sommes: *des cinéphiles avancés*[90].

Aujourd'hui, la machine hollywoodienne se trouve simplement obligée de partager les publics du monde entier avec d'autres traditions cinématographiques et télévisuelles, dont l'animation japonaise. Louis Skorecki pressentait aussi déjà le rôle que joueraient la télévision et notamment, les technologies de livraison vidéo grand public, alors à leurs balbutiements, dans la perpétuation de la cinéphilie telle qu'il l'a connue et sa transformation en ce que son camarade des *Cahiers du Cinéma*, Antoine De Baecque, a appelé la « télécinéphilie », qui se nourrit de « […] films virtuellement là, [lesquels] rôdent, passent et repassent, forment une banque de données dans laquelle on peut puiser à tout moment. »[91]

Comme le détaille Aaron Barlow, cette extension de la cinéphilie au foyer est née de la rencontre entre trois facteurs sociotechniques : des pratiques de visionnement domestique, initiées par quelques riches passionnés de cinéma dans les années 30, puis popularisées par la généralisation de la télévision au sein des foyers; la commercialisation des premières cassettes

---

[89] Dominique Pasquier et Daniel Cefaï, *Les sens du public*, *op. cit.*, p. 18.
[90] Louis Skorecki, “Contre la nouvelle cinéphilie,” *Cahiers du cinéma*, 1978, vol. 293, p. 32.
[91] Antoine de Baecque, “La nouvelle bobine du cinéphile,” *Libération*, 2005.

vidéo enregistrables dans les sociétés industrialisées, au Japon, en Amérique du Nord et en Europe, à partir de 1975; et la transformation des salles de cinéma en lieux standardisés, souvent incorporés à des centres commerciaux, dépouillant l'expérience cinématographique de son statut d'occasion spéciale. A l'arrivée des cassettes vidéo enregistrables, les studios de cinéma ont d'ailleurs craint pour leurs recettes, pensant que les gens préfèreraient regarder les films à la maison en les enregistrant lors de leur diffusion à la télévision. Cependant, une hiérarchie entre l'activité consistant à aller voir un film au cinéma et celle consistant à regarder ce même film à la maison s'est rapidement mise en place, le visionnement domestique permettant simplement de le revoir, mais dans une version considérée comme « dégradée » par rapport à l'expérience réelle et originale de la projection en salle. Pourtant, la pratique du visionnement multiple, dans l'optique de non seulement répéter le plaisir de la retrouvaille avec une œuvre que l'on apprécie particulièrement, mais également de s'en imprégner le plus complètement possible et d'en développer une connaissance approfondie, correspond assez bien à la démarche de la cinéphilie, ce qui lui a apporté progressivement une vraie légitimité. Par ailleurs, le fait de regarder un film dans le foyer et à la convenance du spectateur lui permet d'exercer une certaine forme de contrôle sur cette expérience audiovisuelle[92]. La décision par les studios de s'emparer finalement de cette technologie pour leurs propres profits, à partir des années 80, a encore accentué ce mouvement, puisque les cassettes vidéo préenregistrées offraient une meilleure qualité de rendu audiovisuel que les enregistrements réalisés par les téléspectateurs[93].

Progressivement, la collection de films sur cassette préenregistrée a rencontré une autre pratique, celle de la collection de portions de flots d'images enregistrées sur des cassettes VHS et l'émergence de vidéothèques, un des principaux aspects de la vidéophilie. Si au début, comme le montre Patrice Flichy (1991), les magnétoscopes sont utilisés pour gérer la diversité des programmes proposés souvent simultanément, ou à des moments où les gens sont occupés à d'autres activités[94], pour une partie de la population, ils deviennent un moyen de collecter des moments télévisuels particulièrement appréciés afin de pouvoir les revivre à sa convenance[95]. La vidéothèque, individuelle ou collective (vidéoclubs), devient alors la source à laquelle peuvent s'abreuver les cinéphiles, amoureux des films, qu'ils soient réalisés pour le

---

[92] Aaron Barlow, *The {DVD} Revolution*, *op. cit.*, p. 13.
[93] *Ibid*., p. 16.
[94] Patrice Flichy, *Les industries de l'imaginaire*, *op. cit.*, p. 115-116.
[95] Kim Bjarkman, "To Have and to Hold: The Video Collector 's Relationship with an Ethereal Medium," *op. cit.*, p. 217.

cinéma ou pour la télévision. La collection personnelle d'enregistrements vidéo manifeste des pratiques vidéophiles visant à contrer la logique de rendez-vous imposée par la télévision pour la transformer en une pratique de programmation individuelle et de re-conditionnement de flots d'images éphémères en objets de collection. Cependant, du fait de leur épaisseur physique et de leur capacité de stockage limitée, les cassettes vidéo obligeaient les vidéophiles à des choix parfois draconiens, consistant à sélectionner ce qu'ils voulaient absolument garder et ce qu'ils allaient laisser disparaître lors de réutilisation des VHS. Le DVD préenregistrés, et surtout les coffrets, ont permis de résoudre ce problème d'apparence anodin. Mais, surtout, les éditeurs, en proposant un traitement soigné des séries TV au même titre que les films de cinéma, ont renforcé l'idée que ces dernières peuvent aussi être des œuvres valant la peine d'être conservées dans une collection[96].

On abordera plus tard en détails le rôle joué par le DVD et les logiques techno-sociales à l'œuvre dans l'industrie du divertissement audiovisuel dans le développement de pratiques hybrides à mi-chemin entre cinéphilie et vidéophilie. Il est temps de traiter ici d'un autre aspect-clé du contexte de ce travail, la question du transport de contenus audiovisuels d'un pays à l'autre.

3. La question de la circulation des contenus audiovisuels autour de la planète

3.1. Internationalisation, mondialisation, globalisation

Certains discours tendent à décrire la globalisation culturelle comme une réalité inéluctable et sinistre, imposée au monde entier par les puissantes « *majors* » américaines des médias. Cependant, cette vision se voit remise en cause par un nombre croissant d'études et d'observations approfondies. Le journaliste Frédéric Martel, à l'issue d'une enquête au long cours l'ayant emmené sur les cinq continents, montre ainsi que la culture de masse américaine n'a pas fait disparaître les productions locales ou nationales, mais qu'elle est plutôt devenue une sorte d'horizon commun aux populations des sociétés industrialisées ou en voie d'industrialisation[97].

---

[96] Derek Kompare, "Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconception of Television," *op. cit.*, p. 350.
[97] Frédéric Martel, *Mainstream: Enquête sur cette culture qui plaît à tout le monde*, Paris, Flammarion, 2010, p. 418-419.

Comme on va le voir, ce poids de l'industrie nord-américaine est à relativiser face au développement en Asie, notamment en Inde, au Japon, en Corée du Sud, à Taïwan et, dans une moindre mesure pour l'instant, en Chine. En effet, Mumbai vend ses productions « bollywoodiennes » en Asie et en Afrique depuis des décennies, et les séries japonaises s'exportent depuis plus de 40 ans dans les pays industrialisés, notamment en France et en Italie[98]. Ces quelques exemples soulignent un biais occidentalisant dans les conceptions des phénomènes économiques, sociaux et politiques regroupés sous les étiquettes de mondialisation et de globalisation.

3.1.1. De l'internationalisation à la globalisation en passant par la mondialisation

Armand Mattelart, dans son ouvrage sur *La mondialisation de la communication* (2008), constate que « globalisation » représente une simple reprise, dans les pays latins, du mot américain « *globalization* ». La généalogie qu'il brosse de ce concept fait des Anglo-Saxons les pionniers de ce large mouvement sociétal. Ainsi, le précurseur au concept de « *globalization* », le terme « *internationalization* », forgé en 1780 par le philosophe utilitariste Jeremy Bentham, est intégré à la langue française en 1802, le 'z' étant remplacé par un 's'. Le concept d'internationalisation est étroitement lié à la formation des nations, à partir du 17ème siècle, et aux relations que celles-ci ont progressivement établies les unes avec les autres en tant qu'Etats, non seulement dans le domaine du politique, mais aussi et surtout de l'économie. Les principales incarnations de cette vision des relations entre pays se manifestent dans la création, au 19ème siècle, d'organisations dites justement « internationales », regroupant des représentants de ces nations chargés d'établir des normes et standards auxquels tous les pays membres adhèrent, afin de favoriser les échanges[99]. Roland Robertson estime que l'idée d'une planète-globe, sur laquelle serait embarquée l'ensemble de l'humanité, comme horizon physique et intellectuel indépassable, qui a servi de matrice au développement de la notion de « *globalization* », remonte aux années 1960. Il s'agissait alors de proposer un cadre général de réflexion pour construire les stratégies d'intégration politique, économique et sociale dans la modernité occidentale de ce que l'on appelait alors le « tiers-monde »[100].

---

[98] Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*, p. 69-70 ; Frederik Schodt, *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga*, Berkeley, CA, Stone Bridge Press, 1996, p. 305-307.

[99] Armand Mattelart, *La mondialisation de la communication*, *op. cit.*, p. 5.

[100] Roland Robertson, *Globalization: Social Theory and Global Culture*, Thousand Oaks, {CA}, Sage Publications Ltd, 1992, p. 11.

Dans les espaces francophones, le concept de « mondialisation » est utilisé jusque dans les années 1980, lorsqu'apparaît, le mot « globalisation », résultat de la francisation de son équivalent anglo-saxon. Celui-ci permet alors de rendre compte de l'interconnexion croissante entre les réseaux économiques nationaux par leurs branchements sur une superstructure qui impose progressivement ses normes de fonctionnement et standards techniques à l'ensemble de ses branches ou sous-traitants locaux. Depuis les années 90, les mots mondialisation et globalisation sont ainsi souvent utilisés de manière interchangeable dans les discours courants. Cependant, contrairement au premier, le second ne recouvre pas seulement une dimension géographique, mais bien une approche totalisante de l'économie moderne. Son maître-mot est "intégration", soit l'imbrication de chaque élément d'un groupe commercial dans une espèce de super-organisme, reflétant une vision globale du monde. Les réseaux de communication en deviennent alors son infrastructure de soutien et d'alimentation[101]. David Held et Anthony Mcgrew (1999), éditeurs d'un ouvrage de synthèse sur la question, estiment qu'il est possible de concevoir la globalisation comme un faisceau de phénomènes plus ou moins convergents, concernant tous les aspects de la vie en société et ses institutions. Ils en donnent la définition générale suivante:

> Un processus (ou ensemble de processus) qui incarne une transformation dans l'organisation spatiale des relations sociales et des transactions - évaluées en termes de leur étendue, intensité, rapidité et impact - générant des flux et des réseaux transcontinentaux et interrégionaux d'activités, d'interactions et d'exercices du pouvoir[102].

Les notions de "flux" et de "réseau" sont au cœur de cette vision du monde qui représente une convergence entre des idéologies issues de divers domaines sociaux, technologiques et économiques. Les deux auteurs les définissent de la façon suivante:

- Flux: « Mouvements d'objets, de personnes, de symboles, de marques, d'information dans le temps et l'espace. »
- Réseau: « Interactions régulées ou modélisées entre des agents indépendants, des nœuds d'activités ou des sites de pouvoirs. »[103]

---

[101] Armand Mattelart, *La mondialisation de la communication*, *op. cit.*, p. 85-87.
[102] David Held, Anthony McGrew, David Goldblatt, and Jonathan Perraton, *Global Transformations: Politics, Economics, and Culture*, Palo Alto, CA, Stanford University Press, 1999, p. 55.
[103] *Ibid*.

Le phénomène que l'on appelle globalisation peut donc être évalué grâce aux critères suivants: l'étendue, l'intensité, la rapidité et la force d'impact de l'ensemble des réseaux existant et des flux qui les parcourent. Ils permettent aussi de dégager une sorte de typologie des diverses formes qu'ont pris la globalisation dans la grande histoire humaine et comparer les éléments de phénomènes comme le commerce le long des routes de la soie dans la période prémoderne ou la colonisation des continents africains et asiatiques au 19ème siècle[104]. Pour Roland Robertson, si ce processus ou plutôt ce mouvement se déploie depuis des siècles déjà, le concept-même de globalisation et la conscience de tendre vers ce qu'il appelle l' « unicité globale », sont eux étroitement liés au phénomène de modernisation, voire de post-modernisation. Dans cette optique, il considère que l'on ne peut vraiment l'appliquer qu'au monde actuel, conçu comme un tout. Il estime donc que toute étude concernant la globalisation doit s'inscrire dans un cadre qui soit défini par les questions de modélisation et de conscience de vivre sur une même planète[105] .

3.1.2. Pas si globalisé que cela: l'industrie du divertissement audiovisuel et le transnationalisme

Cependant, lorsqu'il s'agit d'analyser les industries des médias et du divertissement audiovisuel, un certain nombre d'auteurs préfèrent utiliser d'autres termes comme « transnationalisation ». Bien que leurs arguments pour cette prise de position conceptuelle diffèrent sensiblement, ils se retrouvent sur un point implicite : la globalisation est un processus, pas un état caractéristique du monde actuel, même si les discours courants tendent à présenter les choses de cette façon. En tant que processus, elle se développe par étape et nous serions encore loin d'atteindre un niveau complet de globalisation. Koichi Iwabuchi (2002), parle ainsi de « transnationalisme », en soulignant ce que ces conceptions ont de particulier à une vision occidentale du monde moderne. Le sociologue japonais fonde sa réflexion sur une définition de la globalisation donnée par Stuart Hall (1995) :

> La globalisation est le processus par lequel des régions relativement distantes du globe convergent en intersection dans un espace imaginaire unique; lorsque leurs histoires respectives se réunissent dans une zone temporelle ou un cadre temporel dominé par l'Occident; lorsque des fossés profonds renforcés par l'espace et la distance se retrouvent reliés par des connexions (voyage, commerce, conquête, colonisation, marché, capital et le flux du travail, des biens

---

[104] *Ibid*., p. 22-25.
[105] Roland Robertson, *Globalization*, *op. cit.*, p. 53-54.

> et des profits), qui érodent progressivement la distinction claire et nette entre l' « intérieur » et l' « extérieur »[106].

Cette définition met l'accent sur l'idée d'intersection, plutôt que d'intégration ou même d'homogénéisation, ce qui mène alors aux questions d'appropriation et d'indigénisation. Elle présente l'Occident comme principal vecteur des discours sur la globalisation moderne et ses éventuels chocs frontaux avec les ambitions non moins globales de pouvoirs non-occidentaux. Avec les notions de « zone temporelle » ou de « cadre temporel », elle souligne le court-circuitage de l'espace-temps au travers de l'usage des nouvelles technologies de communication et de transport. L'idée de contacts, même virtuels, par des connexions est également mise en exergue. Finalement, la question des divergences culturelles est abordée sous l'angle de la dichotomie entre extérieur et intérieur, mettant ainsi en avant le rôle joué par les communautés, aussi définies comme des unités collectives générales[107].

L'auteur relève plusieurs avantages de cette définition lorsque l'on tente de saisir des phénomènes socio-économiques spécifiques dans un cadre d'extension géographique et anthropologique des activités humaines. Tout d'abord, les deux notions d'appropriation et d'indigénisation, couplées à celles d'intérieur et d'extérieur, permettent de rendre compte de phénomènes en apparence contradictoires et incompatibles, comme l'adoption d'esthétiques, de goûts et d'habitudes de consommation dans des environnements socioculturels *a priori* imperméables à ces importations. Ou au contraire, de résistance et de rejet de ces produits et de certaines logiques commerciales au niveau local. Elle souligne aussi la domination occidentale dans le processus récent de la globalisation, qui, en tant que clé de lecture du monde, a été importée par les puissances européennes et américaines dans les pays non-occidentaux.

En conséquence, est apparue une multiplicité de formes de modernité, dans lesquelles les modes de vie ressemblent à ceux en vigueur en Occident mais, en même temps, restent différents. Des éléments connus apparaissent ainsi lointaines et d'autres pratiques exotiques semblent soudainement étrangement familières. Cette définition permet aussi de prendre un peu de distance avec le mythe du village global, dans lequel les décalages de la vie quotidienne se retrouvent compensés par les nouvelles technologies de communication dont l'existence est en elle-même considérée comme un facteur de globalisation, et qui feraient que les usagers

---

[106] Koichi Iwabuchi, *Recentering Globalization*, *op. cit.*, p. 15.
[107] *Ibid*.

évolueraient dans une même zone socio-temporelle, dans des sortes de communautés planétaires. Mais, l'articulation entre l'idée de connexion, de technologies et de court-circuitage de l'espace-temps permet de rendre compte d'une certaine forme de lien entre notre quotidien et un contexte pensé de manière globale[108], une logique incarnée par les dispositifs digitaux, dont le DVD est un exemple.

Cependant, Koichi Iwabuchi lui reproche aussi, comme à la plupart des descriptions de la globalisation, de nier complètement la notion d'État-nation. Sans vouloir revenir à une perception désuète de celle-ci, qui était incarnée par le terme « international » et son substantif « internationalisation », il lui substitue alors une notion intermédiaire, le « transnationalisme ». Ce concept permet de souligner à la fois la manière dont certains acteurs industriels arrivent à « transgresser » les frontières ou les forcent à fusionner les unes dans les autres et comment des objets culturels exogènes sont intégrés au niveau local. L'adjectif « transnational » ne nie pas les frontières nationales, mais permet de considérer leurs transgressions et leurs transformations[109]. Si l'on considère le fonctionnement actuel de l'industrie japonaise du divertissement, on peut difficilement parler de globalisation, dans le sens entendu par Hall et les autres « globalistes ». Elle a beau avoir développé des relations commerciales et économiques avec des acteurs industriels dans le monde entier, son fonctionnement reste enraciné dans sa matrice initiale. En effet, comme le montre Anne Allison (2006), dans son ouvrage sur la diffusion du phénomène *Pokémon* aux USA et dans le reste du monde, ce ne sont pas les entreprises japonaises à l'origine de ces univers narratifs qui les ont exportés, mais plutôt des branches de Nintendo et Bandai à l'étranger ainsi que des chaînes de télévision nationales qui ont importé les *animes* de cette franchise, en accord avec les principaux ayant-droits nippons[110]. Or tous ces acteurs industriels ne sont pas intégrés au sein d'un même groupe industriel mais forment plutôt une sorte de nébuleuse transnationale du divertissement, avec des ramifications locales chargées d'adapter les campagnes marketing et les produits eux-mêmes aux spécificités de « leurs » publics.

Malgré tout, il paraît difficile de faire abstraction de ce concept dans la mesure où, réalité empirique ou pas, les discours courants sur le sujet considèrent la globalisation, c'est-à-dire l'interconnexion planétaire des hommes comme un état de fait incontestable, dont le développement de réseaux électroniques de communication et de transmission, toujours plus

---

[108] *Ibid*., p. 15-16.
[109] *Ibid*., p. 16-17.
[110] Anne Allison, *Millennial Monsters, op. cit.*

étendus, rapides et individualisés, représente le témoignage le plus évident. Cela signifie que le terme « globalisation » sera utilisé comme un horizon de références discursives délimitant le cadre idéologique dans lequel s'inscrivent les technologies numériques au cœur de la problématique de cette recherche. Par contre, lorsqu'il s'agira de décrire le fonctionnement de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, ainsi que l'évolution des dispositifs technologiques sur lesquels elle s'appuie, on aura plutôt recours au terme « transnationalisme » et à son substantif, « transnationalisation ».

3.2. La transnationalisation : traduction et adaptation

La notion de transnationalisme s'avère aussi très utile pour aborder la question de la capacité d'un texte à voyager d'un cadre de réception à un autre. Celle-ci n'est pas nouvelle. Comme le montre l'histoire de la distribution internationale des films, telle que relatée par Abé Mark Nornes (2007), la traduction ainsi que l'adaptation technoculturelle en constituent des éléments fondamentaux. En effet, dès ses débuts, l'industrie du cinéma, aux USA et en Europe en tout cas, s'est pensée au niveau planétaire. La télévision, si elle s'est développée initialement comme un système médiatique national, du fait de la mainmise des Etats sur la gestion des infrastructures de diffusion ou la localisation des entreprises privées qui en étaient chargées (notamment les fameux *networks* américains), les producteurs de programmes, au sein des chaînes, puis d'entreprises spécialisées, ont assez rapidement commercialisé leurs produits à l'étranger. C'est ainsi que les séries nord-américaines et latino-américaines notamment, mais également dans une moindre mesure, coréennes et japonaises, se sont répandues dans les foyers du monde entier[111].

Abé Mark Nornes propose d'utiliser le concept de « trafic » pour décrire la manière dont les « contenus médiatiques » voyagent à travers la planète. Il définit ce « trafic » comme « une forme de mouvement ou [de] circulation avec des régulations. »[112] Par « contenus médiatiques », il est entendu des textes réalisés dans le cadre d'une institution médiatique, commerciale ou pas, privée ou publique, c'est-à-dire, se posant comme intermédiaire entre un producteur et des destinataires. La notion de « régulations » désigne les balises commerciales, politiques et techniques qui guident le flot des produits circulant entre les pays, lesquelles concernent notamment les normes de traduction et d'adaptation de ces textes.

---

[111] Allen, Robert (dir.), *To be Continued. . .: Soap Operas Around the World*, London, New York, Routledge, 1995, p. 11-12.
[112] Abe Mark Nornes, *Cinema Babel, op. cit.*, p. 4.

En effet, malgré les annonces catastrophistes d'une uniformisation culturelle imminente à la sauce de l'Oncle Sam, la spécificité nationale représente encore un horizon identitaire pour la plupart des gens. De plus, les administrations gouvernementales conservent une voix souvent prédominante au chapitre de ce qui est diffusé et distribué auprès de leurs populations[113]. Les *majors* sont donc encore largement soumises aux contingences liées à l'existence des Etats-nations. Celles-ci peuvent se manifester sous la forme de lois protectionnistes, de censure politique ou encore, plus directement, dans la relation qu'entretient le public avec l'étranger.

Pour que des séries produites dans le contexte japonais puissent avoir du succès dans d'autres pays, il doit exister certains vecteurs qui leur permettent de traverser les multiples frontières sociales et nationales et d'être bien reçus dans ces territoires. Pour Koichi Iwabuchi et Anne Allison, qui ont tous deux longuement étudié le phénomène de ce que Douglas Mcgray a appelé le *Japan's Gross National Cool*[114] pour définir l'influence de ce pays sur le secteur de la culture de masse, le facteur technologique a joué un rôle important dans cette capacité à s'exporter aussi massivement. Le sociologue japonais souligne le paradoxe du succès mondial des technologies et produits commerciaux nippons : perçus comme issu du « cool japonais », ils seraient considérés comme « *mukokuseki* », c'est-à-dire, sans aucune odeur culturelle, qui permettrait de les identifier comme typiquement japonais. En d'autres termes, il semblerait que les fans de ces produits les apprécient du fait de leur absence de tout composant d'essence nationale[115]. Cela ne signifie pas que ces produits soient totalement anonymes, dénués de tous marqueurs signalant leur origine, mais plutôt que ceux-ci ont été atténués et neutralisés, afin de mieux se fondre dans un imaginaire global, c'est-à-dire un imaginaire connu du plus grand nombre[116].

Cette caractéristique des produits médiatiques japonais résulte de l'émergence, dans les années 1990, de grands groupes intégrant de manière verticale les activités de création et de distribution de contenus sur une multitude de technologies de livraison et de lecture, dont une partie est issue d'innovations technologiques développées préalablement par des entreprises japonaises spécialisées dans l'ingénierie électronique[117]. Ces entreprises ont également

---

[113] *Ibid*., p. 6-7.
[114] Le « cool » national brut japonais de Douglas McGray, “Japan’s Gross National Cool,” *Foreign Policy*, no. 130, p. 44-54.
[115] Koichi Iwabuchi, *Recentering Globalization*, *op. cit.*, p. 33.
[116] Edgar Morin et Eric Macé, *L’Esprit du temps*, *op. cit.*, p. 11.
[117] Koichi Iwabuchi, *Recentering Globalization*, *op. cit.*, p. 35-37.

contribué au développement du disque laser, à la fin des années 70 et du DVD dans les années 90 ainsi que de son héritier haute-définition, le blu-ray, commercialisé à partir de 2008. Cette convergence entre divers secteurs industriels et des groupes transnationaux aurait ainsi favorisé la recherche de produits standardisés, notamment grâce à des normes techniques, ainsi que des conventions narratives et esthétiques, mais suffisamment souples pour être adaptés à divers contextes de réception. La principale conséquence de ce processus de transculturation des produits est de rendre l'identification de l'origine du produit plus difficile et, parfois, sans importance pour le destinataire. L'influence culturelle est alors fortement diluée dans la constante négociation au niveau localisé de textes considérés comme partagés mondialement, mais taillés à la mesure des préférences spécifiques aux publics visés[118].

Le DVD présente plusieurs caractéristiques sociotechniques qui en font un véhicule idéal du trafic transnational des séries TV et des films, mais c'est le processus de réalisation des sous-titres et doublages qui en constituent probablement l'illustration la plus emblématique. Comme le relate Abé Mark Nornes, tout film destiné à une distribution internationale passe par les mains d'entreprises spécialisées dans la réalisation de traductions qui ne travaillent qu'à partir de scripts en anglais. Ainsi, un film réalisé en espagnol ou en chinois, devra d'abord être traduit en anglais, avant de pouvoir bénéficier d'une traduction dans d'autres langues. Travaillant uniquement à partir de fichiers électroniques, ces entreprises fournissent directement le matériel nécessaire à la réalisation des bandes-sons et de sous-titres pour l'édition DVD. C'est ainsi qu'il se présente comme un objet de transnationalisation[119]. Si les sous-titrages constituent un mode relativement ancien d'accès à l'histoire d'un film, ce n'est que très récemment qu'il a été utilisé pour les séries TV. L'une des principales raisons tient à la taille et à la résolution insuffisante des écrans jusque dans les années 90, qui aurait gâché l'expérience des téléspectateurs[120]. La méthode utilisée le plus souvent était donc le doublage, que ce soit pour la diffusion télévisuelle nationale ou l'édition en VHS, lorsqu'il y en avait. L'édition DVD des séries comporte généralement la version doublée, diffusée à la télévision, et une version originale sous-titrée en diverses langues. Cet alliage de plusieurs traductions et formats de traduction sur une même technologie de livraison permet une distribution qui n'est plus uniquement guidée par des critères liés au caractère national du public, mais plutôt à la langue parlée, notamment lorsque celle-ci concerne des populations de plusieurs pays

---

[118] *Ibid*., p. 45.
[119] Abe Mark Nornes, *Cinema Babel*, *op. cit.*, p. 229-243.
[120] *Ibid*., p. 199.

(espagnol, arabe, français, allemand, etc.) ou a même le statut de *lingua franca*, comme l'anglais. Les éditeurs de DVD se positionnent donc comme des agents de la circulation de ces séries TV, non pas entre des pays, mais entre des zones linguistiques et les cultures du divertissement qui leur sont associées.

4. Le numérique entre dématérialisation et re-matérialisation

4.1. La question du numérique : le langage binaire et l'universalité

La numérisation ou digitalisation constitue le troisième grand axe théorique de cette thèse, puisque les *animes* ont beaucoup bénéficié de l'adoption généralisée de ce « dispositif de diffusion » (au sens où l'entend Régis Debray, 2000, cf. 1.2. Nature et positionnement du DVD dans le système médiatique, dans ce chapitre). La vulgate tend à considérer la révolution numérique comme un état de fait, une réalité déterminant désormais l'orientation des sociétés industrialisées. Mais, lorsqu'on la considère sous l'angle des sciences de l'information et de la communication (SIC), il apparaît que cette prédominance technologique résulte de logiques non seulement techniques, mais aussi et surtout politiques et sociales.

Pour nombre d'auteurs, la digitalisation est intimement liée à la globalisation, non seulement comme moteur, mais aussi comme conséquence directe de ce processus remontant au moins à l'époque des Lumières, si ce n'est plus tôt encore[121]. Dans une optique de commerce mondial et de concurrence économique, le besoin de réseaux d'échanges et de communication toujours plus rapides et efficaces s'est ainsi fait sentir dès le 18ème siècle, comme l'illustre les grandes envolées lyriques de nombreux intellectuels et ingénieurs de l'époque à propos des bateaux à vapeur, des premiers télégraphes, et du développement de l'imprimerie. Le numérique s'inscrit ainsi dans la poursuite d'un vieux rêve, celui de l'ubiquité ou la capacité d'être partout en même temps[122].

Dans leur ouvrage sur *L'explosion de la communication*, Serges Proulx et Philippe Breton font ainsi remonter cette primauté de l'information dans plusieurs domaines-clé de notre vie quotidienne à un renversement dans les modalités de transmission du savoir à la Renaissance. En effet, avec l'essor du calcul sous l'impulsion des mathématiciens de l'époque et d'une sorte

---

[121] Armand Mattelart, *La mondialisation de la communication*, *op. cit.*
[122] Philippe Breton et Serge Proulx, *L'explosion de la communication*, *op. cit.*

de « mystique du calcul », a émergé un savoir formel, reproductible indépendamment de la pratique empirique. Celui-ci a rencontré un tout nouveau mode de transport et de relais de la pensée, le livre, puis un peu plus tard, le livre imprimé. Désormais, la transmission du savoir ne dépend plus uniquement de détenteurs de ce savoir, mais peut se faire dans divers contextes auprès de ceux qui sont capables de lire et d'appréhender le matériel contenu dans les livres[123].

Comme l'explique Armand Mattelart, cette foi dans l'universalité des mathématiques et des nombres s'est incarnée au 18ème siècle dans l'idée que la communication, c'est-à-dire des relations harmonieuses entre les hommes, nécessite une standardisation des moyens et des langages d'échange. Pour pouvoir se comprendre, il faut parler la même langue et utiliser les mêmes outils. Dans l'optique rationnelle du siècle des Lumières, communiquer signifie surmonter les aléas de la nature qui peuvent brouiller les liens. Il s'agit donc d'imposer des normes, fondées sur les mathématiques afin de donner naissance à un langage universel, épousant la raison commune à tous les hommes[124].

A la même époque, les mathématiques continuent de se développer dans le cadre de grands travaux de génie civil. Ceux-ci nécessitant des capacités importantes de calcul, bien au-delà de ce que peut faire un individu, aussi savant soit-il, les ingénieurs se voient poussés à trouver des solutions techniques, basées sur les sciences, notamment la logique. Avec les premières machines à cartes perforées au 19ème siècle, un discours sur la possibilité d'un langage universel, basé sur le calcul binaire, se fait progressivement jour pour prendre une importance paradigmatique au 20ème siècle, notamment dans le domaine de la téléphonie et de la transmission radio. Couplée à la diffusion de la civilisation occidentale dans le monde entier grâce aux conquêtes coloniales et à l'amélioration rapide des modes de transport, l'idéologie d'un village planétaire ou global commence aussi à s'imposer dans les discours sociaux. Pour soutenir cette tendance générale, il faut donc pouvoir transmettre de grosses quantités de données le plus rapidement possible. C'est dans cette optique que naissent les premiers systèmes de « télétypes », constitués de machines émettrices et réceptrices à cartes perforées, liées par une ligne téléphonique ou radio, et dont les signaux sont donc codés en langage mathématique utilisé dans les premiers systèmes de téléphonie ou de transmission radio[125].

---

[123] *Ibid*., p. 280-282.
[124] Armand Mattelart, *La mondialisation de la communication*, *op. cit.*, p. 7-9.
[125] Philippe Breton et Serge Proulx, *L'explosion de la communication*, *op. cit.*, p. 283-284.

Résultant du développement de secteurs économiques d'importance, comme l'informatique, mais aussi et surtout, les télécommunications et la médiation à distance (télévision, radiodiffusion, cinéma), l'adoption généralisée du numérique s'inscrit aussi dans une longue lignée de tentatives technologiques visant à résoudre un problème ancien, remontant au début de la révolution industrielle : celui de la conciliation entre la standardisation de masse, nécessaire à une production à grande échelle aussi bon marché que possible, et l'adaptation de ces produits aux goûts spécifiques des milliers, millions voir milliards d'anonymes qui constituent cette masse. Le numérique promet, dès ses débuts, d'offrir un moyen peu coûteux de concilier les deux approches. La dématérialisation des contenus, c'est-à-dire, leur transformation en paquets de 1 et de 0, débouche sur une dissociation des codes (image, écriture, son, images mobiles, vidéo) d'avec leurs supports physiques habituels (essentiellement le papier, les pellicules et les bandes magnétiques pour le 20ème siècle) et par extension, des circuits de distribution institutionnels (privés ou publics) préexistants. En d'autres termes, la digitalisation des contenus les transforment en ce que Louise Merzeau (2007) appelle de simples énoncés, c'est-à-dire, des morceaux de production intellectuelle, que l'on peut séparer et réassembler à sa guise, puisqu'ils sont tous réduits à un même code, le code binaire, ce qui rend possible la déclinaison quasiment à l'infini d'un même modèle de départ en de multiples dérivés[126].

Le DVD incarne particulièrement bien cette logique, puisqu'il se présente comme un assemblage de contenus aux divers statuts (fiction, documentaires, biographies, commentaires audio, publicité, etc.), réduits en énoncés, puis re-conditionnés en deux catégories : le contenu principal, et les annexes ou "bonus". Le numérique permet ici de créer un produit vidéo spécifique, l'édition DVD, à partir d'éléments divers, issus de multiples domaines commerciaux et artistiques. De fait, l'adoption d'une technologie de livraison numérique comme le DVD s'insère parfaitement dans les développements techniques et commerciaux des stratégies transmédia, en matérialisant sous forme digitale la transformation d'univers fictionnels en simples données.

4.2. Le DVD et la redéfinition des pratiques

Face à la multitude de points d'accès aux *animes*, les particuliers font leurs choix en fonction d'une part de l'expérience audiovisuelle qu'ils attendent de chaque version, mais aussi de leurs

---

[126] Louise Merzeau, *Une nouvelle feuille de route (de la vidéosphère à l'hypersphère)*, http://www.merzeau.net/txt/mediation/berlin.html, consulté le June 23, 2010.

capacités financières, économiques et techniques. Les DVD ne représentent que l'un d'entre eux, à côté des VCD, des sites Internet de distribution, légaux ou illégaux et de la diffusion télévisuelle. Les télévisions européennes diffusant aujourd'hui peu d'*animes* et se limitent à ceux qui sont destinés aux pré-adolescents, à quelques exceptions près, ce qui signifie qu'Internet et les technologies vidéos (dont le DVD et le Blu-ray) constituent les principaux moyens d'accès à ces séries TV. Si chacune des versions de ces univers narratifs (*manga*, *anime*, jeux vidéo) est issue d'un système médiatique *a priori* distinct, le fonctionnement en réseau des entreprises impliquées et l'usage du numérique (même pour les *mangas*, qui commencent à être commercialisés en téléchargement sur téléphones portables ou sur le Web) change leur statut dans les pratiques techno-culturelles. Ces produits encouragent donc en plus une certaine technophilie, c'est-à-dire un goût pour l'apprentissage et la maîtrise des objets technologiques qui convoient ces contenus en accord avec les discours marketing accompagnant leur commercialisation. Ce constat se vérifie particulièrement dans le cas du DVD qui, d'après Glyn Davis, est en train de redéfinir les critères de la cinéphilie, en déplaçant l'attention des particuliers sur les caractéristiques technologiques de l'expérience audiovisuelle, dont le succès dépend désormais de la conservation de la qualité des paramètres audiovisuels originaux, aux dépends des préoccupations concernant les « auteurs », en tant qu'artiste, et son œuvre[127]. Le DVD ramène au premier plan les questions de dispositifs techniques utilisés dans les productions audiovisuelles, notamment ce que l'on appelle les effets spéciaux, mais aussi les nouvelles techniques de tournage, telles que l'animation générée par ordinateur, dont la 3D représente la manifestation la plus spectaculaire.

En cela, le DVD représente donc un site de passage entre ce que Tom Brown appelle l' « immédiateté transparente », c'est-à-dire la connaissance que ce qui se déroule sous les yeux ne constitue qu'une illusion dans laquelle le spectateur est appelé à se plonger en oubliant un instant la réalité, et l' « hypermédiateté », qui désigne une forme de compréhension du contenu, par laquelle le spectateur non seulement sait qu'il s'agit d'une illusion d'optique, mais s'émerveille aussi de la manière dont celle-ci a été créée. En effet, l'un des principaux objectifs des « boni » est de révéler les artifices narratologiques et de mises en scène, dans une sorte de mise en abîme, puisque ces reportages et commentaires sont eux-mêmes incorporés dans une toile numériques d'intra-textes fondus dans un seul produit[128]. Cette « double conscience », du

---

[127] Glyn Davis, “A Taste for Leeches! DVDs, Audience Configurations, and Generic Hybridity,” *op. cit.*, p. 49.
[128] Tom Brown, “The DVD of Attractions: The Lion King and the Digital Theme Park,” *in Film and Television after DVD*, New York, Routledge, 2008, p. 83.

contenu et de ses conditions de production ainsi que des intentions des auteurs[129], constitue le pivot autour duquel s'articule la définition des usages et le processus de réception chez les destinataires auxquels s'adressent les éditeurs de DVD. Pour John Caldwell, les "boni" que l'on trouve sur les DVD se composent essentiellement du matériel que l'on incorporait auparavant dans les dossiers de presse électronique (DPE), généralement distribués aux journalistes et critiques médiatiques sur une cassette BetacamSP[130].

Il estime ainsi que l'une des principales ruptures qu'apporte le DVD par rapport aux anciennes plates-formes vidéo se manifeste dans le contournement des « relais culturels », que sont les prescripteurs d'opinions, tels que les magazines culturels, les journalistes critiques et les divers spécialistes s'exprimant dans l'espace public[131]. Bien qu'ils existent toujours, ils sont concurrencés par les discours proposés par l'industrie directement aux particuliers. Par ailleurs, ces critiques et spécialistes du monde audiovisuel sont de plus en plus nombreux à baser leurs évaluations non pas uniquement sur le texte principal (le film ou les épisodes de la série), mais aussi sur le produit DVD dans son intégralité, jugeant aussi les contenus additionnels comme un élément à part entière constitutif de cet ensemble éditorial. Comme l'achat et le visionnement de DVD se font de façon privée, les analyses critiques des représentants du « bon goût » ou de l'opinion « mainstream », perdent en partie de leur influence, laissant progressivement plus de place à d'autres formes de légitimité culturelle[132].

Ces discours concernant aussi bien les textes que les technologies qui les convoient posent les limites de ce que le particulier peut raisonnablement attendre de son expérience audiovisuelle, aussi bien en termes de réception que d'usages dans le cadre de pratiques légitimes. L'apprentissage et l'appropriation progressive d'une technologie dépend en grande partie de la manière dont son utilité et son emploi sont conçues. Ces pratiques entrent aussi en jeu dans la hiérarchie des publics, tels que représentés dans les diverses fictions de public qui circulent dans l'espace social. Celles-ci dépendent à leur tour de l'interaction entre les logiques commerciales, socio-culturelles et techniques qui ont traversé l'industrie du divertissement audiovisuel depuis sa naissance au tournant des 19ème et 20ème siècles.

---

[129] Catherine Grant, "Auteur Machines? Auteurism and the DVD," *in Film and Television after DVD*, New York, Routledge, 2008, p. 101.
[130] John T Caldwell, "Prefiguring DVD Bonus Tracks, Making-of and Behind-the-Scenes as Historic Television Programming Strategies Prototypes," *in Film and Television after DVD*, New York, Routledge, 2008, p. 158-159.
[131] *Ibid*., p. 161.
[132] Glyn Davis, "A Taste for Leeches! DVDs, Audience Configurations, and Generic Hybridity," *op. cit.*, p. 50.

Résumé du chapitre 1

D'un point de vue des sciences de l'information et de la communication, l'étude de la perception du re-conditionnement des *animes* en produits DVD par leurs destinataires nous oblige à prendre en compte l'articulation entre les médias, conçus comme des systèmes socio-culturels de transport de contenus, et leur contexte industriel, caractérisé par une tension constante entre stratégies de massification et dynamiques d'individualisation, liée à la difficulté à identifier les 'cibles' de ces productions. En effet, ces 30-40 dernières années, la tendance a été à une fragmentation accélérée des audiences et des usagers, et consécutivement, à une course à leur rassemblement grâce à des stratégies de sérialisation et de transmédia, permettant de décliner un univers narratif en de multiples versions médiatiques. C'est ainsi qu'il ressort que l'édition DVD constitue une forme partielle de transmédialité. La combinaison de la sociologie de la réception et des usages permet de renverser la perspective du calcul d'audimat à partir d'agrégats anonymes de profils sociodémographiques, pour faire émerger des « particuliers » se situant eux-mêmes dans un environnement socio-culturel traversé de discours d'autorité sur les contenus appropriés pour tel ou tel public et le meilleur moyen technologique de les apprécier. Cette approche doit alors permettre de mieux comprendre comment les éditions DVD s'inscrivent dans les pratiques de suivi des *animes* par les publics francophones et germanophones en Europe.

Le fait que les *animes* soient des séries TV exportées dans le monde entier pose aussi la question de leur circulation le longs des routes commerciales qui s'avèrent cependant moins globalisées que transnationales, c'est-à-dire que les frontières nationales, culturelles et techniques sont encore loin d'être tombées. Ainsi, ces contenus médiatiques circulent sur des voies qui sont encore balisées par des contraintes à la fois étatiques et privées. Pour surmonter ces obstacles, les acteurs industriels n'ont eu de cesse de développer des stratégies de « neutralisation » des éléments nationaux trop saillants afin de les rendre « *mukokuseki* », soit « inodores » ou dispensant une fragrance culturelle moins forte. Le DVD, du fait de l'usage du numérique, un langage qui se veut universel, de plus en plus adopté par l'ensemble des médias, représente donc un véhicule relativement neutre et permettant un certain camouflage au cours du processus d'édition. En favorisant l'assemblage de contenus en provenance de diverses sources médiatiques en un seul produit, ces éditions transforment aussi leur statut, tout en les adaptant à divers publics tels qu'imaginés par les éditeurs.

Le chapitre suivant propose une synthèse diachronique des logiques sous-jacentes à ces évolutions dans les industries du divertissement audiovisuel, afin de mieux comprendre dans quelles circonstances est né le DVD

Chapitre 2 : Du kinétoscope au DVD, vers des pratiques personnalisées

1. Les contextes sociotechniques d'audienciation : public ou privé, collectif ou individuel

Ce chapitre aborde quelques tensions profondes qui ont travaillé les industries du divertissement audiovisuel depuis la fin du 19ème siècle, combinant une perspective diachronique et sociotechnique, rendant compte des évolutions des usages et des pratiques. Depuis les premières démonstrations collectives des prouesses du kinétographe, dans les foires populaires au cours des années 1890, jusqu'aux pratiques fortement individualisées de visionnement de vidéos sur des plates-formes électroniques comme YouTube ou DailyMotion à partir d'un téléphone portable dit "intelligent" (*Smartphone*), on observe à la fois une continuité dans la fascination vis-à-vis de l'image qui bouge ainsi que de l'écran et des ruptures importantes dans les pratiques, aussi bien du côté des acteurs industriels que des destinataires de leurs produits. Plus que de ruptures d'ailleurs, il faudrait peut-être plutôt parler de tiraillements entre divers pôles d'idéaux techno-culturels, générés par des conceptions parfois contradictoires de ce qui constitue des distractions saines et intelligentes ou des modèles commerciaux rentables en fonction de la transformation, parfois rapide, des habitudes dans le domaine du divertissement audiovisuel. C'est ainsi que l'on constate une oscillation entre des pratiques relevant du privé ou du public, de l'individuel ou du collectif, ces variables pouvant se combiner selon diverses configurations. Or, on retrouve ces mêmes tensions dans les logiques commerciales et socio-culturelles qui ont présidé à l'adoption du DVD comme technologie numérique de livraison vidéo et dans le re-conditionnement de contenus issus de l'industrie de flot en produits tangibles à collectionner.

1.1. Les foules face au grand écran

Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir considèrent que le cinéma a constitué la première industrie dite « culturelle » née au 20ème siècle. D'abord porté par de petites structures entrepreneuriales, il se caractérisa assez rapidement par les traits suivants : la formation de groupes géants, résultant de fusions et acquisitions, une division du travail très élaborée le long d'une chaîne de production maîtrisée à toutes les étapes en vue d'une efficacité maximale,

et une dépendance à la publicité de masse[133]. Mais, il devint aussi un art qui réussit à offrir une réponse au besoin de ré-enchantement que ressentaient les populations subissant les conséquences socio-économiques de la révolution industrielle à la fin du 19ème siècle[134]. De plus, dans la foulée des grands rêves cosmopolites qui caractérisaient les sociétés industrialisées de cette période, les entrepreneurs du cinéma se placèrent très vite dans une perspective internationale. Ainsi, la diffusion des cinématographes fut si rapide et étendue que les pays d'Amérique du Sud, d'Afrique et d'Asie, sous domination coloniale, virent arriver chez eux ces machines presqu'en même temps qu'en Europe et en Amérique du Nord[135].

Issu d'un ancien désir de fixer la vie animée sur un support matériel, le cinéma s'inscrivait dans la prolongation des travaux d'inventeurs-entrepreneurs qui développaient depuis plusieurs décennies déjà les techniques de la photographie[136]. Les premiers prototypes de machines capables de capturer les mouvements furent conçus par des ingénieurs comme l'Américain Eadweard Muybridge, au cours des années 1870-1880, dans le cadre de recherches scientifiques sur une ancienne et lancinante question depuis la Renaissance : la décomposition des mouvements et leur reproduction. Mais, le cinéma comme langage artistique et spectacle commercial débuta véritablement avec les initiatives quasi-simultanées menées par des hommes d'affaires, souvent eux-mêmes ingénieurs, déjà actifs dans le domaine de la photographie, notamment les Frères Lumière en France, et Thomas Edison, aux USA. Cependant, assez rapidement, les usages imaginés pour ces appareils se diversifièrent. Bien que reposant sur des principes mécaniques similaires, les logiques présidant à la destinée commerciale des dispositifs cinématographiques différèrent significativement en Europe et aux USA, du moins durant la décennie à cheval entre le 19ème et le 20ème siècle.

---

[133] Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des médias, op. cit.*, p. 184-185.
[134] Emmanuel Ethis, *Sociologie du cinéma et de ses publics : Domaines et approches*, Paris, Armand Colin, 2009, p. 10-11.
[135] Armand Mattelart, *La mondialisation de la communication, op. cit.*, p. 34.
[136] Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des médias, op. cit.*, p. 185-186.

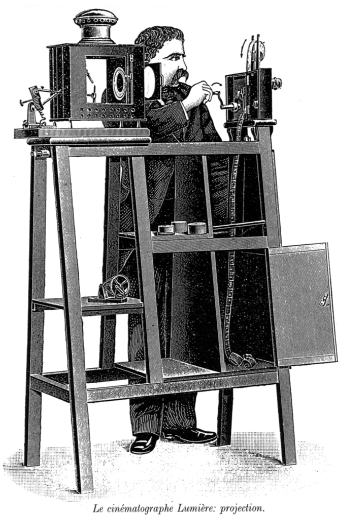


Illustration 1: Le cinématographe des Frères Lumière, 1895. Credits : Archives Château Lumière. Source : Wikimédia. http://bit.ly/12R3GaW.

Alors que les Frères Lumière ne concevaient initialement leur kinétographe (Illustration 1) que comme un simple spectacle de foire collectif, une sorte de lanterne magique améliorée, le kinétoscope d'Edison se présentait, lui, comme un divertissement individuel, sous la forme d'une borne, avec une ouverture contre laquelle on posait l'œil pour suivre le film qui se déroulait à l'intérieur (Illustration 2). Ainsi, dans ces deux orientations commerciales, techniques et sociales, on vit apparaître cette tension entre spectacle collectif et distraction individuelle qui a traversé l'industrie du divertissement audiovisuel jusqu' à nos jours[137].

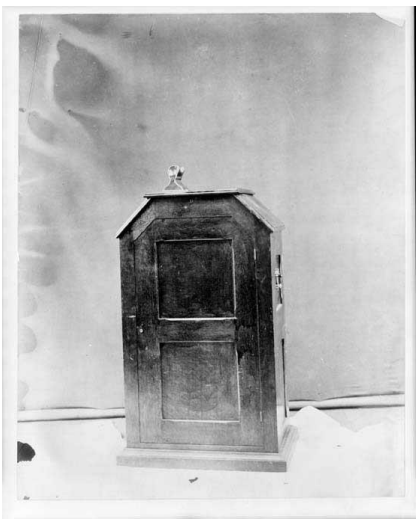


Illustration 2: Kinetoscope fermé de William K. L.Dickson, collaborateur de Thomas Edison. 1900. Source: Wikimedia. http://bit.ly/13yASzN

La Première Guerre mondiale eut un impact dévastateur sur l'industrie naissante du cinéma en Europe, et favorisa l'établissement de la domination absolue (et toujours d'actualité) des studios hollywoodiens, qui, en 1918, produisaient plus de 80 % des films distribués dans le monde[138]. Mais, ces concentrations industrielles favorisèrent la rapidité de l'innovation, aussi bien technique que narrative, notamment le développement de mécanismes de synchronisation son-image, qui finirent par s'imposer à partir de 1925, imprimant un nouveau tournant artistique, commercial et culturel au cinéma[139]. Pour Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, cette évolution répondait à la concurrence que subissaient les studios de la part d'autres institutions de divertissement, notamment les music-halls qui, eux-mêmes, pour résister à la concurrence des cinémas, s'étaient étoffés au point de proposer des superproductions capables de rivaliser avec les paillettes et l'imaginaire de l'industrie cinématographique[140]. Pour ne pas demeurer en reste, les studios transformèrent les salles de

---

[137] *Ibid*., p. 187-189.
[138] *Ibid*., p. 194-195.
[139] Abe Mark Nornes, *Cinema Babel*, *op. cit.*, p. 146.
[140] Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des médias*, *op. cit.*, p. 200.

projections de leurs réseaux, déjà bien fournis dans les années 20, en véritables lieux de spectacle grandioses[141].

1.2. Les foules diasporiques autours de leur poste de réception

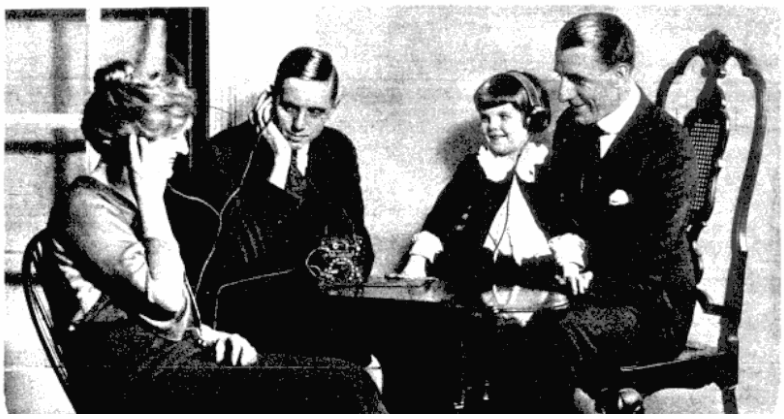


Illustration 3: Photo d'une famille américaine dans les années 1920, à l'écoute d'une radio à cristaux. Crédits: Alan Douglas (1995), *Radio Manufacturers of the 1920s*, Vol. 2, Sonoran Publishing. Source: Wikimedia, http://bit.ly/1bqNlc3.

La radiodiffusion constitua une première rupture avec les formes de distraction les plus courantes, telles que le music-hall, le cinéma ou le théâtre, dans le sens d'une individualisation et privatisation des pratiques de divertissement. Elle inaugurait ce que Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir appellent une « niche d'usage », celle de « l'écoute familiale collective à domicile le soir, dans laquelle viendra se loger, plus tard, la télévision » (Illustration 3)[142]. Elle introduisait aussi dans le domaine de l'audiovisuel les logiques économiques de l'industrie de flot déjà expérimentée dans le cadre de la presse écrite.

Issues des technologies militaires de radio transmission, les premières applications civiles de la radio, durant les années 1910, oscillèrent entre une communication bidirectionnelle, au sein d'une minorité d'amateurs-bricoleurs de postes TSF, analogue à l'usage du téléphone, et une communication unidirectionnelle, c'est-à-dire de la diffusion d'un point central, vers d'autres appareils de réception. Mais, il fallut attendre les années 20 pour que la radiodiffusion attire vraiment l'attention des acteurs aussi bien économiques qu'institutionnels et qu'elle commence à prendre les formes d'une industrie culturelle[143]. Deux modèles différents, voir opposés sur certains points, se développèrent de part et d'autre de l'Atlantique. Ainsi, alors qu'émergeaient des *networks* commerciaux entièrement en mains privées aux USA, en Europe, la radiodiffusion se développa selon une logique de service public, au sein de groupes contrôlés entièrement ou partiellement par les Etats, selon divers modèles nationaux. Il s'y implanta

---

[141] Emmanuel Ethis, *Sociologie du cinéma et de ses publics*, *op. cit.*, p. 47.
[142] Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des médias*, *op. cit.*, p. 223.
[143] *Ibid*., p. 224.

aussi une logique de programme et de grille horaire, laquelle était généralement annoncée dans la presse écrite[144].

La télévision suivit le même tracé commercial et économique que l'industrie de la radiophonie. A tel point que la première finit par phagocyter une bonne part des contenus de la seconde, l'obligeant à se recentrer sur ceux qui lui avaient initialement permis de se constituer en industrie: les actualités, notamment sous forme de brèves, la musique ainsi que les *talk-shows* ou émissions de discussion et de débat. C'est ainsi que la télévision s'inséra progressivement dans l'espace et la temporalité domestique du grand public, en grande partie composé de femmes au foyer, mimant et façonnant à la fois l'emploi du temps des spectateurs/trices, selon une logique de rendez-vous quotidiens. A partir de 1956, la quasi-totalité du territoire nord-américain était couvert, alors qu'en Europe, seuls 40 % à 80 % des foyers, selon les pays, étaient en mesure de recevoir la télévision. Celle-ci devint alors, comme l'affirme Roger Silverstone en citant un article de Barrie Gunter et Michael Svennevig, « une part intégrale de la vie familiale dans le foyer - presque un membre de la famille. »[145] Pour Anne Sauvageot, qui déploie ce qu'elle appelle une sociologie du regard pour comprendre comment évoluent les conceptions du visible en fonction d'un « habitus visuel »[146], l'écran de télévision constitue une rupture paradigmatique avec les modes d'expressions visuelles précédents, notamment le cinéma. Elle estime ainsi que la télévision a imposé au regard un déplacement du sujet et de l'objet, du regardant et du regardé. A ces débuts, le médium télévisuel participait d'une entreprise d'objectivation du regard, initié par le cinéma-spectacle et la photographie scientifique, en se présentant aux téléspectateurs comme une fenêtre

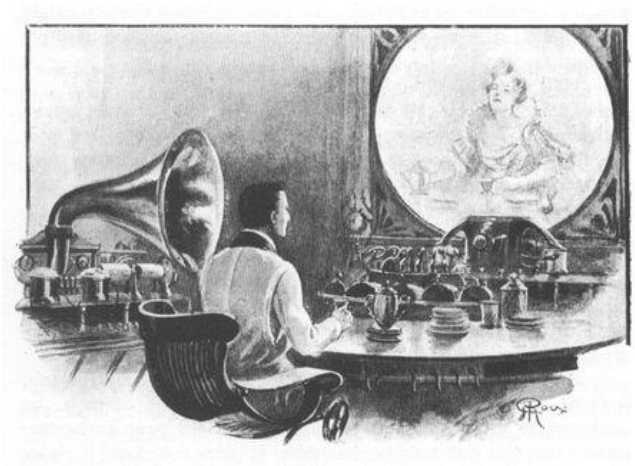


Illustration 4: Francis Benett regarde sa femme en train de prendre son petit déjeuner chez elle, dans : *La journée d'un journaliste américain en 2890*, Jules Verne (1890). Dessin de Georges Roux. Source : DIgital Création Critical ANalaysis : http://diccan.com/dicoport/2889.htm

---

[144] *Ibid*., p. 225-262.
[145] Barrie Gunter and Michael Svennevig, *Behind and in Front of the Screen*, London, University of Luton Press, 1987, p. 4., cité par Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, *op. cit.*, p. 32.
[146] Anne Sauvageot, *Voirs et savoirs : Esquisse d'une sociologie du regard*, Paris, Presses Universitaires de France - PUF, 1994, p. 32.

objective sur des parties du monde réel, éloignées du lieu où il se trouve (Illustration 4)[147]. Comme le montrent François Jost et Gérard Leblanc (1994), l'écran de télévision s'est rapidement transformé en une lucarne sur le monde depuis son foyer, générant des images dominées par le regard du téléspectateur. D'autre part, la télévision est soumise au contrôle de ce dernier qui peut décider à tout moment de l'éteindre, ou, à partir des années 60, de changer de chaînes. Faisant face à ces variations de loyauté, les producteurs de contenu et de programme ont donc dû très tôt avoir recours à divers dispositifs narratifs et visuels propres au petit écran et à ses usages. Outre la modulation du volume sonore et la multiplication des stimulations visuelles[148], la télévision a aussi joué un rôle certains dans ce que Philippe Viallon (1998) appelle « l'accélération du mouvement », privilégiant notamment des séquences plus courtes, mais aussi un rythme de défilement d'images plus rapide[149].

Illustration 5: Une famille regarde la télévision. Evert F. Baumgardner, ca. 1958. Source: National Archives and Records Administration. Wikimedia: http://bit.ly/17vFH4a

Ainsi, la télévision illustre peut-être le mieux le déplacement technologique et socioculturel du lieu collectif de rassemblement des masses, vers des lieux privés, voir individuels, rendant ces masses diasporiques. Comme le remarquèrent nombre d'intellectuels tels qu'André Vigneau, puis plus tard, André Briancourt, les programmes n'étaient pas diffusés à des milliers ou des millions de téléspectateurs, mais s'adressaient plutôt individuellement des milliers, voire des millions de fois, à « quelqu'un », ce quelqu'un renvoyant à une masse d'anonymes, amalgamés dans un magma humain conçu comme un tout, réagissant en même temps, du fait de la simultanéité de la présence des gens devant leur poste de télévision. Cette conception se manifestait jusque dans les discours officiels au plus haut niveau, comme en témoignent les instructions données par le *Television code* de 1951, aux USA. Il indique ainsi que ce n'est pas le téléspectateur qui se rend à un spectacle audiovisuel, comme au cinéma, mais la télévision qui s'invite dans son

[147] *Ibid*., p. 175.
[148] François Jost et Gérard Leblanc, *La télévision française au jour le jour*, Paris, Economica, 1994, p. 21-23.
[149] Philippe Viallon, "La télévision comme accélérateur du mouvement," *Communications*, 1998, vol. 67, no. 1, p. 188.

foyer (Illustration 5) *:* « C'est la responsabilité de la télévision de ne jamais oublier […] que la relation de la télévision aux téléspectateurs est celle de l'invité à ses hôtes. »[150] Par contre, du côté du téléspectateur, l'attitude est celui du particulier qui est chez soi et jouit de ses pleins droits sur son territoire privé. Gilles Delavaud (2009) remarque ainsi que dès les débuts de la télédiffusion, les publics se sont montrés très critiques envers les programmes et entendaient bien contrôler ce qui entrerait ou pas chez eux[151].

1.3. Divertissement généralisé pour une foule d'individus diasporiques

La période s'étirant des années 60 aux années 90, se caractérisa par une saturation progressive des marchés de matériels électroniques audiovisuels, notamment les postes de radio et de télévision, qui encouragea l'innovation technologique dans le sens d'une individualisation et d'une personnalisation croissante des usages. La baisse significative des coûts de fabrication ainsi que la miniaturisation, rendue possible par l'adoption des transistors, permit de commercialiser des appareils de réception portables, tandis que l'arrivée de la couleur constitua un bon prétexte pour encourager les gens à renouveler leur équipement télévisuel[152].

Ces années-là virent aussi un mouvement de rapprochement progressif de divers secteurs dans l'industrie des produits électroniques audiovisuels, au sein de groupes que Patrice Flichy (1991) qualifient de « multifirmes », rassemblant diverses activités, soit pour le grand public, soit pour les professionnels. Parmi elles, on constate l'émergence rapide des géants japonais, tels Sony, Matsushita, Sanyo, Pioneer Electronic, pour n'en citer que quelques-uns, qui après s'être développés sur la base de l'achat de licences à des entreprises occidentales déjà bien établies, se sont mis à innover à leur tour[153].

Ce fut dans cette matrice technosociale que se développa ce que Jean-Louis Missika appelle une logique de désaffiliation, menant à une fragmentation accélérée des audiences[154]. Ce mouvement fut encouragé par la diversification de l'offre qui se manifesta par une multiplication des chaînes de télévision (mais aussi de radio), publiques et privées[155]. En effet,

---

[150] "The Television Code of the National Association of Radio and Television Broadcasters", cité par W. Y. Eliott, *Television's impact on American Culture*, 1956, cité par Gilles Delavaud, "Le dispositif télévision . Discours critiques et création dans les années 1940 et 1950," *in La télévision du téléphonoscope à YouTube : Pour une archéologie de l'audiovision*, Editions A., Lausanne, 2009, p. 231.
[151] *Ibid*., p. 229-231.
[152] Patrice Flichy, *Les industries de l'imaginaire, op. cit.*, p. 88-89.
[153] *Ibid*., p. 85-86.
[154] Jean-Louis Missika, *La fin de la télévision , op. cit.*, p. 25.
[155] Patrice Flichy, *Les industries de l'imaginaire, op. cit.*, p. 115.

dans les années 70, sous la pression des grands groupes commerciaux, notamment en Italie, ainsi que devant l'augmentation des coûts, les Etats ouest-européens desserrèrent leur étau monopolistique en privatisant certaines de leurs chaînes ou en permettant l'émergence de groupes privés dans le secteur télévisuel. Désormais, la télévision devenait avant tout un moyen de se divertir chez soi, et la logique de la demande se mit en place[156]. L'introduction des réseaux câblés et de la télédistribution accentua encore la logique du choix laissé au téléspectateur[157].

Illustration 6: Premières télévisions portables de Sony aux USA : Sony 8-301W. 1961. Source: Television History: http://www.tvhistory.tv/Small-Tiny-Micro%20TV%20Sets.htm

Parallèlement, la tension entre deux logiques culturelles fortement liées au contexte des USA et à son influence culturelle dans le monde, s'accentua : la « théâtralité domestique » et la « mobilité », deux métaphores décrivant le fonctionnement social des foyers depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale[158]. Progressivement, le besoin d'emmener ses distractions avec soi se transposa au domaine de l'audiovisuel, avec les radios et télévisions portables. Il se produisit alors une transition entre ce que Raymond Williams appelait la « privatisation mobile », c'est-à-dire, l'idée de connexion du foyer à un réseau urbain technoculturel permettant aux gens d'accéder à des parties de l'espace public sans sortir de chez eux, et ce que l'auteur appelle une « mobilité privatisée » (Illustration 6), par laquelle le résident expérimente la maison comme une forme véhiculaire, une manière de se déplacer permettant aux gens de transporter leur vie privée à l'extérieur de chez eux[159].

Cette tendance au multi-équipement favorisa une autre logique, celle de l'appareil multitâche, qui s'imposa aussi aux pratiques de divertissement audiovisuel. Le téléviseur se transforma ainsi en simple écran relié à divers appareils, dont les plus courants furent les

---

[156] Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des médias, op. cit.*, p. 280-281.
[157] Henri Pigeat, *Saint Écran. Un âge nouveau: La télévision par câble*, Paris, Editions Solar, 1974, p. 16.
[158] Lynn Spigel, "La télévision portable: enquête sur les voyages dans l'espace domestique," *in* Mireille Berton et Anne-Katrin Weber (dir.), *La télévision du téléphonoscope à YouTube : Pour une archéologie de l'audiovision*, Lausanne, Editions Antipodes, 2009, p. 255-256.
[159] *Ibid*., p. 255-259.

lecteurs/enregistreurs et les camescopes (Illustration 7 ci-dessous). Les premiers dispositifs d'enregistrement de programmes télévisuels furent proposés par Sony, avec son système Betamax, bientôt suivi et dépassé par son concurrent, Matsushita-JVC, qui réussit à imposer son format, la cassette VHS. Au début, méfiants face à cette technologie, non seulement du fait qu'elle pourrait faciliter la violation de leurs droits d'auteur, mais aussi à cause de son origine japonaise à une période où le monde occidental craignait le "péril jaune", les studios finirent par s'intéresser à ce nouveau débouché : à savoir la possibilité de vendre leurs produits directement aux spectateurs[160]. Pourtant, la pratique d'accumulation de cassettes vidéo pour constituer une vidéothèque mit encore plusieurs années à se diffuser. Initialement, l'enregistrement de programmes télévisuels pour un visionnement différé constitua le principal usage des magnétoscopes qui servaient donc essentiellement à gérer la diversité croissante des programmes diffusés simultanément[161]. Cependant, vers la fin des années 80, Hollywood, dont les studios dominaient toujours la production mondiale de films, réalisait déjà entre 35 % et 40 % des bénéfices sur ses films, grâce aux cassettes vidéo préenregistrées[162]. La distribution cinématographique ne fut bientôt plus qu'une simple étape de la vie du film, dont la destination finale était la transformation en produits vidéographiques conçu pour être intégré à la pratique du *home viewing*, c'est-à-dire, du visionnement domestique[163].

Illustration 7: Les modèles de postes de télévision RCA Dimensia et RCA Lyceum au début des années 80 étaient parmi les premiers à proposer de multiples entrées et sorties pour brancher divers appareils (lecteurs de cassette vidéo, console de jeu vidéo, enceintes sonores, camescope, etc.). Sources : Wikimédia : Ablablafif2.1, http://en.wikipedia.org/wiki/File:Dimensia_IO.jpg

[160] Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des médias, op. cit.*, p. 350.
[161] Patrice Flichy, *Les industries de l'imaginaire, op. cit.*, p. 115-116.
[162] Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des médias, op. cit.*, p. 350.
[163] Aaron Barlow, *The DVD Revolution, op. cit.*, p. 1.

2. L'évolution des dispositifs technologiques d'accès médiatique : Petit, portable et particulier

2.1. Internet : Résultat de la fusion entre l'ARPANET et les ordinateurs dans les universités

Parallèlement aux développements rapides dans les secteurs des marchandises culturelles et de la culture de flot, le secteur des télécommunications a également pris son essor. Dans les années 20, des consortiums militaro-civils cherchèrent les meilleurs moyens d'intégrer verticalement les divers systèmes de télégraphie, de téléphonie et de radio transmission. Durant cette même période, des mathématiciens et des ingénieurs, tels que John Von Neumann, conçurent les premiers ordinateurs, conjuguant les principes des machines à calculer et à des dispositifs de communication. Une innovation majeure dans le domaine de la téléphonie, le transistor, contribua au déploiement de l'informatique dans les années 40. En effet, il permettait la réduction de la taille des circuits de commandes en même temps que l'augmentation des capacités de calcul des ordinateurs. Sous l'impulsion des besoins militaires, motivés par l'instauration de la guerre froide, des réseaux d'ordinateurs reliés par des lignes de téléphone, initialement limités à un seul bâtiments ou ensemble de bâtiments locaux, furent étendus de manière à pouvoir relier plusieurs centres de recherches et d'analyses militaires dispersés géographiquement. En 1968, ces expériences donnèrent naissance à ARPANET et à ce que l'on appela la "téléinformatique", c'est-à-dire les échanges bidirectionnels de données informatiques en temps réel[164].

Pour Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, Internet est ainsi né de la rencontre entre deux mondes que tout semblait opposer : l'innovation militaire et les milieux universitaires. Le point de rencontre se trouvait dans le rêve d'une interaction homme-machine quasi-symbiotique qui permettrait d'augmenter significativement les capacités intellectuelles humaines. A partir des années 80, la privatisation de ces réseaux fut encouragée tandis que le *personal computer* ou *PC* commençait à prendre de plus en plus d'importance dans la vie professionnelle des usagers[165]. Les années 70 et 80 virent les pays européens ainsi que certaines nations de ce que l'on appelait encore à l'époque le "Tiers-Monde", se lancer dans la course à la télématique pour contrer le monopole croissant des sociétés américaines. La

---

[164] Armand Mattelart, *La mondialisation de la communication*, *op. cit.*, p. 58.
[165] Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des médias*, *op. cit.*, p. 289-291.

tendance fut à une prise de contrôle des réseaux électroniques en développement par les États. La foi dans la capacité des technologies à renforcer la démocratie et la culture nationale constituait l'une des principales motivations de l'implication étatique dans ces infrastructures. En Amérique du Nord, par contre, les discours faisaient l'éloge d'un "village global" dont on pensait percevoir les contours se dessiner dans le développement des réseaux de communication et l'intégration commerciale au niveau mondial, lesquels étaient censés, à terme, transcender les identités nationales, culturelles et religieuses[166].

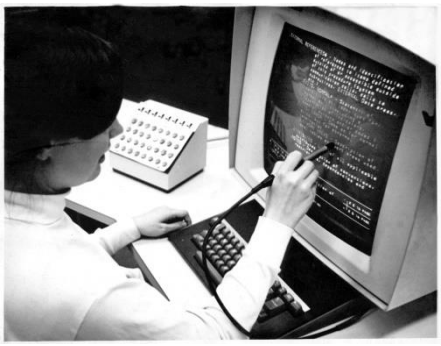


Illustration 8: Photo du système d'édition hypertextuelle en usage à Brown University en 1969, développé par Ted Nelson et d'autres professeurs au cours d'un projet financé par IBM. Crédits : Greg Lloyd 1969. Source : Wikimédia : http://tiny.cc/k3r4yw.

Ce contexte favorisa la diffusion d'une logique d'organisation des contenus, l'hypertextualité, issue de certaines pratiques déjà anciennes, vers de nouveaux champs d'activités. L'une de ses caractéristiques fondamentales concerne le changement d'échelle dans l'occupation de l'espace. Alors que les textes se présentent généralement, depuis des siècles, de manière séquentielle et linéaire, l'hypertexte se structure en un réseau de nœuds liés les uns aux autres. Comme il renvoie à une forme virtuelle du texte, c'est-à-dire pas encore actualisée, il n'est plus limité par l'espace physique.

Mais, si l'histoire de l'hypertexte électronique est récente, celle des logiques qui sous-tendent cette forme d'organisation textuelle est plus ancienne, plongeant ses racines dans l'idéal encyclopédique des Lumières, voire de la Renaissance[167]. Esquissée dans le MEMEX (Memory Extender) de Vannevar Bush, qui n'a d'ailleurs jamais existé autrement que dans les pages d'un article publié dans *The Atlantic* en 1945[168], l'hypertextualité électronique devait permettre de rassembler l'ensemble des connaissances humaines dans une immense bibliothèque ouverte à tous grâce à des serveurs informatiques. Le dispositif d'accès se serait composé de terminaux branchés sur une mémoire de stockage d'informations et un mécanisme hypertextuel de cheminement vers les données enregistrées.

---

[166] Armand Mattelart, *La mondialisation de la communication*, *op. cit.*, p. 78-80.
[167] Roger Laufer et Domenico Scavetta, *Texte, hypertexte, hypermédia*, Paris, Presses Universitaires de France - PUF, 1992, p. 5-6 ; Liliane Gallet-blanchard, “Le CD-ROM : du support papier à la recherche multicritères de l ’ homo interactivus,” *Micro*, 1995, p. 89.
[168] Vannevar Bush, “As we may think”, in: *The Atlantic*, July 1945, http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/303881/

Si le système proposait déjà le principe d'indexation associative, c'est-à-dire, la mise en relation entre termes relevant d'un même domaine ou d'une thématique commune, permettant la recherche par mots-clés, c'était encore à l'utilisateur d'enregistrer et de nommer les chemins suivis d'un registre à l'autre. Les limites technologiques de l'époque ne permirent pas à V. Bush de réaliser son idée, mais elle inspira la génération suivante d'ingénieurs, parmi lesquels, Douglas Engelbart, qui testa à Stamford le « multifenêtrage d'écran », les liens associatifs et les graphes dynamiques, dans les années 60 (Illustration 8). Il mit aussi au point une interface de pointage électronique manuel, ancêtre de la « souris »[169]. Avec l'arrivée de la « micro-informatique » (ordinateurs à domiciles, aussi bien utilitaires que ludiques), du Web, du multimédia et des appareils polyvalents, se développa une logique de choix et de demande individualisée générant de grandes craintes liées au dépeçage du droit d'auteur, exprimées par les acteurs industriels, notamment les créateurs et les éditeurs de contenus.

2.2. Arrivée du PC et d'Internet dans les foyers: en route vers le tout-numérique

Pendant les deux premières décennies de leur existence, les *personal computers* ou *PC* restèrent l'apanage des grandes entreprises et administrations étatiques qui avaient les moyens de s'équiper de ces appareils encore très coûteux, difficiles à installer et délicats à manipuler. Mais, dans le prolongement des travaux réalisés par des chercheurs au MIT sur des jeux de simulation, et du développement de flippers numériques, l'idée d'un usage ludique des ordinateurs fit son chemin. Ces premières tentatives permirent ainsi de lancer des pratiques hybrides, entre le jeu et le travail, auprès d'un public limité mais enthousiaste de pionniers, amateurs de jeux d'arcades et de bricolages techniques. Mais, ce furent surtout les logiciels d'éducation et de divertissement audiovisuel, tels les jeux pour ordinateur, qui permirent aux PC de trouver leur place dans les foyers.

A la suite d'Apple et de Microsoft, il devint évident pour les industriels que l'usager moyen ne serait jamais un informaticien ni un bricoleur en herbe et qu’il fallait donc adapter ce que l'on appelait le micro-ordinateur à l'environnement de travail et de vie de son propriétaire. Les mots d'ordre étaient désormais la facilité, le confort et le plaisir à l'usage. Au niveau de la fabrication de ces appareils, il s'établit alors une sorte de division mondiale des tâches : aux Japonais celle des écrans, et aux Américains, celle des processeurs, Intel dominant ce

[169] Roger Laufer et Domenico Scavetta, *Texte, hypertexte, hypermédia*, *op. cit.*, p. 40-41.

marché[170]. L'adoption de la micro-informatique fut ensuite particulièrement favorisée par l'arrivée du Web et de ses multiples applications.

World Wide Web

The WorldWideWeb (W3) is a wide-area hypermedia information retrieval initiative aiming to give universal access to a large universe of documents.

Everything there is online about W3 is linked directly or indirectly to this document, including an executive summary of the project, Mailing lists , Policy , November's W3 news , Frequently Asked Questions .

What's out there?
Pointers to the world's online information, subjects , W3 servers, etc.
Help
on the browser you are using
Software Products
A list of W3 project components and their current state. (e.g. Line Mode ,X11 Viola , NeXTStep , Servers , Tools , Mail robot , Library)
Technical
Details of protocols, formats, program internals etc
Bibliography
Paper documentation on W3 and references.
People
A list of some people involved in the project.
History
A summary of the history of the project.
How can I help ?
If you would like to support the web..
Getting code
Getting the code by anonymous FTP , etc.

Illustration 9: Copie de la toute première page Web créée en 1992: http://info.cern.ch/hypertext/WWW/TheProject.html. Source : http://first-website.web.cern.ch/blog/first-url-active-once-more.

En 1991, le premier système d'échange de données graphiques et audiovisuelles fut lancée au CERN, sous le nom de World Wide Web ou WWW (Illustration 9). Si le rêve d'une planète enserrée de câbles d'interconnections remonte aux premiers réseaux internationaux de télégraphie, constitués au milieu du 18ème siècle, ce n'est qu'après la Deuxième Guerre mondiale qu'il a pu se concrétiser à l'échelle globale, sous la forme de ce que le Vice-président américain Al Gore conceptualisa sous l'expression des « autoroutes de l'information », une métaphore tout droit tirée de l'imaginaire américain, fondé en grande partie sur la liberté individuelle de mouvements permise par l'automobile et les routes. Progressivement s'implanta le principe du "*free flow of information*" ou "circulation sans entrave de l'information", garantie par une non-implication des États dans ce qui était considéré comme une chasse gardée du marché et du consommateur[171]. Ce contexte favorisa la convergence financière et économique entre les industries du contenu, notamment les grands studios, et les firmes de télécommunication, concrétisant le paradigme de la globalisation, tout en le couplant

[170] Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des médias*, *op. cit.*, p. 334-335.
[171] Armand Mattelart, *La mondialisation de la communication*, *op. cit.*, p. 97-98.

à un autre, celui de la numérisation. La fusion AOL-Time-Warner constitua un des cas les plus révélateurs de ces rapprochements[172].

Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir considèrent que le Web a transformé l'Internet en un véritable média, dans la mesure où il est désormais possible de faire de la mise en page de données qui ne se présentent plus uniquement sous forme textuelle[173]. Du fait de l'extension, sur le Web, des activités médiatiques traditionnelles, telles que les journaux, magazines, chaînes de télévision, stations de radio, on a ainsi assisté à une forme de remédiation, dans la mesure où le fonctionnement de ces réseaux ont affecté les relations socioculturelles, technologiques et commerciales entre les producteurs de contenu, leurs distributeurs et leurs publics. Comme l'explique Louise Merzeau (2007) dans ses réflexions sur l'hypersphère , « [L]le numérique ne convertit pas seulement toutes les données dans un même code et sur un même écran. Il ouvre de nouveaux espaces-temps propices à des alliages logistiques et cognitifs inédits. »[174]

La notion d'hypermédia, c'est-à-dire, l'idée d'une matrice numérique universelle dans laquelle circulent les produits médiatiques, quel que soit le code de communication utilisé (écriture, image, son, vidéo), au cœur de certaines approches issues des SIC, permet de rendre compte de cet éclatement et de la démultiplication, presque à l'infini, non seulement des contenus, mais aussi des médias ainsi que des technologies de livraison et d'affichage. Gilles Lipovetski et Jean Seroy estiment que ces développements, pour révolutionnaires qu'ils puissent apparaître, s'inscrivent pourtant dans un mouvement historique appartenant à ce qu'ils appellent l' « hypermodernité », qu'ils définissent comme une exacerbation de la modernité, se manifestant par l'excès, la multiplicité et l'autoréflexivité[175]. Cette hyper-diversification des contenus, des modes de circulation et des appareils de réception a favorisé la tendance de la dispersion d'une part des publics et consommateurs de textes médiatiques et d'autre part, des usagers et utilisateurs des multiples dispositifs techniques existants. Aux segmentations en profils nationaux et sociodémographiques, sont venus s'ajouter des catégories techno-culturelles beaucoup plus fines, sans cesse renouvelées au fur et à mesure que de nouveaux outils sont commercialisés.

---

[172] *Ibid*., p. 93.
[173] Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des médias, op. cit.*, p. 364-365.
[174] Louise Merzeau, "Une nouvelle feuille de route (de la vidéosphère à l'hypersphère)," *op. cit.*
[175] Gilles Lipovetsky et Jean Serroy, *L'écran global : Culture-médias et cinéma à l'âge hypermoderne*, Paris, Seuil, 2007, p. 72-74.

2.3. L'escargot multimédia : l'individu seul face à une foule de petits écrans

Si l'on se réfère aux nombreux discours sur la révolution digitale ou numérique, une figure émerge particulièrement: celle de l'homme-escargot, c'est-à-dire, une personne qui aurait en permanence sur elle l'ensemble des données nécessaires à sa vie quotidienne, professionnelle, ludique ou domestique, ainsi que les dispositifs lui permettant de rester "connecté", "branché" ou "relié" à l'ensemble de ses réseaux de socialisation où qu'elle se trouve. Si Raymond Williams (1975) a été un des premiers chercheurs à voir les contours de ce personnage moderne se dessiner dans les années 70, c'est véritablement à partir de la fin du 20ème siècle qu'il a commencé à se matérialiser et se à généraliser, grâce au développement des périphériques mobiles de communication et de médiation. Qu'ils se manifestent sous la forme d'ordinateurs ou de téléphones dits portables, de baladeurs musicaux, d'agendas numériques multitâches de poche, tous ont pour mission de faciliter la contraction de l'espace-temps afin de permettre la réalisation du vieux rêve de simultanéité, d'immédiateté et d'ubiquité dans les relations humaines[176]. Ces outils résultent essentiellement de l'exacerbation de l'individualisation consistant à transférer dans la poche des usagers des technologies ayant commencé leur existence dans des lieux de vie commune, tels que le foyer, notamment le salon, ou l'entreprise, et d'un idéal : celui de la libération de toutes contraintes physiques et matérielles.

Pour Josiane Jouët, ces bouleversements sont à l'origine de cette confusion progressive entre les espaces-temps privés et publiques. Celle-ci se manifeste d'une part par l'intrusion croissante du domaine professionnel dans la vie du foyer par le télétravail et le travail sur appel, mais aussi du public dans la vie privée des particuliers, par télévision interposée, au cours d'émissions de télé-réalité qui filment au plus près l'intimité des familles ou de fictions mettant en jeu la vie intérieure des protagonistes. Mais, elle apparaît également lorsque le privé sort dans l'espace public, avec par exemple, le walkman, le téléphone ou l'ordinateur portable. Ces changements ont ainsi permis l'émergence d'un usager qu'elle qualifie d' « actif » et d' « autonome », qui a présidé largement à l'évolution des technologies médiatiques et communicationnelles des années 90. En effet, malgré la logique de massification qui caractérise les industries médiatiques, les conceptions des publics et des audiences se sont transformées. Il ne s'agit donc plus uniquement de remplir un cahier de charges, mais de satisfaire les désirs de ces multitudes de personnes. Il en a résulté une multiplication de l'offre,

---

[176] *Ibid*., p. 231.

selon une logique de segmentation de la demande, encore accentuée avec l'arrivée de technologies digitales comme l'ordinateur et la console de jeux vidéo[177]. En effet, celles-ci n'offrent pas seulement une multitude de fonctions différentes, autrefois assurées par des appareils distincts, elles permettent aussi à l'usager de choisir, parmi cette offre de fonctions, celles qui lui sont les plus utiles ou les plus satisfaisantes. De fait, bien que l'on ne puisse parler d'autonomie totale, puisque ces machines imposent quand même des contraintes techniques liées aux objectifs technologiques et commerciaux exigés par les fabricants, les usagers sont poussés à s'engager plus personnellement dans le fonctionnement opératoire de ces outils. Il en résulte ainsi une personnalisation accrue des usages, même si c'est dans un cadre restrictif[178].

C'est dans ce contexte sociotechnique, caractérisé par un flottement des frontières entre privé et public, standardisation et personnalisation, constituant des formes de socialisation basées sur une plus grande autonomie technologique et relationnelle, qu'est arrivé le DVD.

3. Le DVD, technologie numérique de livraison vidéo de séries TV

3.1. Généalogie industrielle et technosociale du DVD

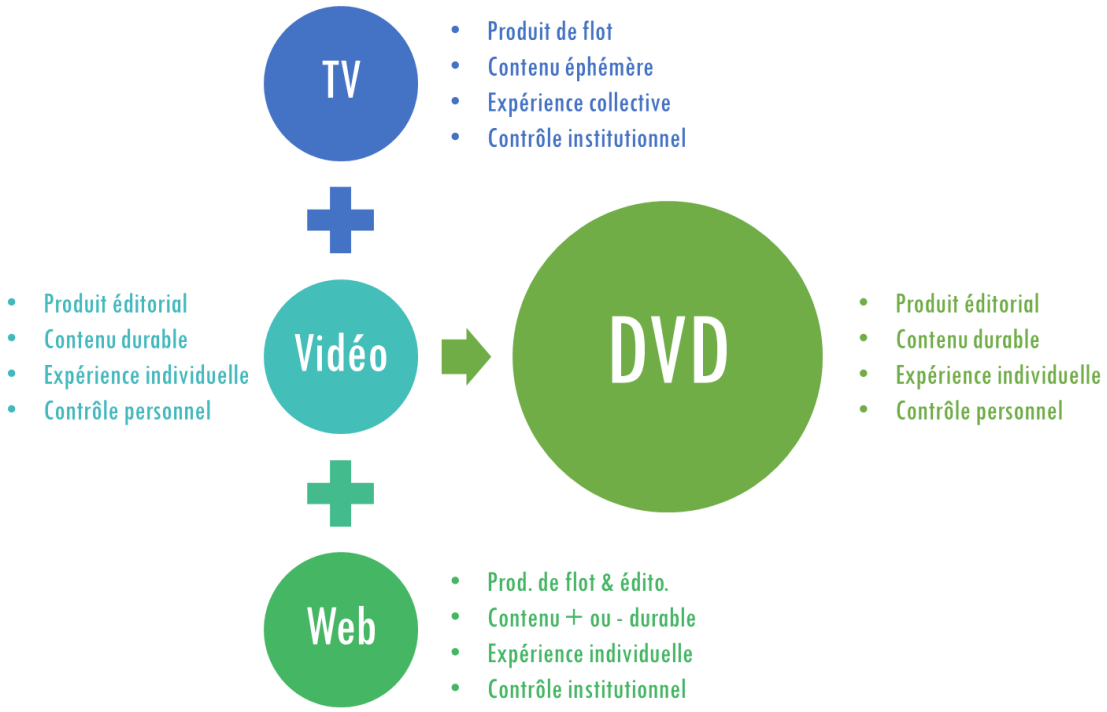
D'après le DVDForum, association économique de représentation des principaux fabricants de DVD, l'acronyme DVD signifie *Digital Versatile Disc*, c'est-à-dire, le disque numérique polyvalent. Cette dénomination indique sa capacité de stockage de multiples contenus, pourvu qu'ils soient sous forme numérisée[179], incluant, par exemple, des logiciels ou des fichiers électroniques (DVD-ROM). D'un point de vue purement technique, le DVD fait partie de la famille des disques optiques parmi lesquels on retrouve le Compact Disc (CD) et ses dérivés informatiques, comme le CD-ROM. Le disque optique, lui-même, peut se définir comme un support physique standardisé d'enregistrement de données numériques, constitué de couches très fines de polycarbonate. Tout comme un disque vinyle est constitué de microsillons, parcourus par une aiguille de même finesse, le disque optique comporte plusieurs kilomètres de pistes, mesurées en microns, reflétant un rayon laser de manière à générer un code binaire, soit des séries de 1 et de 0. Contrairement aux bandes magnétiques des cassettes audio ou

---

[177] Josiane Jouët, "Pratiques de communication et figures de la médiation," *op. cit.*, p. 298-300.
[178] Philippe Viallon, "La télévision et le téléphone portable en Suisse: un mariage d'amour, de raison ou d'argent ? Une analyse de contenu du 100 secondes," *Communication*, 2013, vol. 29, no. 1, p. 2.
[179] DVDForum, *DVD Primer*, http://www.dvdforum.org/faq-dvdprimer.htm, consulté le May 10, 2011.

vidéo ou à la bobine de film se dévidant de manière linéaire, il se signale tout particulièrement par une organisation en chapitres, agencés sous la forme d'un arbre, dont les embranchements concrétisent les liens permettant de « sauter » d'une rubrique à l'autre. L'interface qui permet de naviguer dans ces dossiers imite l'apparence d'une page Web et son fonctionnement par pointage d'une souris ou d'une télécommande. Cette caractéristique est particulièrement exploitée par les éditeurs de DVD qui y combinent divers types de contenus médiatiques dans un ensemble cohérent qui constitue le produit DVD[180]. De manière générale, l'édition de base se compose d'un texte primaire, c'est-à-dire le film ou les épisodes d'une série, et de textes secondaires, souvent désignés sous le terme de "contenus additionnels" (*adds-on* en anglais), d' "extra" ou encore de "bonus"[181].

Figure 2: Combinaison de logiques ayant présidé à la naissance du DVD (schéma conçu par l'auteur)

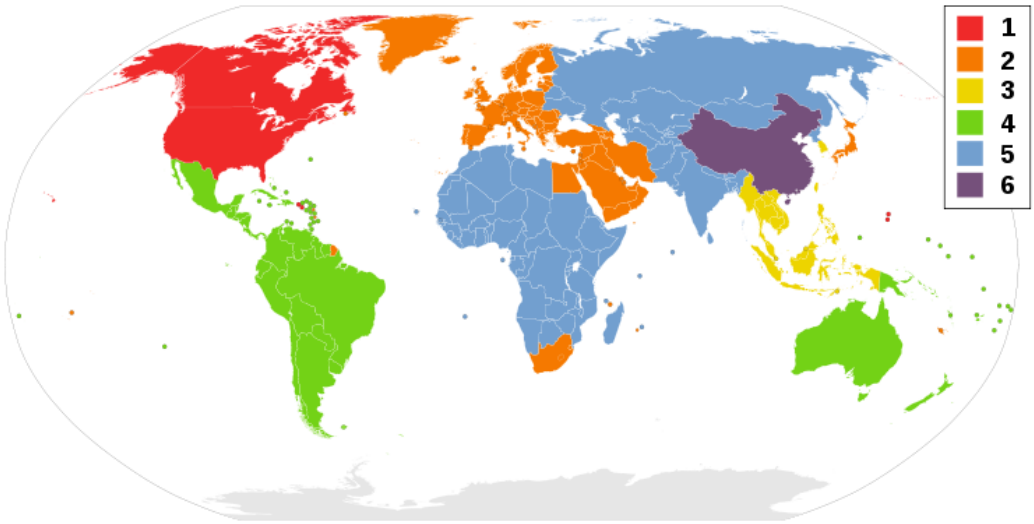


Le récit des débuts techniques et industriels du DVD souligne la logique technosociale de sa destinée actuelle. En 1993, ce successeur du disque laser s'incarnait dans deux standards différents de disque optique de haute densité à double couche, développés par des consortia

[180] Tom Brown, "The DVD of Attractions: The Lion King and the Digital Theme Park," *op. cit.*, p. 81.
[181] Ce dernier terme, qui sous-entend l'idée de cadeau, offert en sus du produit acheté, ne sera que rarement utilisé dans ce travail. Il ne correspond en effet pas à la réalité de la variation des prix des multiples éditions d'un même film ou d'une même série, qui se distinguent essentiellement par la palette de traductions proposées et la richesse variable de ces contenus additionnels.

nippo-américains, qui s'affrontaient pour la domination du marché des supports numériques vidéo. Finalement, ce furent les industriels du secteur de l'informatique qui mirent tout le monde d'accord en imposant le DVD, sorte d'hybride entre les solutions développées par les deux camps en présence. C'est ainsi que cette technologie de livraison vidéo numérique fut placée d'emblée à la croisée des chemins entre les pratiques de divertissement liées au visionnement domestique, et celles de l'informatique (Figure 2). Les premiers DVD vidéo[182] furent commercialisés à partir de 1996, d'abord au Japon, puis dans le reste du monde, et ont presque entièrement remplacé les cassettes VHS et les disques laser en l'espace de quatre ou cinq ans, ce qui en a fait l'une des technologies de livraison les plus rapidement adoptées de l'histoire de l'édition[183].

Figure 3: Carte indiquant le découpage du monde en six zones de standards techniques différents pour le DVD (http://fr.wikipedia.org/wiki/Fichier:DVD-Regions_with_key-2.svg, Creative Commons paternité – partage à l'identique 3.0, Monaneko, (cc) 2007).



L'essor du DVD a été accompagné de slogans marketing qui ont particulièrement mis l'accent sur le rendu fidèle de la qualité audiovisuelle permise par ce format, ainsi que le meilleur contrôle de sa propre expérience qu'il offrirait, grâce à l'interactivité de son interface. Ces discours affirment ainsi la possibilité longtemps fantasmée de l'idéal de l'immersion totale dans un univers fictionnel, et positionnent le DVD au cœur du dispositif du « cinéma domestique » ou « *home cinema* », en anglais[184]. Cependant, les groupes détenteurs des

[182] Pour faire simple, l'acronyme DVD servira à désigner la technologie électronique de livraison vidéo dans le reste de cette thèse. En cas de besoin, il sera spécifié s'il s'agit d'un DVD-ROM, DVD-RAM, etc.
[183] James Bennett and Tom Brown, "Past the boundaries of 'new' and 'old' media: Film and Television After DVD," *in Film and Television after DVD*, New York, Routledge, 2008, p. 1.
[184] Aaron Barlow, *The DVD Revolution*, *op. cit.*, p. xiii.

catalogues de films et des programmes télévisuels ont exigé des fabricants un découpage du monde en six zones de standards différents, incompatibles les uns avec les autres (Figure 3). Cet obstacle, qui n'est pas sans effet sur les usages et les pratiques de consommation ainsi qu'on le verra plus tard, leur permet d'échelonner la sortie de leurs produits à différentes dates en fonction de ces zones, et de décourager (avec plus ou moins d'efficacité) la tentation de l'achat des DVD dans un autre pays grâce à Internet.

L'arrivée du DVD dans les rayons correspond à une période de métamorphoses importantes des secteurs télévisuels et cinématographiques, caractérisées par des fusions verticales internationales à grandes échelles, en vue de former de gigantesques groupes avec pour objectif principal de créer et commercialiser des contenus en de multiples incarnations médiatiques et matérielles[185]. Jean-Louis Missika estime que les forces du marché sont en train de mettre fin au rôle d'intermédiaire que la télévision jouait, depuis une trentaine d'années, entre producteurs d'événements (compétitions sportives, jeux, informations, talk-shows, fictions, etc.) et téléspectateurs[186]. Selon Koichi Iwabuchi, elle n'est plus qu'une source parmi d'autres d'images et de sons, déployés au niveau mondial, dans une logique de « paquet culturel », c'est-à-dire, un ensemble de pratiques autour d'un même univers narratif, encourageant une immersion "multimédia" et active[187]. Pour Gilles Lipovetski et Jean Serroy, le processus de brouillage des frontières entre télévision et cinéma a été entamé dans les années 50, lorsque des cinéastes se mirent à produire des téléfilms. Il s'est accentué dans les années 60 et 70 avec des films intégrant des techniques de tournage issus de la fiction télévisuelle, puis s'est accéléré dans les années 80 et 90 avec des univers narratifs conçus non pas pour un dispositif socioculturel et technique particulier, mais pour des pratiques de divertissement individualisées qui constituent surtout des expériences sensorielles et technologiques transcendant ces distinctions industrielles et artistiques. C'est ainsi que depuis une quinzaine d'années, des téléfilms sont conçus avec le même luxe esthétique, technologique et narratif qu'un film de cinéma, bénéficiant de budgets de l'ordre de plusieurs dizaines de millions de dollars. D'autre part, certains films sont tournés avec des caméras vidéo DV, pour des budgets dérisoires, puis circulent simultanément sur différents canaux et supports comme

---

[185] Derek Kompare, “Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconception of Television,” *op. cit.*, p. 335.
[186] Jean-Louis Missika, *La fin de la télévision* , *op. cit.*, p. 39.
[187] Koichi Iwabuchi, *Recentering Globalization*, *op. cit.*, p. 136.

la télévision, la vidéo à la demande, les sites de streaming et les salles obscures, sur DVD, etc.[188].

Pour Jo Smith, le DVD incarne ainsi les changements d'orientation des acteurs de l'industrie du divertissement audiovisuel, menant à une remise en question des modèles commerciaux et sociotechniques ainsi qu'à une négociation entre des pratiques préexistantes et émergentes, au centre desquelles se trouve le système de cinéma domestique[189]. S'il est difficile de dire exactement qui du secteur du cinéma ou de celui de la télévision a le plus influencé l'autre, il est assez clair que le divertissement audiovisuel oriente son marketing dans la direction d'un retour à la maison et de nouvelles formes de réception collective, où le particulier emporte désormais sa mémoire dans sa poche. D'après Aaron Barlow, la première cause du succès du DVD tient ainsi à sa position intermédiaire entre les systèmes médiatiques du cinéma et de la télévision[190].

Par ailleurs, il se situe également à la croisée des chemins entre le Web, conçu comme un ensemble d'unités finies de contenu, c'est-à-dire les pages Web reliées les unes aux autres par le protocole HTTP, et la télévision, qui se caractérise par un assemblage de multiples textes s'écoulant dans un même flot d'images. Ce mélange se traduit par une technologie de livraison qui propose des contenus retirés des flots télévisuels et des réseaux cinématographiques, mais organisés selon une structure caractéristique des interfaces électroniques comme celles du Web[191].

De par son coût de production peu élevé et sa grande capacité de stockage, il est possible de proposer différentes formats audiovisuels différents sur un seul DVD, pour tenir compte de la multiplicité des installations télévisuelles des usagers. Ces avantages lui permettent de proposer plusieurs versions d'un même texte primaire, que ce soit dans une même édition ou dans plusieurs sorties successives. De plus, l'arrivée du DVD résout l'opposition qui existe depuis les débuts du cinéma entre tenants des sous-titrages et partisans du doublage, puisqu'une même édition contient souvent les deux, et parfois dans plusieurs langues-cibles[192]. Le DVD permet ainsi d'atteindre, avec un même produit, de nombreux publics de niche aux

---

[188] Gilles Lipovetsky et Jean Serroy, *L'écran global*, *op. cit.*, p. 234-236.
[189] Jo T Smith, "DVD Technologies and the Art of Control," *in Film and Television after DVD*, New York, Routledge, 2008, p. 129.
[190] Aaron Barlow, *The DVD Revolution*, *op. cit.*, p. 2-13.
[191] James Bennett and Tom Brown, "Past the boundaries of 'new' and 'old' media: Film and Television After DVD," *op. cit.*, p. 6-7.
[192] Abe Mark Nornes, *Cinema Babel*, *op. cit.*, p. 233.

diverses pratiques de divertissement. De manière générale, le DVD se présente comme une sorte de solution 'tout-en-un'. Il n'est pas simplement un objet hybride mal-identifié, résultant de la convergence de plusieurs domaines industriels autrefois distincts. Il constitue également une technologie encourageant le renouvellement de pratiques préexistantes.

L'adoption rapide du DVD tient ainsi en grande partie à l'appropriation par l'industrie télévisuelle du modèle commercial adopté par les studios de cinéma dans les années 80 avec la cassette vidéo, à savoir la vente directe de leurs produits aux spectateurs. L'édition DVD de séries TV, souvent sous forme de coffret (*box*, en anglais) contenant une saison entière ou reprenant les DVD unitaires d'une édition précédente, permet de matérialiser en 'dur' la logique de réception qui sous-tend le succès des séries, à savoir la constitution par les téléspectateurs fidèles d'une mémoire narrative développée sur des mois, voire des années. Il devient alors possible de se constituer un ensemble de références grâce à sa collection et de revivre encore et encore les meilleurs moments de ces longues histoires. L'arrivée du DVD a ainsi confirmé et étendu aux séries TV, l'idée, déjà assez ancrée chez les consommateurs de cinéma, que : « […] des visionnements répétés n'étaient pas seulement légitimes, mais presque nécessaires. »[193] Enfin, le DVD propose aux téléspectateurs d'alimenter ce que Catherine Grant appelle une « double conscience », c'est-à-dire, la connaissance des intentions des auteurs et des artifices par lesquels ils arrivent à créer leurs univers narratifs[194]. Tom Brown estime que l'on peut comparer cette technologie de livraison au cinéma des Frères Lumière et de Thomas Edison à la fin du 19ème siècle, qu'il désigne par l'expression de « cinéma d'attraction ». De même que les premières performances cinématographiques publiques consistaient essentiellement en démonstrations des exploits de la science et de l'ingénierie moderne, de même, il estime que le DVD se présente comme une sorte d'exhibition technologique du miracle de la digitalisation des codes de communication, manifesté par une nouvelle manière d'organiser les textes, grâce à une interface de type Web. Si aujourd'hui, l'aspect miraculeux de l'œil-caméra s'est évaporé, ce sont les effets spéciaux, souvent numériques, qui fascinent les gens. De manière générale, la majorité des contenus additionnels que l'on trouve sur un DVD ont pour objectif de révéler le secret de ces artifices, ou du moins

---

[193] G. Harper, "DVD and the New Cinema of Complexity," *in* Nicholas Rombes (dir.), *New Punk Cinema*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 2005, p. 97. Cité par Pat Brereton, "Editorial: The Consumption and Use of DVDs and their Add-Ons," *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 2007, vol. 13, no. 2, p. 115.
[194] Catherine Grant, "Auteur Machines? Auteurism and the DVD," *op. cit.*, p. 115.

prétendent offrir ce genre de révélations[195]. Derek Kompare affirme que ces 'boni' ainsi que le soin éditorial porté à la conception de l'interface du DVD, ont modifié le statut culturel de la version vidéo des films et séries TV[196]. Il ne s'agit plus d'un simple produit dérivé, accessoire, mais d'un objet de collection de par la nature référentielle de son contenu. Si l'on collectionne des DVD, ce n'est plus uniquement dans le but de réitérer le plaisir de regarder un film ou une série que l'on a particulièrement appréciée, mais aussi pour accumuler des sources d'information sur ces univers narratifs et leur production.

3.2. Le DVD comme moyen de reconstitution des publics de cinéma et de télévision

L'essor du DVD a été accompagné de slogans qui ont particulièrement mis l'accent sur la possibilité de mieux contrôler sa propre expérience audiovisuelle, grâce aux options de formats, de traductions, de langues, de contenus additionnels offertes par les éditeurs. Ces discours affirment la réalisation tant attendue de l'idéal de l'interactivité médiatique, c'est-à-dire la possibilité de traverser l'écran pour agir directement sur le contenu, et font du DVD une technologie méta-média, c'est-à-dire pouvant réunir divers produits issus de différents médias, comme la télévision, le cinéma, la radio, des journaux/magazines et des sites Web, sur un seul support, grâce à un dispositif de transcription unique, le numérique. Cependant, comme le montrent les recherches sur le fonctionnement de ces technologies de livraison numérique, celles-ci offrent surtout un moyen à l'industrie de reconstruire de nouvelles audiences, constituées non plus de simples téléspectateurs, mais d'usagers et de consommateurs actifs[197]. Si le DVD permet d'élargir la palette de choix des modes de visionnement d'un film ou d'une série, il ne permet pourtant pas réellement de passer de l'autre côté de l'écran. Comme les usages se modifient constamment par de petites variations qui, mises bout à bout, finissent par donner naissance à des normes et savoir-faire profondément différents, il n'est pas aisé de décrire en quelques mots ces processus de convergence, de divergence et de repositionnement. En effet, ainsi que le remarque Jason Jacobs, les analyses fondées sur une perspective diachronique tendent à donner l'impression que les choses changent sans vraiment changer, dans la mesure où il existe toujours, malgré tout, une relation

---

[195] Tom Brown, "The DVD of Attractions: The Lion King and the Digital Theme Park," *op. cit.*, p. 81-82.
[196] Derek Kompare, "Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconception of Television," *op. cit.*, p. 346.
[197] Jo T Smith, "DVD Technologies and the Art of Control," *op. cit.*, p. 134.

généalogique entre les pratiques, les usages, les valeurs et les idéologies[198]. Ainsi, la post-télévision, pour reprendre l'expression d'Umberto Eco, utilisée par Jean-Louis Missika (2006) pour décrire la situation actuelle de ce système médiatique, résulte d'une longue suite de modifications incrémentales, pas toujours évidentes à identifier, dans les pratiques des téléspectateurs, depuis des décennies. François Jost et Gérard Leblanc proposent d'aborder leur évolution selon trois axes concernant les relations entre les particuliers et la télévision à la fois en tant que technologie, plate-forme de rituel social et système médiatique[199].

Illustration 10: Les principaux rapports de proportions d'images projetées. Source : Wikimédia, Kyle_the_hacker: http://bit.ly/11xCoEO.

Le premier concerne la relation de l'usager au « petit écran », c'est-à-dire le poste de télévision, dont les proportions, les formes, les capacités de réception et de rendu télévisuel ont subi des transformations importantes, reflétant le renouvellement dans le fonctionnement des chaînes et des technologies de diffusion. Dans les premières décennies, à l'époque de la « paléo-télévision », les postes de télévision étaient relativement petits (30 cm de diamètre et destiné à un format d'image de 1.33 :1 ou 4:3), et servait essentiellement à une vision à distance, c'est-à-dire qu'il fonctionnait en quelques sortes comme une prothèse visant à augmenter la capacité de l'œil. A partir des années 80, à l'ère de ce qu'Umberto Eco appelle la néo-télévision, caractérisée par une fragmentation de l'offre, des chaînes, des programmes, ainsi que par l'adoption généralisée de la cassette vidéo, on observe un élargissement rectangulaire de la surface d'affichage répondant à une exigence de meilleur rendu audiovisuel, certains écrans permettant alors de visualiser les films en dans leurs proportions originales (1.85 :1 ou 2.35 :1) (Illustration 10). Prenant en compte l'enracinement certain du poste téléviseur dans le foyer des familles à partir des années 60, l'industrie du cinéma se rend alors compte que les pratiques liées au visionnement domestique de films peuvent en fait prolonger leur vie au-delà de la projection en salles et décide d'incorporer cette donne dans ses modes de réalisation. C'est ainsi que progressivement, les films ont adopté un langage audiovisuel

[198] Jason Jacobs, "Television and History: Investigating the Past," *in Tele-Visions: An Introduction to Studying Television*, New York, Palgrave Macmillan, 2006, p. 106-107.
[199] François Jost et Gérard Leblanc, *La télévision française au jour le jour*, *op. cit.*, p. 21-22.

compatible aussi bien avec la situation des salles de cinéma qu'avec les contraintes liées aux écrans de télévision plus petits et au format d'image différent. Les plans rapprochés se multiplient tandis que les grands angles de vue, saisissant d'un seul coup d'œil des scènes panoramiques, se font moins nombreux. L'usage de la cassette vidéo ajoute une nouvelle plate-forme de prolongation de la vie des films, rendant nécessaire le recours systématique au « *pan-to-scan* », technique consistant à filmer en les recadrant les clichés sur la pellicule du film, afin de réduire la taille de l'image aux proportions du petit écran, ainsi qu'au « montage », une tendance encore accrue avec l'arrivée du DVD[200].

L'évolution de la relation au monde du téléspectateur a également changé la position de la chaîne télévisée en tant que plate-forme de médiation. Alors que la paléo-télévision (toujours selon la classification d'Umberto Eco) se caractérisait par un discours sur sa capacité à ouvrir, dans le foyer-même, une fenêtre sur le théâtre du monde qui se déroulait en direct depuis tel ou tel lieu éloigné[201], celle-ci devient, avec la néo-télévision, une lucarne de confessionnal, dévoilant la vie intime des protagonistes qui sont souvent de même extraction sociodémographique que les téléspectateurs. Il ne s'agit plus uniquement d'éduquer, mais surtout de raconter des histoires, que celles-ci soient issues de la réalité ou d'un monde imaginaire. La cassette vidéo devient un moyen de conserver des bribes de cette mémoire télévisuelle qui se déroule au jour le jour en suivant une grille horaire régulière. Elle permet d'en faire de même avec les films diffusés au cinéma et que l'on peut désormais « regarder » à la télévision (alors qu'on va les « voir » au cinéma)[202]. Avec l'arrivée des plates-formes télévisuelles numériques, il devient alors possible de sortir complètement de la logique de flux et partiellement de celle de programmation qui caractérisait le fonctionnement des chaînes depuis leurs débuts.

Finalement, ces dernières années ont vu la relation du téléspectateur à la télévision, en tant que système médiatique avec son propre fonctionnement, se modifier profondément. Si la télévision conserve encore aujourd'hui son rôle initial de source d'informations supposément objectives sur le monde et de mise en contact direct du foyer avec d'autres lieux distants, la hiérarchie des tâches de son cahier des charges a beaucoup changé. Alors que la paléo-télévision pouvait s'assimiler à une espèce de tuyau permettant aux élites de transmettre leurs messages éducationnels aux masses écoutant respectueusement et en silence, la néo-télévision

---

[200] Aaron Barlow, *The DVD Revolution*, *op. cit.*, p. 8-10.
[201] François Jost et Gérard Leblanc, *La télévision française au jour le jour*, *op. cit.*, p. 8.
[202] Aaron Barlow, *The DVD Revolution*, *op. cit.*, p. 15.

et la post-télévision se caractérisent par un remplacement de l'expert issu des hautes sphères de la société par le quidam, venant du même milieu que le téléspectateur « moyen », de l'analyse scientifique par le témoignage du vécu. La petite fenêtre sur le monde s'est progressivement transformée en miroir reflétant les goûts des particuliers[203]. Cette forme de « désaffiliation » des téléspectateurs vis-à-vis des catégories socio-professionnelles traditionnelles et leur focalisation sur une identité individualiste et narcissique[204], en grande partie alimentée par les chaînes de télévision elles-mêmes, les a entraînés dans l'engrenage sans fin d'une course à l'attention des audiences ou à l'audimat. Il s'agit notamment de contrecarrer les oscillations dans la loyauté des particuliers, qui peuvent être tentés de zapper ou encore, de faire autre chose en même temps. Parmi les stratégies adoptées, on compte les séquences courtes, la modulation du volume sonore, qui augmente automatiquement au démarrage d'une coupure publicitaire, et d'autres dispositifs propres au petit écran, comme la régularité de la grille de programmes, visant à obliger le téléspectateur à se concentrer sur l'image[205].

Cette nécessité de rassembler des « particuliers » (au sens où l'entend Hélène Merlin, citée par Louis Quéré[206]) ayant tendance à se disperser se retrouve dans l'édition vidéo des contenus audiovisuels, mais les réponses apportées par l'industrie reflètent des changements de perception des audiences. Dès les années 80, les responsables d'études d'audiences ont été obligé de reconnaître que celles-ci ne se composaient pas de moutons aux réflexes pavloviens, mais d'usagers et de consommateurs disposant d'une capacité à faire des choix et d'une conscience de ce pouvoir, même s'il se réduit à l'usage de la télécommande et à des fonctions d'enregistrements de leur lecteur de cassettes vidéos. Ils ont aussi remarqué qu'il n'y avait pas forcément une corrélation entre le niveau de consommation télévisuelle et la qualité des programmes. Il en résulte que les téléspectateurs ponctuels ne se limitent pas à une élite éclairée qui se restreindrait à certaines émissions de qualité, au milieu d'une masse d'ignorants collés devant leur petit écran, acceptant d'être exposés à n'importe quel type de productions commerciales.

Ces analyses montrent que c'est plutôt la place accordée à la télévision dans les pratiques de divertissement, d'éducation et d'information, qui varie. Elles en concluent que les usages

---

[203] Jean-Louis Missika, *La fin de la télévision*, *op. cit.*, p. 25-26.
[204] *Ibid*., p. 27.
[205] François Jost et Gérard Leblanc, *La télévision française au jour le jour*, *op. cit.*, p. 23.
[206] Louis Quéré, "Le public comme forme et comme modalité d'expérience," *op. cit.*, p. 121.

fréquents reflètent simplement une vision polyvalente de la télévision chez ces certains publics[207]. Cette reconnaissance des téléspectateurs comme publics et usagers s'est encore affirmée avec l'arrivée du numérique dans le domaine du divertissement audiovisuel. En effet, on peut même considérer le numérique comme le point culminant d'une longue évolution sociétale mettant la figure de l'individu et ses choix personnels au centre de la modernité. La gageure pour l'industrie consiste ainsi à trouver des stratégies lui permettant de poursuivre sa logique de production de masse tout en tenant compte de ce paradigme individualiste, et cela, dans le cadre d'une transnationalisation des modes de diffusion et de distribution, notamment les réseaux électroniques.

L'édition DVD représenterait ainsi l'un des secteurs commerciaux où se renégocient les usages liés aux pratiques télévisuelles et cinématographiques, dans une optique de logique Web. Jo Smith va même jusqu'à affirmer que le DVD participe de l'émergence d'une société où le contrôle, au travers de nouveaux moyens de communication, augmente encore, dans le sens où l'entend Gilles Deleuze (1986)[208]. Il estime ainsi que, de par sa double appartenance au monde de l'informatique et de l'audiovisuel, cette technologie de livraison vidéo représente une extension du contrôle exercé par l'industrie sur les particuliers jusque dans leur foyer [209]. Si les discours marketing associent le DVD à une forme accrue de contrôle sur le contenu grâce à son interface décrite comme interactive, la réalité de son utilisation démontre que ce contrôle est largement contenu par la conception de la navigation entre les éléments stockés sur cette technologie de livraison et le type de menus proposés. En d'autres termes, les commandes ne fonctionnent que dans le cadre de ce que les éditeurs ont décidé d'offrir comme options. On ne peut rien ajouter sur un DVD préenregistré[210], et celui-ci ne génère aucun nouveau contenu à la requête de l'utilisateur. De fait, la plupart des dispositifs additionnels ne représentent guère plus que des gadgets technologiques, souvent dénués de tout intérêt informationnel, qui contribuent essentiellement à donner de la « valeur ajoutée » au produit. Ils permettent surtout à l'industrie de tester les frontières entre ce que l'on a eu tendance à percevoir comme une attitude passive de visionnement et une réappropriation active du contenu par le téléspectateur[211]. Cette stratégie se manifeste dans ce que l'auteur appelle le

---

[207] Brigitte Le Grignou, *Du côté du public, op. cit.*, p. 66-67.
[208] Jo T Smith, “DVD Technologies and the Art of Control,” *op. cit.*, p. 129.
[209] *Ibid*., p. 137.
[210] Contrairement au DVD-ROM, fonctionnant comme une technologie de stockage à la capacité supérieure par rapport au CD-ROM
[211] *Ibid*., p. 140.

« travail ludique », c'est-à-dire une sorte de jeu imitant les actes que nous accomplissons au travail sur un ordinateur ou d'autres appareils du domaine de l'informatique. En effet, le DVD induit un investissement dans le déroulement du contenu. Tout comme une page Web, l'interface du DVD nécessite un contact actif avec l'usager, dans la mesure où il ne se contente pas de charger le disque dans le lecteur, mais doit également sélectionner la manière dont il fonctionnera en naviguant entre les menus d'options et de paramètres. Le temps passé à découvrir les multiples possibilités et contenus d'un DVD peut être considéré comme une forme de contrôle par l'industrie[212].

Le DVD ne peut donc pas se réduire à une cassette vidéo améliorée par le dispositif numérique permettant uniquement d'augmenter la qualité du rendu audiovisuel et donc l'expérience d'immersion sensorielle dans le monde diégétique du film ou de la série. L'ajout de textes secondaires et leur assemblage dans un produit cohérent modifie l'approche générale de la pratique du visionnement à domicile. Si la cassette vidéo permettait essentiellement de conserver, chez soi, une partie du flux télévisuel ou de la production cinématographique, et de les collectionner hors du contrôle des industriels, le DVD se présente comme une sorte de point d'accès unique à divers univers médiatiques. La nature de ces textes, essentiellement issus soit des anciens kits de presse électronique, soit du domaine du documentaire et de l'analyse critique, ainsi que leur traitement numérique, en font essentiellement, des données. Il s'agit donc principalement de communiquer un savoir sur le monde des industries filmiques et télévisuelles et de le présenter sur un support matériel durable. De par le fonctionnement de l'interface de type Web qui est celle du DVD, celles-ci sont présentées de manière uniforme, équivalente. C'est à l'usager de choisir s'il les consulte ou pas, et dans quel ordre. On peut voir dans cet agencement du contenu une incursion de la logique de consultation encyclopédique, un peu comme s'il s'agissait d'une bibliothèque miniaturisée. Ces textes secondaires se rapportent directement au texte primaire, dans une logique intra-textuelle[213]. Il s'agit de lever le voile, de manière plus ou moins exhaustive et scientifique, sur les conditions de production et le travail des divers acteurs impliqués.

D'après les experts industriels, le DVD encourage l'usager à prendre la même position « penchée en avant, vers l'écran » que lorsqu'il utilise un ordinateur, alors que le téléspectateur traditionnel, « se laissait aller en arrière, dans son siège. »[214] Aaron Barlow estime que l'édition

---

[212] *Ibid*., p. 142.
[213] Tom Brown, “The DVD of Attractions: The Lion King and the Digital Theme Park,” *op. cit.*, p. 81.
[214] Aaron Barlow, *The DVD Revolution*, *op. cit.*, p. 49.

DVD a ainsi permis d'étendre des pratiques considérées comme élitistes à des pratiques courantes de visionnement domestique. Parmi les raisons de l'adoption extrêmement rapide de cette technologie de livraison vidéo, il cite les suivantes:

- L'édition de films anciens et étrangers qui n'ont jamais été distribués sur support vidéo;
- La possibilité de voir le film dans la langue d'origine, avec des sous-titres;
- La conservation de la proportion originale de l'image (OAR - Original Aspect Ratio);
- Des reportages sur les « coulisses du tournage » et autres contenus additionnels soulevant un pan du mystère de la production;
- La solidité du disque optique, composé de couches d'aluminium et de polycarbonate, dont la surface se dégrade moins rapidement que les bandes magnétiques utilisées dans les cassettes vidéo, si traitées avec soin[215].

Le poste de télévision, qui est passé de l'état de cube, plus ou moins grands, encombrant en profondeur, à celui de plaque rectangulaire toujours plus fine, requérant désormais de plus en plus d'espace latéral, se réduit ainsi de plus en plus à l'état de simple terminal de réception et d'affichage de contenus issus de diverses sources qui lui parviennent grâce à diverses technologies de distribution et de livraison. Lorsqu'il est suspendu au mur, on dirait véritablement un vitrail donnant sur d'autres lieux dans le monde ou même d'autres univers fictionnels. Il peut servir aussi bien à regarder les chaînes de télévision, qu'elles soient diffusées par le câble ou par satellite, en analogique ou numérique, ou qu'elles soient stockées sur des serveurs (IPTV), que des films téléchargés par Internet, lancés depuis un caméscope numérique ou lus par un lecteur électronique (DVD ou disque dur), qu'à jouer à des jeux vidéo ou à surfer sur le Web. A ce niveau, on peut même parler de *home digital entertainment* ou de divertissement domestique numérique. Cependant, le DVD, comme héritier numérique de pratiques courantes, vidéophiles et cinéphiles, constitue souvent la première technologie de livraison utilisée dans le cadre de l'arrivée de ces systèmes de cinéma domestique et le lecteur/enregistreur DVD le principal périphérique branché sur l'écran de télévision.

3.3. Le DVD et les séries TV comme œuvres à collectionner

Contrairement aux craintes souvent réitérées par les acteurs industriels, un nouveau média ou une nouvelle technologie médiatique ne chasse pas forcément l'autre et la plupart du temps,

---

[215] *Ibid*., p. 63-64.

les deux cohabitent, avec divers aménagements, comme l'ont montré de nombreuses études en sciences de l'information et de la communication (SIC). De la même manière, la télévision et la cassette vidéo n'ont jamais tué le cinéma ni les lieux de projection comme l'illustrent les pratiques des cinéphiles qui constituent des collections de films, soit préenregistrés, soit enregistrés sur des cassettes vierges au moment de leur diffusion télévisuelle. Barbara Klinger (2008) distingue deux sous-tendances.

La première concerne les amateurs de vieux films, se réclamant d'un âge d'or de la cinéphilie (correspondant grosso modo aux Trente Glorieuses), fréquentant non seulement les cinémathèques ou ciné-clubs, mais aussi les festivals de cinéma ou les musées consacrés au septième art et collectionnant ce qu'ils considèrent comme le meilleur de cette époque sur des cassettes vidéo puis des disques laser et DVD. Ces spectateurs se considèrent donc essentiellement comme des cinéphiles utilisant ces supports audiovisuels dans le but d'une accumulation encyclopédique et suivant une logique analogue à la bibliophilie classique. La deuxième regroupe ce que l'on pourrait appeler des "vidéophiles", c'est-à-dire, des téléspectateurs ayant expérimenté l'audiovisuel à la télévision et sur cassettes vidéo, louées, achetées ou enregistrées grâce à un appareil VCR, dans l'optique de se constituer des vidéothèques personnelles à partir de la masse croissante de contenus s'écoulant d'une multitude de tuyaux médiatiques[216].

L'objectif de ces vidéothèques n'est pas tant de collectionner des œuvres dans une édition ou l'ensemble des productions d'auteurs valorisés, mais plutôt de conserver des contenus particulièrement appréciés hors du contrôle de l'industrie qui les génère et les fait circuler, et sans devoir se plier forcément aux standards de « bon goût » du moment[217]. En effet, comme le montre Glyn Davis (2008), les cassettes vidéo ont permis à des genres et des formats narratifs déconsidérés par les critiques et les distributeurs mainstream de trouver leurs publics, qui se sont souvent constitués au sein de l'environnement protégé et individualisé du foyer, loin du regard des autres[218]. Parmi ces catégories souvent pointées du doigt parce que déconseillées aux enfants ou sortant des balises délimitant les goûts du « grand public » (ou public moyen, mainstream, etc.), on retrouve notamment les films *gore* (disons,

---

[216] Barbara Klinger, "The DVD Cinephiles: Viewing Heritage and Home Film Cultures," *op. cit.*, p. 25.
[217] Kim Bjarkman, "To Have and to Hold: The Video Collector 's Relationship with an Ethereal Medium," *op. cit.*, p. 230.
[218] Glyn Davis, "A Taste for Leeches! DVDs, Audience Configurations, and Generic Hybridity," *op. cit.*, p. 28.

sanguinolents), d'horreur, de science-fiction, de combats, d'*heroic-fantasy*[219], de *cyber-punk*, ou la pornographie, mais aussi, les fictions issues d'industries non-occidentales, notamment les productions asiatiques, parmi lesquelles les films et séries TV d'animation japonaise.

De plus, la soif d'accumulation de détails concernant non seulement le déroulement narratif du récit, mais également sa production, de la grammaire audiovisuelle aux dispositifs techniques mis en œuvre, reflète les discours institutionnels à propos de l'importance de l'information qui demeure, selon Louise Merzeau, une sorte de « sacré social », dans le cadre du développement d'une hypersphère. L'exigence de pouvoir accéder à sa convenance, c'est-à-dire selon ses goûts, préférences techniques et loisirs, à des œuvres audiovisuelles, essentiellement considérées comme des contenus, constitue une manifestation de ces développements sociotechniques[220]. L'arrivée du disque laser, pourtant peu popularisé, à la fin des années 80, a représenté une première étape dans la réalisation de ces demandes, pas toujours formulées explicitement. Aaron Barlow estime en effet que l'entreprise Criterion, premier éditeur vidéo à avoir adopté un disque optique pour la transcription de films sous une forme digitale et organisés en banques de données, a permis au foyer de devenir un nouveau site de cinéphilie. Ce support était le premier à proposer plusieurs pistes audio et de sous-titres ainsi que plusieurs formats audiovisuels du film, en fonction du type d'écran dont disposait le spectateur. Chaque édition incluait aussi des commentaires par des personnes faisant autorité dans le domaine de la critique cinématographique ou de la réalisation de film[221].

Bien que des initiatives comme celles de Criterion soient restées relativement isolées à leurs débuts et suivies essentiellement par une petite population de pionniers cinéphiles, appartenant plutôt à la première sous-tendance identifiée plus haut, elles n'en ont pas moins constitué des signaux révélateurs pour l'industrie du divertissement audiovisuel dans son ensemble. Le disque laser étant encore relativement cher et compliqué à utiliser, les éditeurs ont donc continué de travailler avec la technologie VHS pendant presque dix ans, mais se mirent à proposer, à partir des années 90, des versions "DeLuxe" ou "Premium" ou "Collector" de leurs films, dont les images sont recadrées en cinémascope pour la télévision afin de respecter au mieux leurs proportions originales, et incluant des interviews et des petits reportages sur le

---

[219] C'est-à-dire, inspiré des univers créés par J.R. Tolkien dans sa fameuse trilogie, *Le seigneur des anneaux* (*Lord of the Rings*)
[220] Louise Merzeau, “Ceci ne tuera pas cela,” *Les Cahiers de médiologie*, 1998, no. 6, p. 27-39.
[221] Aaron Barlow, *The DVD Revolution*, *op. cit.*, p. 76-77.

déroulement du tournage[222]. Ce re-conditionnement concerne également le statut des divers types de contenus audiovisuels, notamment en termes de genres, de formats narratifs et de modalités audiovisuels (films, séries, téléfilms, documentaires, vidéo de concerts, etc.). Pour Derek Kompare, les cassettes vidéo d'abord, puis les disques laser et les DVD, servent à extraire des contenus audiovisuels de l'expérience collective incarnée par la salle de cinéma ou la diffusion télévisuelle, pour en faire ce qu'il appelle des « textes individuels », c'est-à-dire existant pour eux-mêmes, au même titre qu'un disque musical ou un livre[223], tout en participant à un ensemble de références intertextuelles constituant un univers narratif. En effet, prenant acte du succès des films préenregistrés, l'industrie du cinéma s'est alors mise à proposer directement en vidéo des préludes et des suites à ses titres les plus populaires, reprenant à son compte la logique de sérialisation à l'œuvre à la télévision[224].

Le DVD a largement contribué à cette dynamique d'estompage des différences de perception entre les productions cinématographiques grand public et les séries TV, longtemps considérées comme des produits de seconde zone. En effet, alors que la cassette VHS représentait avant tout la dernière étape marketing de la vie d'un film ou d'une série TV, le DVD, avec ses contenus additionnels, modifie le statut culturel de leur sortie vidéo[225], dans la mesure où aussi bien les séries que les films, ou encore les documentaires, subissent le même type de traitement. Le discours sous-jacent à ces développements met ainsi les productions télévisuelles et cinématographiques quasiment sur un pied d'égalité : les deux sont dignes de bénéficier de la même attention, non seulement parce que les talents requis dans les deux contextes de production sont aussi légitimes, mais aussi, souvent, parce que les deux formes de production incarnent simplement de manière différente le même univers narratif. C'est ainsi que de nombreuses séries TV à succès ont donné naissance à des films[226] et que des films ont été prolongés dans des séries TV[227]. Kim Bjarkman considère que le désir de préserver des parts de flots télévisuels sous une forme matérielle va au-delà de la simple envie de les revoir

---

[222] *Ibid*., p. 78.
[223] Derek Kompare, "Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconception of Television," *op. cit.*, p. 339.
[224] Aaron Barlow, *The DVD Revolution*, *op. cit.*, p. 19.
[225] Derek Kompare, "Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconception of Television," *op. cit.*, p. 334-336.
[226] Parmi les exemples les plus connus, on peut citer *Starsky & Hutch*, série télévisée diffusée entre 1975 et 1979 sur ABC, puis adapté en film en 2004, *Miami Vice*, diffusé sur NBC de 1984 à 1990, puis adapté pour le cinéma en 2006, ou encore *Bewitched* ou *Ma Sorcière Bien-aimée*, diffusée sur ABC de 1964 à 1972, adaptée au cinéma en 2005.
[227] Ex: Les films d'animation de Walt Disney ont souvent donné lieu à des séries TV, comme les histoires de *Mickey Mouse*, *Donald Duck*, ou plus récemment, *Aladin*, *Le Roi-Lion*, *Mulan*, etc. *Star Wars*, dont la première trilogie se déploie entre 1977 et 1983 et la deuxième, entre 1999 et 2005, ainsi qu'un film-prélude sorti en 2008, a été ensuite adapté pour la télévision en plusieurs séries animées, dont la diffusion s'échellonne entre 1985 et 2008 en est aussi un exemple emblématique.

ou de les voir hors des contraintes d'horaire des programmes spécifiques. Il s'agirait en fait d'une manifestation dans le domaine du divertissement audiovisuel d'une obsession moderne de l'archivage par la collection de traces matérielles et leur arrangement dans un ordre qui permette de donner un sens au temps qui passe. Elle compare ainsi la collection de vidéos avec la manière dont les musées et les institutions patrimoniales recueillent toute production culturelle et les rangent dans des archives faites pour durer. Elle estime donc qu'une collection privée de vidéos constitue une manière personnelle d'archiver sa propre vie de divertissement télévisuel[228].

Si les passionnés de télévision, qui avaient pour habitude d'enregistrer et d'éditer eux-mêmes les séries TV de leurs choix sur des cassettes vidéo vides en vue de grandes collections personnelles, constituent un public-usager extrêmement minoritaire, il apparaît que les logiques qui sous-tendent leur pratique ont été reprises par l'industrie de la vidéo. En effet, l'édition de séries TV pour le marché de la vidéo permet de matérialiser sous une forme durable un contenu télévisuel *a priori* éphémère, immatériel et intégré dans un dispositif temporel du présent, du direct (même s'il s'agit de faux directs, puisque plus aucune série n'est diffusée en même temps qu'elle est tournée)[229]. L'adoption d'un support facile et peu coûteux à presser et prenant peu de place comme le DVD a ainsi permis à l'industrie de l'édition vidéo de proposer au grand public cette pratique de la collection.

Le DVD permet donc de sortir de la logique de rendez-vous télévisuel, qui constitue non seulement une forme de contrôle sur le divertissement audiovisuel des spectateurs, mais aussi une forme d'audienciation caractéristique de ce genre de programme, c'est-à-dire, le partage d'un moment répétitif, en compagnie de personnages récurrents, et donc une mémoire narrative commune. En tant qu'objet de collection, il devient alors une plate-forme d'expérience audiovisuelle plus autonome et privée, en remplaçant le flux de diffusion, par un *paquet* de contenus divers. Les amateurs d'une série n'attendent plus le prochain épisode de leurs séries, mais le prochain DVD, lorsqu'elles sont éditées par groupes d'épisodes de 3 ou 4, ou les prochains coffrets, lorsqu'elles sont commercialisées par tranches. Le coffret par saison est d'ailleurs en train de devenir la norme éditoriale, ce qui permet à leurs possesseurs de regarder l'équivalent de dizaines d'épisodes.

---

[228] Kim Bjarkman, "To Have and to Hold: The Video Collector 's Relationship with an Ethereal Medium," *op. cit.*, p. 223.
[229] *Ibid*., p. 230-232.

Dans le cas spécifique des séries TV d'animation japonaise, qui ne sont, pour la plupart, jamais programmées sur les chaînes européennes, l'éditeur de DVD d'*animes* s'insère ainsi dans l'espace laissé libre par les télévisions entre les spectateurs européens et les studios japonais de production de ces séries. C'est à lui d'évaluer non seulement le goût des publics visés, mais également leurs usages du DVD dans le cadre de la réception des univers narratifs japonais, dont la version animée n'est qu'une incarnation parmi d'autres. Il est aussi confronté à l'existence de canaux parallèles, souvent illégaux, par lesquels les amateurs d'*animes* peuvent se procurer leurs séries, notamment le téléchargement sur Internet ou l'achat de VCD[230] sur des sites Web asiatiques.

Résumé du chapitre 2

Comme on le voit au terme de ce résumé de l'histoire des pratiques de divertissement audiovisuel éclairés par les SIC, la « démédiation », dont les éditions DVD constituent un des vecteurs, résulte du développement de médias qui favorisent alternativement des expériences publique ou privées, collectives ou individuelles, mais avec une forte tendance à l'individualisation. En effet, si les gens continuent d'assister en groupe à des spectacles donnés dans des lieux publics ou semi-publics (cinéma, théâtres, opéras, music-hall, etc.), la plus grande part de leur divertissement audiovisuel se déroule dans un espace privé, souvent chez eux, quand ce n'est pas dans un lieu complètement personnel, comme la chambre à coucher. Enfin, l'adoption de dispositifs de réception et de lecture portatifs permet une forme de divertissement audiovisuel individuel, mais en-dehors du foyer, brouillant ainsi complètement les limites entre privé et public, voir même entre personnel et collectif.

Par ailleurs, la proximité commerciale entre acteurs économiques dès les débuts de l'industrie du divertissement audiovisuel a aussi favorisé l'émergence de stratégies transmédia, par la tendance de chaque nouveau média à puiser ses premiers matériaux dans la culture populaire existante, avant de les adapter à ses contraintes et de développer progressivement ses propres types de contenus. Avec l'arrivée du numérique, le phénomène de « démédiation » et les stratégies de déclinaison d'un même univers narratif ont été largement favorisés, puisqu'il

---

[230] Video-CD, format de DVD non-codé (dit aussi 0-zone), peu coûteux, permettant d'enregistrer des contenus au format MP3, donc de facture audiovisuelle moins bonne que le DVD standard. Cette technologie de livraison, bien qu'elle propose une expérience sensorielle « dégradée », représente une possibilité bon marché de collectionner les séries et les films à la mode. Les éditeurs de VCD sont, cependant, généralement des pirates ou du moins, en délicatesse avec les lois internationales sur la propriété intellectuelle, mais souvent tolérés par les autorités de leurs pays.

devient possible de séparer non seulement les codes de communication de leurs supports conventionnels, mais aussi les contenus des médias qui leur ont donné naissance. Le DVD constitue clairement une technologie de livraison vidéo hybride, résultant de la combinaison de ces diverses logiques socio-culturelles, technologiques et commerciales. Présenté comme un dispositif permettant d'accroître la qualité de l'expérience sensorielle et audiovisuelle dans le sens d'une plus grande immersion dans son contenu, le DVD incarne des injonctions à adopter des comportements liés à la fois à la cinéphilie et à la vidéophilie, en rapport avec la consommation télévisuelle. Dans le cas d'édition de séries TV, il constitue un facteur de « démédiation » non seulement médiatique, en transformant un contenu de flot en un « texte individuel », au même titre qu'un livre, mais aussi symbolique et culturel, puisque le soin apporté par les éditeurs à leur mise en valeur indique aux publics qu'ils peuvent les considérer comme autant dignes d'intérêt et de figurer à leur collection qu'une œuvre cinématographique

.

Chapitre 3 : La sérialisation, un processus au coeur du transmédia de l'industrie japonaise

1. La série, le mode de narration par excellence de l'industrie du divertissement audiovisuel

Les processus de multiplication et de reproduction, que ce soit la massification de la fabrication de contenus audiovisuels ou le déploiement d'un même univers narratif sur les canaux médiatiques existants, se trouvent au cœur de l'industrie du divertissement audiovisuel. En effet, la série est à la narration ce que l'usine est à la production de biens matériaux : une manifestation de l'industrialisation, non seulement comme mode particulier de fabrication, le travail à la chaîne, mais aussi comme forme d'organisation des relations entre les acteurs concernés, à savoir les producteurs/créateurs et les consommateurs. Dominique Pasquier (1997) rassemble ces produits médiatiques sous l'étiquette de « fiction sérialisée qu'elle définit comme un genre télévisuel dont le public est à la fois fidèle et impliqué - et donc particulièrement actif. C'est un genre qui repose sur un principe d'identification à certains personnages. »[231] Robert Allen (1995) estime que ces formes narratives se distinguent des fictions non-sérialisées en ce qu'elles déroulent plusieurs intrigues, mettant en scène une multiplicité de personnages, dont la plupart ne sont pas essentiels à sa continuation, alors que les secondes s'articulent généralement autour d'un seul héros ou d'un groupe restreint de personnages principaux et suivent une logique auto-conclusive[232].

Ce chapitre propose une description des modalités de sérialisation à la fois narratives, médiatiques et matérielles, et montre comment l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel s'inscrit dans ces logiques qu'elle exploite à divers niveaux, ainsi que les implications de ce mode de production sur le processus de re-conditionnement des *animes* en marchandises culturelles.

---

[231] Brigitte Le Grignou, *Du côté du public*, *op. cit.*, p. 86.
[232] Robert Allen, "Introduction," *in* Robert C Allen (dir.), *To be Continued. . .: Soap Operas Around the World*, London, New York, Routledge, 1995, p. 18.

1.1. Récit sérialisé, récit industrialisé

La série constitue une manière d'aborder le monde, une logique d'organisation de celui-ci. Anne Cauquelin propose une définition du concept de série à partir de son origine étymologique, du grec « *seira* », signifiant la corde, et du latin « *series* » désignant l'entrelacement. Le terme renvoie ainsi à une « ligne de continuité », une forme linéaire, potentiellement infinie, sans direction précise, et qui peut donc se retourner sur elle-même, faire des allers et retours, voir même des boucles. La série est une « forme » qui nécessite un « contenu ». On parle alors de séries de nombres entiers, de problèmes, de timbres, de meurtres ou d'amants. Mais, tout en étant synonyme de multitude, elle peut aussi supposer une finitude, voir la rareté, comme dans le cas de séries d'exemplaires originaux d'une œuvre reproduite. Enfin, elle suppose une répétition par rapport à l'objet de départ, mais avec des variations. Elle est donc une forme qui préexiste l'objet sur lequel elle porte[233].

Dans le contexte de la production artistique, la question de la sérialisation a ouvert une ligne de démarcation culturelle très nette, opérée par l'esthétique moderne depuis le 16ème siècle, entre l'art, dont les œuvres se caractérisent par leur unicité et leur capacité à révolutionner les normes et les techniques de création, et l'artisanat ou l'industrie, qui consiste en une production en masse à partir d'un modèle-type, inscrite dans un conformisme socioculturel visant à assurer son succès économique[234]. L'itération ou la sérialisation d'un récit représente la forme industrielle par excellence de la production textuelle et audiovisuelle. Ce mode de narration se caractérise par un découpage du récit en unités spécifiques, appelées épisodes, et un déroulement linéaire de ceux-ci en fonction d'une temporalité contrôlée par les créateurs. L'itération rappelle un peu la chaîne de production en usine et rompt avec les règles d'unité d'action, de lieu et de temps, qui caractérisent la littérature dite classique, en multipliant les éléments temporels, spatiaux et événementiels ainsi que les intrigues. Le dispositif du « *cliffhanger* » (situation de suspense) se trouve au cœur du fonctionnement de la série commerciale, car il fait appel à l'instinct de préservation de tout un chacun, lequel implique alors le désir de voir l'histoire continuer indéfiniment[235].

---

[233] Anne Cauquelin, "Séries en mouvement (remarques sur le destin de la série)," *Quaderni*, 1989, vol. 9, no. 1, p. 11-13.
[234] Umberto Eco, "Innovation et Répétion: entre esthétique moderne et post-moderne," *Réseaux*, 1994, vol. 68, no. 11-26, p. 11.
[235] Roger Hagedorn, "Doubtless to be continued: A brief history of serial narratives," *in To be Continued. . .: Soap Operas Around the World*, London, New York, Routledge, 1995, p. 28.

L'itération, au sens large, telle que conçue par Umberto Eco (1994), faite de redondances, de répétitions, de récurrences des mêmes personnages et situations narratives, a des racines plus anciennes. Roger Hagedorn (1995) les situe au 16ème siècle, lorsque les premiers romans épisodiques furent publiés en volumes distincts. Mais contrairement aux fictions sérialisées d'aujourd'hui, ces ouvrages, imprimés à l'aide de caractères mobiles, étaient encore extrêmement chers et seule une petite élite de lecteurs, dotés des compétences littéraires et des moyens financiers nécessaires, pouvaient se les offrir. Cependant, la concurrence entre éditeurs-imprimeurs aux 17ème et 18ème, siècles favorisa le recours à des récits sérialisés afin de faciliter la vente de journaux à des prix avantageux.

JOURNAL DES DÉBATS
POLITIQUES ET LITTÉRAIRES.

Illustration 11: Premier épisode des *Mystères de Paris*, paru dans le Journal des Débats du 19 juin 1842. Source : Gallica/BNF : http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k4458735.langFR

Si l'Angleterre fut pionnière en matière de roman-feuilleton, devenus au début du 19ème siècle, le principal outil « marketing » pour attirer des lecteurs et conserver leur loyauté, la presse écrite dans d'autres pays européens ne tarda pas à suivre ce mouvement[236]. En France, Joseph Marie Eugène Sue (1804-1857) apporta, avec ses *Mystères de Paris*, publiés dans le *Journal des débats* de 1842 à 1843, plusieurs innovations narratives au récit sérialisé qui se sont perpétuées jusqu'à nos jours, à savoir l'introduction de multiples intrigues secondaires en cours de route et l'interruption systématique de chaque épisode au milieu d'une scène de suspense, afin de laisser les lecteurs sur leur faim et les pousser à acheter le numéro suivant.

Malgré les services rendus par le roman-feuilleton à la presse écrite dans les pays industrialisés, le taux d'illettrisme, encore relativement élevé dans les classes populaires, représentait un frein à son essor en une véritable industrie de masse. Le dessin de presse, notamment les caricatures, contribua à élargir significativement le lectorat des journaux. Aux USA, l'introduction de la bande dessinée connue sous l'expression « *comic strips* », à partir des années 1860, ouvrait la voie à une littérature qui privilégiait un langage pictural sur le mot écrit[237]. Cette forme de récit illustré se développa à la croisée du dessin de

[236] *Ibid*., p. 29-30.
[237] Armand Mattelart, *La mondialisation de la communication*, *op. cit.*, p. 32.

presse, notamment satirique, des suites d'estampes et des romans-feuilletons. Elle reprenait des premiers les accents souvent burlesques, outranciers, dénonciateurs ou absurdes ainsi que la structure auto-conclusives, des secondes le découpage des scènes en séquences suivies mais distinct et le dédoublement des mêmes personnages et éléments de décors d'une image à l'autre, et des troisièmes, le rythme de publication ainsi que l'attention portée au profil socioculturel des lecteurs. La particularité de ces récits s'exprimait dans l'alliance du texte et de l'image, le premier s'intégrant progressivement à la seconde. Deux types de récits illustrés sérialisés se développèrent : des petites histoires humoristiques, dont la trame auto-conclusive se répétait systématiquement sans aucune progression narrative, tels le *Yellow Kids*, et les récits épiques, tels que *Little Nemo in Slumberland* (Illustration 12) de Windsor Mccay, basé sur un format feuilletonesque, dans lequel chaque épisode représente une suite du précédent[238].

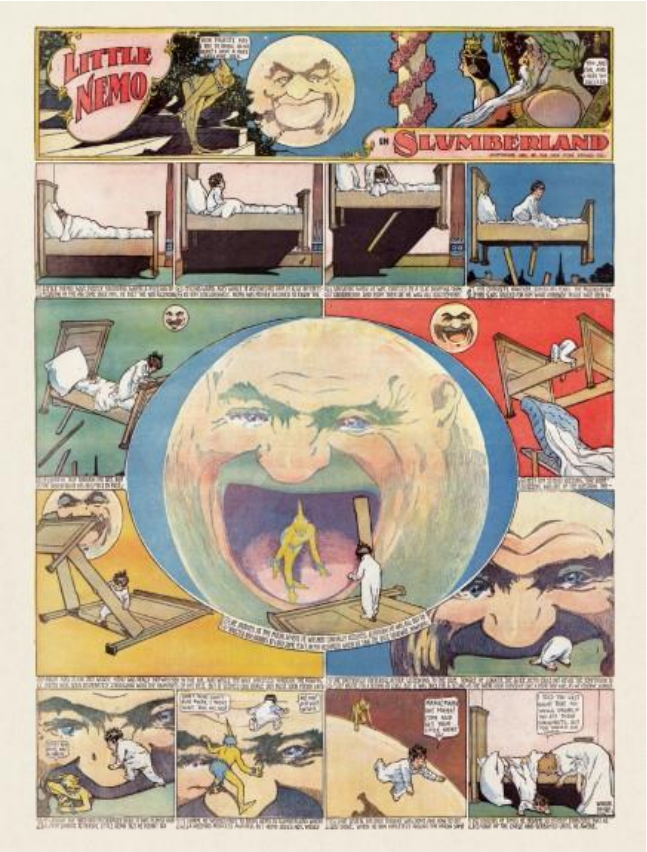


Illustration 12: *Little Nemo in Slumberland* de Winsor McCay, paru dans le New York Herald, du 3 décembre 1905. Source: Wikimedia: http://bit.ly/1a4uk31.

Ces deux formes de sérialisations furent aussi mises en œuvre dans le cinéma à partir des années 1910, lorsqu'il s'inspira des romans-feuilletons et des romans en séries (par exemple, la *série noire*) et même de bandes dessinées, pour les porter au grand écran [239]. A partir des années 1930-1940, la narration industrielle, caractérisée par une structure épisodique visant à fidéliser des publics-cibles, faisait partie intégrante de la culture narratologique des pays industrialisés en Europe, en Amérique et au Japon. Dans ce contexte, il n'est pas étonnant que

[238] Roger Hagedorn, "To be Continued. . .," *op. cit.*, p. 32.
[239] *Ibid*., p. 34.

la radio, qui prenait son essor en tant qu'institution médiatique de diffusion de masse à la même époque, se soit emparée immédiatement de ce mode de narration.

Aux USA, elle contribuait même à poser les bases d'un paradigme commercial qui n'ont commencé à vaciller que depuis une dizaine d'années. Il s'agissait du tandem diffuseur - publicitaires qui reposait sur une réciprocité commerciale. D'un côté, les annonceurs, en payant pour se voir allouer des espaces stratégiques dans la grille horaire des programmes, fournissaient la plus grosse partie de la manne financière nécessaire à la production des émissions diffusées par un réseau radiophonique. De l'autre, ce dernier s'engageait à fournir régulièrement à leurs clients des audiences massives et bien disposées envers leurs messages promotionnels, en proposant des récits passionnants et structurés de telle sorte que les auditeurs se retrouvent systématiquement au rendez-vous de l'émission[240]. Ce modèle caractérisa la télévision dès ses débuts commerciaux dans les années 50, au point qu'elle cannibalisa littéralement les séries radiophoniques[241].

Ce modèle économique fut repris avec une vingtaine d'années de retard par les autres pays industrialisés, lorsque ces Etats abandonnèrent leur monopole sur la diffusion radiophonique et télévisuelle. Avec l'émergence d'une nouvelle catégorie de masse, celle des consommateurs, eux-mêmes subdivisés en fonction de leurs origines socioprofessionnelles, se créèrent de nouveaux débouchés pour l'exportation du " rêve américain", qui envahit les écrans du monde industrialisé avec ses « *soap operas* », « *dramas* », « *sagas* », bref, toute une palette de fictions sérialisées, catégorisées sous diverses expressions. Certaines puissances économiques, pôles linguistiques et économiques de leurs continents, commencèrent aussi à développer une industrie télévisuelle nationale et à l'exporter, notamment le Brésil et le Mexique en Amérique latine, l'Allemagne et la France en Europe, l'Australie et le Japon en Asie. Au fur et à mesure que la télévision s'installait dans les habitudes comme un mode de divertissement, les séries télévisées prirent également une importance croissante, pour devenir le principal type de fiction diffusé à la télévision à partir des années 1970[242].

---

[240] *Ibid*., p. 35.
[241] *Ibid*., p. 37.
[242] Jacques Mousseau, "La télévision en République fédérale d'Allemagne," *Communication*, 1988, p. 91-92. ; Régine Chaniac, "La fiction en série : évolution de la programmation en France," *Quaderni*, 1989, vol. 9, no. 1, p. 47-49. ; Robert Allen, "Introduction," *op. cit.*, p. 2. ; Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*, p. 223.

1.2. Les divers types de sérialités

De manière générale, la narration sérialisée remplit trois tâches qui justifient aussi en grande partie son existence: autopromotion grâce au dispositif du *cliffhanger*, facteur de loyauté au produit ou à la marque, création d'une audience de masse pour une institution médiatique en particulier (un journal, une chaîne de télévision ou de radio, un studio de cinéma, aujourd'hui, une marque…). Bien que des formes de fiction séquencées aient préexisté l'industrialisation des médias, telles que *Les Contes des Mille et Une Nuit*, les sagas nordiques ou encore les scènes mythologiques racontées dans les bas-reliefs grecs et romains, il leur manque trois caractéristiques essentielles pour prétendre au statut de séries: une économie de marché, des technologies de communication massive exploitables par des entreprises et un objectif essentiellement commercial[243]. Du fait de sa très large adoption dans pratiquement tous les domaines médiatiques, la sérialisation se présente comme un phénomène multiforme, souvent hybride, et donc complexe à classifier. Umberto Eco propose une approche qui distingue entre cinq catégories d'itération, en fonction du type de variations par rapport à un modèle-type.

- Le « *retake* »: reprise des personnages et d'un contexte d'une histoire précédente pour en faire une nouvelle histoire qui peut soit reproduire à peu de détails près la précédente ou, au contraire, en différer énormément (ex: *Vingt ans après* d'Alexandre Dumas).
- Le « *remake* »: réinterprétation d'histoires préexistantes (ex: les multiples versions du *Dr. Jivago* ou des *Révoltés du Bounty*).
- La « série »: répétition d'une même trame narrative, avec les mêmes héros, mais avec des circonstances et personnages secondaires qui varient (ex.: *Starski et Hutch*). Il arrive aussi, dans le cinéma, que la présence dans les films d'un acteur célèbre, comme John Wayne, en arrive à influencer le cours, de sorte que l'on a l'impression que celui-ci définit systématiquement le filme dans lequel il joue.
- La « saga » (aussi communément désigné sous le terme de feuilleton): récit qui se déroule dans un sens chronologique et décrivant l'évolution d'un groupe (famille, peuple, dynastie…) dans le temps (ex: *Dallas*).

---

[243] Roger Hagedorn, "To be Continued. . .," *op. cit.*, p. 28-29.

- Le « dialogue intertextuel »: citation d'un autre texte que ce soit de manière inconsciente (influence stylistique) ou consciente (reprise ironique, mise en abîme, meta discours). Eco le considère comme une pratique post-moderne fréquente[244].

Cette classification prend le contre-pied de la division traditionnelle entre art et artisanat qui tendait à reléguer la narration en série au bas de la hiérarchie culturelle, comme un simple produit industriel de masse sans intérêt, en soulignant les relations entre œuvres classiques et populaires. Elle aborde aussi la manière dont différents médias peuvent se trouver pris dans une chaîne de commercialisation d'un même univers narratif. Enfin, elle établit les deux critères de base de distinction entre les divers types de formats sériels à la télévision: l'épisode auto-conclusif, avec un début, une apogée et une fin, d'une part, et l'épisode ouvert, se prolongeant dans le suivant. Elle a donc l'avantage de couvrir à la fois divers modes de narration sérialisée et les processus de ce que l'on appelle le transmédia. Cependant, elle ne fait pas suffisamment ressortir les particularités de la narration sérielle à la télévision. En effet, cette approche ne rend pas compte de la manière dont la sérialisation découpe le temps et donc de la temporalité particulière à l'expérience de ce type de récit télévisé, ce qui est important si l'on se trouve dans une optique de la sociologie de la réception.

Comme le note Jean Mottet, qui fait de la télévision le plus important raconteur d'histoires des sociétés industrialisées, une série TV étire la temporalité du récit, potentiellement à l'infini, et l'insère dans la vie du téléspectateur, en lui proposant un rendez-vous régulier, même si le tournage, en lui-même, s'est déroulé dans une période antérieure à la diffusion et dans un espace distant du lieu de visionnement[245]. Pour Jean-Pierre Esquenazi, qui s'appuie sur le travail de Robert Allen (1985), « ouverture » constitue le maître-mot de l'art de la série TV. Celle-ci se manifeste soit par la possibilité d'une répétition infinie de la même trame narrative, dans le cas de série basée sur des épisodes auto-conclusifs, soit par le tissage de trames intégrant constamment de nouveaux éléments permettant de relancer l'histoire dans une nouvelle direction. Pour cette raison, il ne considère pas non plus que des téléfilms subdivisés en épisodes constituent réellement des séries, car ce sont des récits fermés, à la fin annoncée, mais dont la longueur oblige à une diffusion découpée en plusieurs fois[246]. Dans cette optique, Jean-Pierre Esquenazi propose une classification des séries TV en fonction de leur gestion de

---

[244] Umberto Eco, "Innovation et Répétion: entre esthétique moderne et post-moderne," *op. cit.*, p. 15-18.
[245] Jean Mottet, "L'espace-temps de la télévision : le cas du soap opera," *Quaderni*, 1989, vol. 9, no. 1, p. 68-70.
[246] Jean-Pierre Esquenazi, *Les séries télévisées: l'avenir du cinéma ?*, Paris, Armand Colin, 2010, p. 27.

la temporalité diégétique dans le cadre de la temporalité médiatique et sociale, liée au fonctionnement du média télévisuel. Il distingue ainsi entre les séries « immobiles » et celles qu'il qualifie d' « évolutives ». Les premières se présentent comme des récits dont le temps semble suspendu, soit qu'il se répète épisode après épisode[247], dont *Columbo* est un bon exemple, soit qu'il soit tellement étiré et distendu que la crise en cours ne semble jamais devoir se terminer, comme dans nombre de *soap operas* ou de série-feuilletons, tels que *Dallas* ou *Top Model*, mais aussi les *sitcoms* (*situation comedy*) tels que le *Cosby Show*, qui mettent en scènes la vie quotidienne et l'importance de ses petits riens. La seconde catégorie comprend des récits suivant un déroulement temporel qui affecte les personnages et construit leur vie. Ils tendent vers un but et la série nous narre la manière dont ils y arrivent. Les personnages vieillissent, se constituent une mémoire et peuvent même finir par mourir, à la fin de leur vie.

Si les deux catégories ont existé dès les débuts des séries TV, et continuent aujourd'hui de cohabiter, l'auteur estime que les années 1960-1980 ont été particulièrement propices aux séries immobiles, alors que les séries évolutives semblent dominer depuis les années 1990. Cependant, comme pour les autres classifications, celle-ci ne permet pas d'avoir des catégories totalement mutuellement exclusives, la plupart des séries combinant des temporalités liées aux narrations immobiles et évolutives[248].

Cette catégorisation peut partiellement s'appliquer aux séries TV d'animation japonaise. En effet, il existe aussi bien des séries immobiles qu'évolutives. Par contre, les *animes* n'ont jamais été quotidiens, mais bien hebdomadaires et ce dès leur apparition, avec *Tetsuwan Atomu* (*Astro Boy* en anglais, ou *Astro le petit robot*, en français), diffusé à partir de 1963. On ne trouve pas réellement d'équivalent au *soap opera* dans le domaine de l'*anime*. De manière générale, la programmation de nouveaux *animes* à la télévision japonaise correspond au démarrage de l'année scolaire et professionnelle, au printemps, et peut ensuite se poursuivre sur plusieurs saisons, une saison correspondant à environ 13 semaines. Les périodes de fêtes de fin d'année et de vacances nationales, comme la *Golden Week*, consistant en une succession de plusieurs jours fériés correspondant à diverses célébrations religieuses et commémorations historiques (dont l'anniversaire de l'Empereur), sont en plus l'occasion d'épisodes ou de mini-

---

[247] C'est le cas de séries qui alignent des épisodes auto-conclusifs suivant systématiquement le même schéma narratif, sans aucun développement au niveau des personnages ou de leur vie, et leur faisant faire constamment la même chose mais dans des situations différentes.
[248] *Ibid*., p. 102-104.

séries spéciales[249]. Un *anime* qui marche bien peut donc durer des années et donner naissance à des séries supplémentaires.

1.3. La réception d'une narration par épisodes

La télévision commerciale n'a eu de cesse, depuis ses débuts aux USA dans les années 50, d'expérimenter les diverses facettes de la narration sérialisée. Bien qu'il soit possible de classer les séries TV en utilisant les catégories de genres issues d'autres modes d'expression artistique, tels que la littérature et le cinéma, une telle approche ignore simplement le rôle joué par la répétition qui constitue la principale spécificité de ces récits. Celle-ci contribue notamment, selon Umberto Eco, à la familiarisation du public avec les divers types de séries qui lui sont proposés, en lui offrant des points de repères se transformant pas ou très lentement[250]. Pour Jean-Pierre Esquenazi, la notion de « formule » permet de mieux saisir les articulations entre les genres réappropriés et les contraintes liées à la diffusion télévisuelle. Il la définit selon les termes suivants : « […] non pas scénario mais machine à fabriquer des scénarios, non pas ensemble de personnages mais réserves de modèles de personnages, non pas mise en scène mais définition d'un cadre de mise en scène. »[251] Les formules renvoient ainsi à des modalités industrielles de création, consistant à utiliser un contenant facilement identifiable par le public et à le remplir avec des contenus mélangeant des éléments familiers et des touches innovatrices, mais pas trop. Cette approche est particulièrement justifiée dans le cas des séries TV d'animation japonaise et des *mangas* éponymes dont elles sont souvent des adaptations. En effet, loin d'être un genre, les *animes* sont même considérés comme des méta-médias par certains auteurs[252], et les histoires qu'ils racontent sont puisées dans une très large palette de conventions narratives. De manière générale, ces séries sont identifiées avant tout par l'audience qu'elle vise. De fait, la notion de genre prise dans son sens conventionnel serait encore moins utile pour la classification des *animes*.

Si des courants critiques réactivent régulièrement la thèse de la manipulation de masses naïves et insuffisamment éduquées par une classe bourgeoise à la tête des industries médiatiques,

---

[249] Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*, p. 225.
[250] Umberto Eco, "Innovation et Répétion: entre esthétique moderne et post-moderne," *op. cit.*, p. 13.
[251] Jean-Pierre Esquenazi, *Les séries télévisées: l'avenir du cinéma ?*, *op. cit.*, p. 90.
[252] Gilles Poitras, "Contemporary Anime in Japanese Pop Culture," *in* Mark W. Williams (dir.), *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, London & New York, Sharpe, M.E., 2008, p. 48-67. ; Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*

pour justifier le succès des fictions sérialisées, d'autres estiment, à l'instar d'Umberto Eco, qu'il est à mettre en grande partie sur le compte de la confrontation de tout un chacun à une modernité ressentie comme un facteur de bouleversements structurels constants. Ces rendez-vous télévisuels proposent des structures narratologiques répétitives, attendues des spectateurs qui ont appris à les associer à chaque type d'histoire, et les considèrent en quelques sortes comme un refuge rassurant face à l'instabilité et l'imprévisibilité de la vie quotidienne. Par ailleurs, des études menées dans les années 80 sur la réception des *soap opera*, dont l'histoire principale est régulièrement freinée, accélérée ou réorientée par des intrigues secondaires, montrent que les spectateurs tirent leur plus grand plaisir de la connaissance approfondie qu'ils développent de ces univers[253]. Les recherches en question ont aussi montré que la tension entre la réalité plausible proposée par le scénario et la réalité "vraie" telle que ressentie par les téléspectateurs dans leur vie quotidienne, représente un élément important de l'attrait qu'exercent ces feuilletons. En effet, ils permettent de suivre régulièrement la vie de protagonistes fictionnels comme si elle se déroulait sur la scène de la réalité[254].

Alors que jusque dans les années 1960, les séries diffusées pendant la journée s'adressent essentiellement aux femmes au foyer, avec leur départ massif pour le marché du travail, cette audience se réduisit de manière significative, obligeant les dirigeants des chaînes de télévision à repenser leur stratégie marketing. Dans les années 1980, avec la multiplication des canaux d'accès aux programmes télévisuels (relais hertzien, câble, *pay-per-view*, VHS) et la généralisation de la télécommande, donc du *zapping*, la nécessité d'enchaîner les audiences à une chaîne se fait encore plus pressante. L'une des stratégies imaginées est le recourt de plus en plus fréquent à la grande saga familiale alliant de manière complexe intrigues principales et secondaires et se déroulant sur des années, qui doit alors permettre à la chaîne d'entrer plus profondément dans l'univers intime des téléspectateurs en devenant leur meilleure amie. Une autre stratégie consiste à mélanger la gestion de la temporalité caractéristique des séries immobiles et évolutive en une forme de narration hybrides avec de petits récits qui se concluent à la fin de chaque épisode, et un fil directeur saisonnier regroupés alors dans des "arcs" ou "chapitres". De cette manière, les séries acquièrent une sorte de mémoire, comme on la trouve dans les feuilletons, qui deviennent également celle du spectateur, lui offrant ainsi une expérience plus intense du destin des protagonistes auxquels il est appelé à s'identifier. Cette méthode permit à la fois de rattraper les nomades qui s'écartent pour un temps de la

---

[253] Robert Allen, "Introduction," *op. cit.*, p. 7.
[254] *Ibid*., p. 10.

chaîne, en leur permettant de s'y retrouver dans un univers dont ils n'ont pas suivi le déroulement depuis le début, tout en les fidélisant grâce à un récit riche en rebondissements sur le long terme[255].

Depuis la fin des années 90, les séries mi-immobiles/mi-évolutives sont devenues la quasi-règle générale dans un contexte où la production télévisuelle a lié son destin à celui du marché de la distribution. Les quelques recherches récentes sur le succès du DVD, en tant que technologie de livraison numérique, montrent le rôle joué par ces fictions télévisuelles sérialisées dans son adoption. Le DVD, dont la finesse physique est inversement proportionnelle à sa capacité de stockage, a permis au secteur industriel de la télévision de faire ce que le cinéma faisait depuis vingt ans grâce à la VHS : vendre ses produits, en l'occurrence ses séries-feuilletons, directement aux consommateurs. Les caractéristiques du DVD rendent en effet possible la réunion, dans une vidéothèque, de récits beaucoup plus longs, répartis sur parfois plusieurs dizaines de disques optiques, mais sans occuper un espace démesuré. Le coffret DVD, dont le premier, sorti en 1997 aux USA, reprenait l'ensemble de la saison 1 de *X-Files*, permet alors de rassembler les épisodes de chaque saison (une saison durant généralement de quatre à six mois), ce qui assure une certaine cohérence à la collection[256], chacun comprenant un segment temporel (saison) ou narratif ("arc", "chapitre") de la série. Inversement, il apparaît que la pratique de l'édition en coffret DVD par saison ou par "arc" des séries TV ait favorisé le recourt à des formules narratologiques favorisant des récits longs, mais découpés en chapitres regroupant des épisodes auto-conclusifs. De plus, la possibilité offerte par ces éditions de regarder à la suite plusieurs épisodes est reproduite par les chaînes de télévision qui, depuis maintenant une dizaine d'années, ne proposent plus un seul, mais généralement deux, trois, voire quatre épisodes hebdomadaires des séries à l'écran. C'est ainsi qu'il est fréquent que le segment « prime time », autrefois réservé au "film du dimanche soir", soit occupé par une série, dont on montre alors quelques épisodes, soit de la même saison, à la suite, soit de plusieurs saisons différentes. Plus récemment, des entreprises de vidéo à la demande, telles que Netflix aux USA, ont décidé de carrément proposer des

[255] Roger Hagedorn, "To be Continued. . .," *op. cit.*, p. 38-39.
[256] Derek Kompare, "Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconception of Television," *op. cit.*, p. 337-338.

saisons entières en première diffusion, construisant alors un modèle hybride entre l'usage de technologies vidéographiques et la programmation télévisuelle[257].

1.4. La série et les stratégies transmédia

La sérialisation se trouve ainsi au cœur du fonctionnement des industries actuelles du divertissement audiovisuel. De même que chaque épisode représente une continuité du récit et une accumulation d'expériences, de même l'extension de ces univers sur d'autres canaux médiatiques constitue une addition à la relation que le public établit avec les personnages et les situations narratologiques qui lui sont proposées. Même si les grands groupes médias appliquent cette méthode aussi bien aux films de cinémas qu'aux séries télévisuelles, il ressort que ces dernières sont particulièrement bien adaptées à ce genre de commercialisation. La stratégie consiste à favoriser une évolution aussi infinie que possible des personnages et de leurs destins, afin de permettre un renouvellement continu de produits audiovisuels et matériels (*merchandizing*). On pourrait ainsi parler du rêve d'une chaîne de fabrication sans fin et des imaginaires éternels, accompagnant les gens durant toute leur vie. Ces stratégies dites « transmédia » ou « transmédiales » se développent dans le contexte d'un phénomène de convergence techno-commerciale, qui, s'il remonte au début du 20ème siècle, s'est brutalement accéléré et intensifié à partir des années 80[258]. Marco Pellitteri, dans son étude très exhaustive sur l'histoire de la réception de la culture japonaise de masse en Italie, propose une approche qui rend compte du rôle joué par les divers éléments commerciaux, technologiques, et socio-culturels dans le développement de ces stratégies transmédia. Il distingue six modèles, rattachés les uns aux autres par des liens de logiques sociotechniques et industriels, puisqu'ils se développent au fur et à mesure qu'émergent de nouveaux secteurs médiatiques et donc des opportunités d'adapter des univers narratifs préexistants en des versions commercialisables supplémentaires. Ces modèles s'articulent autour de deux axes omniprésents à travers l'histoire de ces industries : la création esthétique de récits et de personnages fictifs d'une part, et la conception de multiples produits médiatiques et de marchandises dérivées, d'autre part[259].

Le premier, qu'il a joliment appelé le « modèle de l'aube », atteste de l'ancienneté de la pratique d'adaptation d'un contenu d'un média à un autre, puisqu'il remonte au 19ème siècle. Il s'agit de

---

[257] *Consommer les séries : Netflix vous propose le binge viewing*, http://lesplumesasthmatiques.net/fr/consommer-les-series-netflix-vous-propose-le-binge-viewing/, consulté le February 26, 2013.
[258] Koichi Iwabuchi, *Recentering Globalization*, *op. cit.*, p. 37.
[259] Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*, p. 367.

la publication en livres de récits initialement diffusés sous forme de feuilleton dans la presse écrite, comme par exemple *Les Trois Mousquetaires* d'Alexandre Dumas, *Dracula* de Bram Stocker ou *Les Mystères de Paris* d'Eugène Sue. Cependant, comme ces transferts se sont déroulés uniquement dans le secteur de l'édition et utilisent le même médium (dans le sens défini au chapitre 1) l'imprimé, il a qualifié cette configuration industrielle de « monomédiatique »[260], mais que l'on désignerait plutôt par le concept de « re-conditionnement », pour rester dans le schéma initial décrivant le système médiatique dans lequel s'inscrit toute production intellectuelle matérialisée. En effet, aucun changement n'est apporté à l'univers narratif, sauf peut-être certaines corrections superficielles qui ne modifient pas véritablement l'histoire racontée. La version médiatique (soit le code de communication + le médium + le support matériel) reste la même, seul le média change, puisque ces récits sont passés de la presse écrite à celui de l'édition livresque. Il s'agit donc là d'un des premiers exemples de re-conditionnement reliant l'industrie de flot à celle des marchandises culturelles.

Ce n'est qu'avec l'arrivée des films cinématographiques que l'on commence à expérimenter un véritable passage d'un code de communication, d'un médium et d'un média à l'autre. Le cinéma a ainsi tiré ses premiers sujets de films dans la littérature populaire et classique, tandis que la bande dessinée moderne et l'image animée se sont développées de concert. La télévision américaine a continué certains *soap operas* qui avaient démarré à la radio (ex*: The Guiding Light*, ou *I love Lucy*). Mais, surtout, comme le montre Marco Pellitteri, l'audiovisuel est devenu le principal point de départ de la carrière médiatique des univers narratifs créés par l'industrie. Ce qu'il appelle le « modèle binaire », puisqu'il consiste à articuler d'un côté les secteurs du cinéma ou de la télévision, et de l'autre, ceux de l'édition sur papier ou de la radio, s'est maintenu sans discontinuer jusque dans les années 80, comme les montrent les exemples de *Star Wars* ou *Indiana Jones*[261]. Walt Disney a fait office de précurseur dans l'établissement des bases de cette logique commerciale de la multiplication et de la sérialisation des produits dérivés. Créé en 1927 pour le grand écran, *Mickey* s'est retrouvé très rapidement décliné en *comic strips* dans les journaux, non seulement aux USA, mais aussi dans d'autres pays occidentaux, comme la France. Ainsi, à partir de 1933 déjà, le *Petit Parisien* le publiait quotidiennement et en 1933, la version francophone du *Journal de Mickey* était éditée[262].

---

[260] *Ibid*., p. 368.
[261] *Ibid*., p. 370.
[262] Armand Mattelart, *La mondialisation de la communication*, *op. cit.*, p. 46.

Plus encore que dans l'industrie américaine, les fictions sérialisées se trouvent au cœur de l'énorme machine nippone à produire de l'imaginaire. Depuis les années 70, les stratégies suivies par cette industrie s'articulent non plus uniquement autour d'univers narratif, mais véritablement de figures icôniques, ce que certains penseurs critiques japonais, comme Itô Go, Hiroki Asuma, Eiji Ôtsuka et Yui Kiyumitsu, ont appelé « *kyara* ». Le terme lui-même est issu d'une abbréviation, *kyarakutta*, qui n'est autre que la transcription phonétique du terme anglais *character*, signifiant le personnage. La distinction que ces auteurs opèrent entre le *kyara* et le *kyarakutta* vise à souligner l'une des particularités de la création dans le domaine du divertissement audiovisuel japonais contemporain. Pour eux, cette différenciation remonte aux œuvres d'Osamu Tezuka, le principal pionnier moderne du *manga* et des séries TV d'animation japonaise, qui mettait l'accent sur la différence à faire entre des protagonistes substantiels, qui donnent de la profondeur à un récit (les « *kyarakutta* ») et des créatures vides et superficielles, les *kyara*, dont le rôle principal est d'alimenter le *merchandising* se développant autour d'un univers narratif. Le petit chat blanc, sans bouche, *Hello Kitty* constitue le *kyara* par excellence, puisqu'il n'a aucune existence propre en dehors des produits de la vie quotidienne sur lesquels il a été imptimé. Ces personnages iconiques se présentent comme des appendices des personnages humains et n'existent que pour les servir, que ce soit dans une incarnation virtuelle (en tant qu'élément d'un scénario) ou comme produits réels (en tant qu'objets ou comme personnages de publicité)[263].

Pour cette raison, l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel s'est développée selon un modèle prenant le contre-pied de la logique hollywoodienne, focalisée sur le scénario, en mettant l'accent sur la commercialisation d'icônes qu'il faut intégrer à un univers narratif, afin d'en faire la publicité. Les années 70 virent ainsi se dessiner ce que Marco Pellitteri appelle le « modèle binaire inversé ». Dans cette configuration, le secteur éditorial du *manga* et les studios de création de séries TV d'animation japonaise se mirent au service de la commercialisation de jouets ou de jeux vidéo. Le fameux *Goldorak*, qui fit couler tellement d'encre en Europe, en fut un des premiers exemples. Même si le robot *UFO Grendizer* (le nom japonais de *Goldorak*) a préexisté les jouets, sa conception graphique évolua très vite pour s'adapter aux contraintes de fabrication des figurines articulées. Il a fallu ainsi élargir les

[263] Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*, p. 78-80.

jambes et les pieds de l'incarnation animée afin que son « modèle » matériel puisse tenir debout tout seul[264].

A partir des années 90, le jeu vidéo devint le point de convergence entre plusieurs secteurs industriels dont on voit encore les développements aujourd'hui. Il hérita de l'esprit ludique et expérimental du jeu, des univers fictionnels dérivés des réalisations cinématographiques ou télévisuelles et de la possibilité d'interagir avec ceux-ci grâce à la technologie informatique[265]. Comme toute industrie médiatique, il s'agit d'un hybride dans lequel se sont retrouvés des savoir-faire et des pratiques qui se sont renouvelées en conséquence. En faisant appel aussi bien à l'image numérique que cinématographique, il a permis aux industries de l'informatique et du cinéma de se régénérer. En effet, les consoles de jeux sont devenus de plus en plus des périphériques portatifs autonomes ou connectables, aussi bien à des ordinateurs, poste téléviseur qu'aux réseaux Internet [266].

C'est dans ce contexte d'abondance médiatique que se mit alors progressivement en place ce que Marco Pellitteri définit comme le « modèle de la synergie », caractérisé par la simultanéité de la sortie des diverses versions médiatiques d'un univers narratif et de produits dérivés extraits de celui-ci. Cette commercialisation peut être « organisée », lorsque tous les acteurs industriels concernés se concertent et coordonnent leurs actions dans l'optique d'occuper le marché avec ce qui devient alors un ensemble de « franchises », ou bien, « spontané », lorsque le succès inopiné d'une série peut pousser des éditeurs et des fabricants de jouets à acheter les droits pour générer des produits dérivés[267].

Progressivement, dans un contexte d'encouragement à la multiplication des incarnations médiatiques et matérielles, ce modèle s'est exacerbé pour donner naissance à un ensemble de stratégies, qualifié de « super-synergique », combinant un double déploiement : médiatique, avec la sortie simultanée de multiples versions et produits dérivés, et géographique, avec leur commercialisation dans l'ensemble des marchés industrialisés. Si l'exemple de *Pokémon* est particulièrement emblématique, on peut dire que cette forme de « transmédiatisation » d'une

---

[264] *Ibid*., p. 371-373.
[265] Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des médias, op. cit.*, p. 354.
[266] *Ibid*., p. 356-357.
[267] Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective, op. cit.*, p. 373-374.

franchise constitue l'horizon vers lequel tendent tous les projets de commercialisation de nouvelles fictions[268].

Dans cette configuration, le marché de la vidéo, notamment depuis l'arrivée du DVD, permet aux amateurs de ces univers narratifs de posséder dans une forme solide et durable la version *anime* de ces univers narratifs qui voient ainsi leur vie prolongée au-delà de leur système d'origine, celui de la télévision. Le DVD s'intègre assez bien dans la logique ludique encouragée par ces stratégies transmédia. Il permet ainsi une personnalisation des conditions de visionnement, même si elles restent dépendantes des options proposées par les éditeurs, et s'inscrit dans une logique de collection, voire d'accumulation pure et simple des produits en lien avec les personnages et les récits qui constituent ces ensembles narratologiques.

2. Aux origines de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, l'image en série

2.1. Emergence d'une industrie à la croisée des influences occidentales et de l'héritage culturel d'Edo

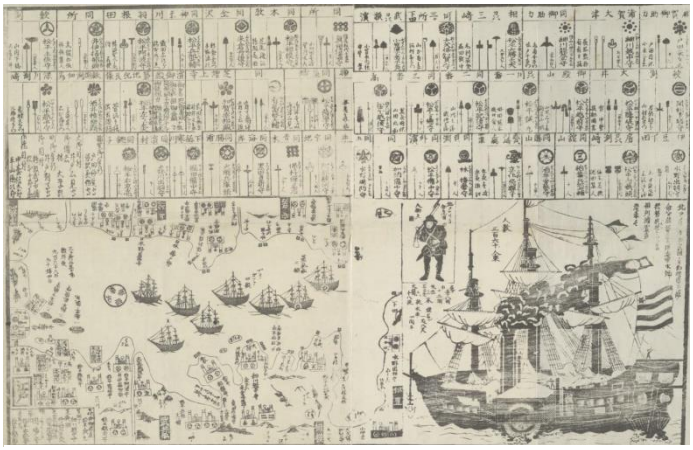


Illustration 13: Représentation japonaise de 1854 des « navires noirs» de Matthew Perry. Source : Wikimédia: http://bit.ly/142BFeK.

La vulgate historique veut qu'en 1853, le Japon fut brutalement tiré d'un isolement volontaire quasi-total de près de 240 ans par les Américains qui obligèrent le pays à s'ouvrir au commerce extérieur, sous la menace d'une intervention militaire : les fameux « navires noirs » du Commodore Perry (Illustration 13). Cependant, le pays du Soleil Levant ne fut jamais totalement séparé du reste du monde, même si, sur décision des shôguns Tokugawa, la dynastie militaire dirigeante arrivée au pouvoir au 17ème siècle, son accès fut fortement limité à partir de 1630. Malgré l'interdiction faite aux Japonais de quitter leur pays (ou d'y retourner en cas de sortie), quelques portes s'ouvrirent néanmoins à partir de 1640 aux marchands hollandais sur l'île de Déjima,

[268] *Ibid*., p. 376-380.

aux Coréens à Tsushima, et aux Chinois à Nagasaki. Ce fut grâce à ses derniers notamment que des techniques artistiques européennes développées à la Renaissance, telles que la perspective convergente et linéaire, mais aussi des innovations en mathématique, en architecture et en astronomie purent y entrer et furent favorablement accueillies dans un pays déjà très évolué dans ces domaines. Ce fut aussi par ces voies qu'arrivèrent au Japon les premières « vues optiques », c'est-à-dire, des estampes créées pour permettre des effets visuels nécessitant un appareil pour les regarder correctement, tel que le zograscope, importé de Grande-Bretagne via la Chine[269].

Pendant tout le 19ème siècle, le Japon vit ainsi arriver une multitude de machines d'optique de toutes sortes et proposant diverses expériences, telles que les paysages de jour et de nuit, grâce à des mécanismes permettant de moduler la lumière projetée sur un même paysage. Adaptant ces savoir-faire à leur propre héritage artistique, des peintres comme Katsushika Hokusai (1760-1849) ou Kawanabe Kyosai (1831-1889), perfectionnèrent aussi l'expression du mouvement et la personnification de leurs représentations humaines, dont les fameux *Manga* du premier furent une belle illustration (Illustration 14)[270].

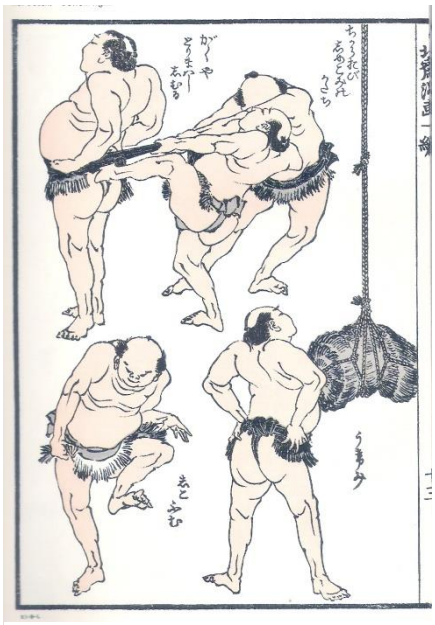


Illustration 14: « Lutteurs de Sumo », *L'univers des hommes : Les arts du combat et les armes*. 3ème volume des Mangas de Katsushika Hokusai, Bunka 12, 1815. Source : Wikimédia: http://bit.ly/1aFcMtd.

Ces innovations artistiques et techniques trouvèrent un terreau fertile dans un pays où l'artisanat de l'estampe était fort prospère et présentait déjà certains aspects de la production industrielle moderne, à savoir la division du travail et la production en série. En effet, depuis le 17ème siècle, les *Ukiyo-e*, *Otsu-e* et autres types de récits illustrés imprimés sur bois constituaient une des distractions bon marché les plus populaires dans les classes marchandes et une population déjà fortement urbanisée. Ces estampes, que les collectionneurs occidentaux se sont arrachés par la suite, mettaient en scène une large palette de sujets, aussi bien la haute société, les exploits des samouraïs que la vie quotidienne du peuple et les thèmes religieux. Dans l'ensemble, cet art suivait une ancienne tradition graphique

[269] Brigitte Koyama-Richard, *L'animation japonaise, du rouleau peint aux pokémon*, Paris, Flammarion, 2010, p. 24-30.
[270] *Ibid*., p. 32-34.

Zen, se caractérisant par la fluidité du trait qui suggère plus qu'il ne montre, ainsi que par la primauté de l'ambiance, du mouvement et des expressions humaines[271].

Durant la même période, une autre invention européenne, la lanterne magique, fit son entrée au Japon, et se mêla à une tradition japonaise, celle du théâtre d'ombre. En effet, admiratifs de ce spectacle d'images en couleurs, que l'on pouvait offrir à plusieurs personnes réunies dans un même lieu (contrairement aux boîtes à optiques qui ne peuvent être utilisées que par une personne à la fois), les Japonais ne tardèrent pas à vouloir lui donner un aspect plus dynamique, voir mobile, le *utsushi-e*. Combinant les principes de la boîte à optique et de la lanterne magique, ils donnèrent naissance au *furo* qui demeura populaire jusque dans les années 1890, lorsqu'il fut remplacé par le spectacle cinématographique[272].

L'ouverture forcée du Japon au commerce extérieur par les Américains et les Anglais lança une période de transition qui se caractérisa par une sorte d'hybridation entre la civilisation héritée de l'ère Edo et les influences occidentales qui imprégnèrent pratiquement toutes les institutions politiques, économiques, sociales et artistiques de la société japonaise. Ce fut dans ce contexte d'industrialisation accélérée que se mirent en place les fondements de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel. Celle-ci se caractérisait déjà par une certaine proximité à la fois culturelle, professionnelle et parfois institutionnelle entre les secteurs de l'édition papier et du cinéma. D'abord basée sur le modèle anglo-saxon dont elle suivait de près les évolutions, elle finit néanmoins par s'en distinguer par plusieurs aspects. Le secteur du *manga* a ainsi émergé de l'imitation japonaise de la pratique, courante aux USA et en Angleterre, du supplément entièrement consacré aux *comics strips*, tels que le *Sunday Color* du *New York World*. Celui-ci servit notamment de modèle pour le *Jiji Manga*, lancé en 1902 par un des principaux éditeurs de presse japonais. Mais, avec la popularité croissante des *mangas* publiés dans la presse, ces suppléments finirent par gagner en autonomie et devenir des magazines entièrement dédiés à ces récits illustrés, publiés sous forme de séries épisodiques, qui pouvaient ensuite, en fonction de leur succès, faire l'objet d'une édition en albums à collectionner (*Tankobon*). En 1930, avec la création de *Shonen Club*, un magazine

---

[271] Frederik Schodt, *Manga! Manga!: The World of Japanese Comics*, New York, Kodansha International, 1986, p. 33.
[272] Brigitte Koyama-Richard, *L'animation japonaise, du rouleau peint aux pokémon*, *op. cit.*, p. 52-53.

de prépublication pour adolescents, se mirent en place les bases du système actuel de commercialisation des *mangas*[273].

Le Japon bénéficia aussi des dernières avancées en matière de divertissement populaire, dont une nouvelle attraction en Europe : le kinétographe des Frères Lumière, importé dès 1896, soit à peine un an après les premières démonstrations par les deux entrepreneurs à Paris. Au début, les films projetés au Japon étaient des œuvres européennes ou américianes, mais à partir des années 1900, pas moins de quatre sociétés de production cinématographiques nippones virent le jour. En 1912, elles fusionnèrent pour devenir la Nikkatsu, qui, en 1914, se scinda en deux, avec l'apparition de Tenkatsu. A partir de 1909, les premiers dessins animés français, britanniques ou nord-américains firent aussi leur apparition au Japon. Jusque dans les années 20, le pays importa essentiellement ce qui était alors appelé des « *dekoboko shingachô*», c'est-à-dire, des « séries d'images nouvelles en tous sens. » Mais progressivement, une industrie de l'animation japonaise émergea également[274].

S'il est difficile d'établir clairement les origines de l'animation japonaise, pour Brigitte Koyama-Richard, il semble clair que celle-ci doit énormément à l'industrie naissante du *manga* et au secteur du dessin de presse. En effet, les premiers films d'animation japonaise ayant fait l'objet de projections publiques ont été réalisés dans les années 1915-1920 par des artistes comme Shinokawa Hekoten (1892-1973), Kitayama Seitarô (1888-1945) (Illustration 15) et Kôuchi Sumikazu (1886-1970), tous issus du domaine du dessin ou de la peinture, mais ayant travaillé chacun de leur côté. Bien qu'ils aient vu plusieurs dessins animés étrangers, aucun des trois ne disposait des techniques ou du savoir-faire en la matière, et leurs premiers essais furent donc le résultat de diverses explorations techniques et artistiques[275]. A la suite de ces pionniers, les studios expérimentèrent divers modèles économiques et leurs artistes, de multiples techniques d'animation. Ces derniers se distinguèrent par leur capacité à rester en phase avec les progrès techniques. Ainsi, à partir de

Illustration 15: *Sarukani gassen*, film d'animation de Kitayama Seitarô, 1917. Source : Wikimédia: http://bit.ly/14RqBlJ.

[273] Frederik Schodt, *Manga! Manga!*, *op. cit.*, p. 42-51.
[274] Brigitte Koyama-Richard, *L'animation japonaise, du rouleau peint aux pokémon*, *op. cit.*, p. 68-71.
[275] *Ibid*., p. 72-75.

1929, Ôfuji Noburo (1900-1961), formé par Kôuchi Sumikazu, et ayant fondé son propre studio, se mit à tester la synchronisation image-son, selon le principe des *talkies*, et réalisa 18 œuvres jusqu'à la fin de la guerre, pour la plupart des films d'ombres chinoises. Masaoka Kenzo, après avoir créé un certain nombre de films d'animation en papier découpé, décida d'adopter le celluloïd, un support de dessin mis au point en 1914 par l'Américain Earl Hurd (1880-1940), qui facilitait la réalisation de ces animations, en permettant de dessiner les personnages sur des feuilles transparentes qui pouvaient être posées sur des décors fixes au moment des prises de vue. Il fut aussi celui qui popularisa l'usage du mot *dôga* pour désigner les dessins animés, plutôt que *senga dôga* (images animées) ou *cartoon comedy* ou encore *manga dôga* (*manga* animé), utilisés jusque-là[276].

A la défaite du Japon, en 1945, les autorités d'occupation américaines rendirent une grande partie de leur liberté d'expression aux artistes et aux intellectuels muselés par la censure qui avait prédominé au cours de la décennie précédente. Le pays devait alors se remettre du traumatisme causé par les bombardements massifs qu'ils avaient subis et se reconstruire entièrement, non seulement économiquement, mais aussi politiquement, socialement et culturellement. Dans le domaine plus spécifique du *manga*, une nouvelle génération d'artistes, porteurs à la fois de « l'expérience originelle » de la bombe nucléaire et des espoirs d'une renaissance, allaient jouer un rôle important en révolutionnant non seulement le *manga*, mais aussi le divertissement populaire de manière générale[277]. Ainsi, pour répondre à une demande croissante de distractions bon marché, de nouvelles maisons d'édition se créèrent, à Tokyo notamment, qui jetèrent les bases de ce qui deviendra une énorme industrie de culture populaire[278].

Du côté du cinéma d'animation, à peine quelques mois après la fin de la guerre, nombre de dessinateurs furent employés par de nouveaux studios. Cependant, face à la concurrence de Hollywood qui profitait de l'occupation pour exporter massivement ses produits au Japon, la plupart finit par péricliter. Suite à une série de fusions et acquisitions, naquit en 1956 le plus gros studio d'animation encore en date, Toei dôga, alias Toei Animation. Le but de cette nouvelle compagnie était d'améliorer les techniques de réalisation, qui dataient encore d'avant-guerre, et de concurrencer ainsi Walt Disney qui dominait largement le marché japonais. La

---

[276] *Ibid*., p. 76-82.
[277] Jean-Marie Bouissou, "Du passé faisons table rase ? Akira ou la révolution self-service," *Critique internationale*, 2000, vol. 7, no. 1, p. 144.
[278] Frederik Schodt, *Manga! Manga!*, *op. cit.*, p. 63.

période de 1956 à 1962 est considérée comme l'âge d'or des studios Toei Animation, avec des productions qui firent date telles que *Hakujaden* (*Le serpent blanc*) en 1953, ou *Shonen Sarutobi Sasuke* (*The Adventure of Little Samurai and the Magic Boy*), en 1958[279]. Pour Ilan Nguyen (2003), l'animation japonaise d'après-guerre se divise en deux grandes tendances, caractérisées par des esthétiques et des normes de production différentes: le cinéma d'animation, dont l'un des premiers grands représentants sont les studios Toei Animation, caractérisé par une exigence esthétique se rapprochant de celle de Hollywood, et les séries TV d'animation, dont le principal précurseur fut Osamu Tezuka, qui avec son studio Mushi Production, fondé en 1962, établit les standards de réalisation cadencée[280].

A partir des années 60, avec le train économique japonais relancé à toute vapeur, les gens purent à nouveau consacrer un peu d'argent au divertissement et la société de consommation nippone émergea assez vite. A la faveur de cette bonne santé économique, une nébuleuse industrielle regroupant l'ensemble des secteurs médiatiques se mit en place, donnant naissance à l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel telle qu'on la connaît encore. Les magazines de prépublication de *mangas*, passés pour la plupart à un rythme de parution hebdomadaire, imprimés en noir et blanc sur du papier recyclé, souvent épais de plusieurs centaines de pages et contenant plusieurs séries différentes, y jouent un rôle central, puisqu'ils permettent de tester le succès de leurs fictions, notamment grâce à des sondages auxquels les lecteurs peuvent répondre pour donner leur avis sur une histoire et ses personnages. Les réponses sont utilisées pour réorienter la série, mettre en valeur un personnage secondaire particulièrement apprécié ou même décider d'en arrêter la publication si elle ne rencontre pas le succès escompté. Par contre, si l'histoire marche, le *mangaka* (auteur du *manga*) sera alors encouragé à la dilater au maximum, de manière à faire durer le feuilleton aussi longtemps que possible. Ses épisodes sont aussi collectés dans des albums (*tankobon*), dont le prix varie en fonction de la qualité de la reliure. La série est aussi généralement reprise par d'autres segments industriels du divertissement qui ont rejoint le monde du *manga*, notamment le cinéma, pour des adaptations en films animés ou en prises de vue réelle, la télévision avec des séries animées, et le jouet, qui déclinera les héros et leurs attributs sous de nombreuses formes[281].

---

[279] Brigitte Koyama-Richard, *L'animation japonaise, du rouleau peint aux pokémon*, *op. cit.*, p. 85-86.
[280] Julien Bastide et Julie Bordenave, "Aux sources de l'animation moderne: Entretien avec Ilan Nguyên," *Animeland*, June 2003, hors-série #5, p. 7-9.
[281] Frederik Schodt, *Manga! Manga!*, *op. cit.*, p. 66-67.

2.2. Osamu Tezuka : la convergence entre le *manga*, la télévision et l'animation

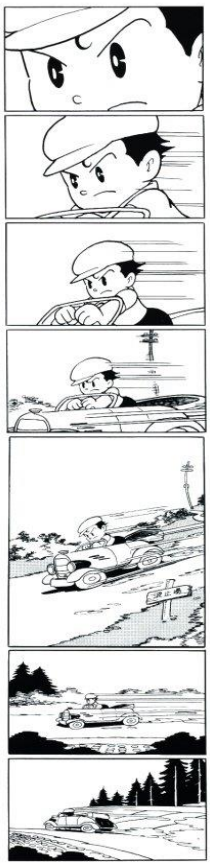


Illustration 16: Shin Takarajima, d'Osamu Tezuka. Source: Wikimédia : http://bit.ly/17w6Xzx.

Il est inimaginable de consacrer un chapitre à l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel moderne sans présenter de manière un peu plus détaillée celui qui en fut un des pionniers les plus importants : Osamu Tezuka (1928-1989). En effet, son influence et sa popularité furent telles qu'on l'affubla même du titre honorifique de « Dieu du *manga* ».

Sa carrière démarra très tôt, alors qu'il n'avait que 20 ans et était encore étudiant en chirurgie, quand il publia un court *manga* qui fera date dans l'histoire de ce secteur : *Shin Takarajima* ou *La nouvelle île aux trésors* (1947). Osamu Tezuka, fortement influencé par l'animation américaine, notamment Walt Disney, y proposait une nouvelle approche beaucoup plus dynamique, de l'action dessinée, basée sur des cadrages et des angles de vue variés, qui donnaient l'impression de lire le déroulement de mouvements sur une pellicule de papier (Illustration 16). Il y développa aussi une multiplicité d'onomatopées qui devinrent de véritables bandes son par écrit. Sous son crayon, le *manga*, initialement plus théâtral, se fit progressivement cinéma imprimé[282]. Il emprunta aussi une autre caractéristique aux productions animées américaines, qui fera couler beaucoup d'encre plus tard : les grands yeux ronds, qui ont fait dire à certains que les auteurs japonais essayaient de se rapprocher de l'idéal physique européen. Il s'agissait en fait de réaliser des visages expressifs en un minimum de traits et les grands yeux permettent de représenter facilement une large palette d'émotions tout en les exagérant de manière à souligner encore plus la tension dramatique d'une scène[283]. D'une certaine manière, Osamu Tezuka était un animateur et metteur en scène, doublé d'un scénariste, plutôt qu'un dessinateur et un littéraire. Ce qui comptait désormais dans le *manga*, c'était le déroulement de la narration de manière dynamique et fluide, similaire à une pellicule de film. En rapprochant pareillement l'art cinématographique, notamment celui de l'animation, avec le monde de l'édition papier et de la prépublication, le futur « Dieu du *manga* » contribua à instaurer au Japon le modèle binaire de commercialisation transmédia, directement inspiré des pratiques américaines.

---

[282] *Ibid*., p. 62.
[283] *Ibid*., p. 60-61.

Mais, la contribution d'Osamu Tezuka ne s'arrête pas au domaine du *manga*. En effet, le succès de ses séries lui ouvrit progressivement les portes du monde de l'animation. En 1960, les studios Toei réalisèrent *Saiyûki* (*Le Voyage en Occident*), une adaptation de son *manga Boku no Songokû* (*Mon Songoku*)[284]. Il fit ainsi progressivement ses premières armes dans le secteur de l'animation. Cependant, alors que Toei Animation, bientôt suivi par d'autres sociétés, ambitionnait de rivaliser avec les productions animées américaines, tout particulièrement Walt Disney, Tezuka, s'orienta progressivement vers une toute autre logique, celle de la diffusion télévisuelle, avec ses contraintes spécifiques. En effet, les séries TV, du fait de leur récurrence, peuvent occasionner des coûts largement supérieurs à ceux du cinéma. Pour cette raison, à moins de faire baisser ceux de la réalisation, ils restent hors de prix pour les chaînes commanditaires. Il fonda son propre studio, Mushi Productions, avec l'objectif d'adapter en séries TV d'animation chacun de ses *mangas* qui rencontraient un succès suffisant. Il prit alors exemple sur les techniques d'animation limitée, créées par le studio américain UPA, qui consistait à réduire le nombre d'images à une dizaine par secondes (contre 24 images par seconde pour la *full animation*), et à compenser le manque d'images intermédiaires en les faisant passer trois fois à la prise de vue sur le « banc-titre » (installation de prise de vue spécifique à l'animation).

Illustration 17: Appareil banc-titre avec les feuilles en celluloïd ("Cels") pour la préparation d'un dessin animé dans le studio d'animation Filmów Rysunkowych (Lolek et Bolek) à Bielsko-Biała. Par Janericloebe. Source: Wikimédia: http://bit.ly/18g6Rva.

Certains à Toei qualifièreent alors cette manière de faire de *bande dessinée passée au banc-titre*[285] (Illustration 17). Osamu Tezuka fut aussi l'un des premiers à expérimenter l'idée paradoxale d'animation avec des images qui bougent peu, afin de faire diminuer les coûts de production, allant jusqu'à proposer des dessins animés avec seulement 8 images par seconde. Par contre, un soin particulier était apporté aux dessins et nombre de plans fixes étaient intégrés à la narration. En d'autres termes, le mode d'expression utilisé s'est adapté aux contraintes budgétaires, ce qui a généré une manière

[284] Brigitte Koyama-Richard, *L'animation japonaise, du rouleau peint aux pokémon*, *op. cit.*, p. 87.
[285] Julien Bastide et Julie Bordenave, "Aux sources de l'animation moderne: Entretien avec Ilan Nguyên," *op. cit.*, p. 7-9.

particulière de raconter des histoires. Pour éviter une animation trop saccadée et sautillante, Osamu Tezuka a alors développé la méthode de travail dite du « *bank system* ». Il s'agissait d'étagères segmentées en petits casiers permettant de classer les feuilles de celluloïd qui étaient réutilisées fréquemment, soit individuellement, soit en surimposition, pour fluidifier certains mouvements, comme ceux des lèvres. Il a ainsi mis en œuvre une organisation du travail à la chaîne rationalisée à l'extrême[286] permettant de produire en masse des séries d'animation télévisées à des coûts défiant toute concurrence[287]. Cette méthode fut appliquée à la première série TV d'animation adaptée de son *manga*, *Tetsuwan Atomu* (*Astro, le petit robot*, en français), dont le premier épisode fut diffusé le 1er janiver 1963 sur la chaîne Fuji TV. Sa réalisation n'occupa que quatre personnes, dont Osamu Tezuka, sur quatre ans pour près de 200 épisodes ! Les studios Toei lui emboîtèrent rapidement le pas, en lançant en novembre de la même année la série animée *Ôkami Shonen Ken* (*Ken, l'enfant loup*), qui trouva immédiatement son public. D'abord en noir et blanc, les séries animées durent rapidement être colorisées pour suivre les progrès des dispositifs techniques. Par ailleurs, l'importation de la xérographie, d'une technologie anglaise, contribua à sérieusement rationaliser le travail des animateurs en rendant possible la photocopie des celluloïds[288].

Malgré tout, le modèle économique développé par Tezuka ne permettait pas à son studio Mushi Productions de rentrer dans ses frais, l'obligeant à combler les trous par les bénéfices retirés de ses *mangas*, réalisés dans le cadre de sa société Tezuka Productions. De plus, ce fonctionnement en vase communiquant imposait un rythme de travail infernal aussi bien à Osamu Tezuka lui-même qu'à ses assistants, qui devaient produire près de 600 pages de *manga* par semaine ! Ainsi, le « dieu du *manga* » n'a pas seulement bouleversé le mode de production des animations, mais aussi proposé un modèle d'exploitation commerciale des univers narratifs sériels unique à l'époque et à l'imposer comme paradigme économique au reste de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel[289].

Cette proximité entre le *manga*, en tant que mode d'expression médiatique spécifique, et les séries TV d'animation japonaise favorisa aussi l'usage de l'expression *TV manga* pour désigner les premières séries d'animation pour la télévision. En effet, aux yeux de ceux qui travaillaient dans le cinéma d'animation, la réalisation de ces dessins animés pouvait se résumer une prise

---

[286] Certains, comme Hayao Myazaki, le lui reprocheront amèrement plus tard.
[287] Brigitte Koyama-Richard, *L'animation japonaise, du rouleau peint aux pokémon*, *op. cit.*, p. 114-118.
[288] *Ibid*., p. 88-89.
[289] *Ibid*., p. 119-124.

de vue vignette par vignette. Bien que l'animation limitée ne soit pas une invention japonaise, puisqu'elle était déjà utilisée depuis au moins 30 ans aux USA, tout particulièrement pour des séries comme *Popeye* et *The Jetsons*, qui ont aussi été diffusées au Japon, les Studios Mushi Production ont cependant réellement créé une nouvelle forme d'animation limitée.

Celle-ci n'était pas basée sur les *cartoons* américains, mais sur le *manga* et la tradition du théâtre de papier, appelé *kamishiba*, ainsi qu'une expérience personnelle d'Osamu Tezuka. En effet, il fut confronté dans sa jeunesse aux ratés d'un projecteur inadéquat qu'il utilisait pour visionner des *cartoons*, dont son père lui louait les bandes, et qui transformait des séances qui n'auraient dû durer que 10 minutes en séances de 30 minutes. Toutes ces expériences avaient en commun de faire ressortir le mouvement dans l'immobilité, ou plutôt, le mouvement tel que l'imagine le spectateur. Pour rendre l'illusion encore plus parfaite, il est alors possible de compenser l'immobilité de l'image par des dialogues et une musique dramatique. Dans cette optique, *Tetsuwan Atomu* fut initialement décrit d'une part, comme un « *kamishibai* électrique », par Sakamoto Yusaku, un des collaborateurs-clé d'Osamu Tezuka sur la réalisation de cette série[290] et d'autre part, comme un *TV manga*[291].

Le modèle instauré par Osamu Tezuka donna progressivement naissance à un système de production qui reflétait en grande partie l'organisation industrielle et la culture japonaise du travail, basée sur des contrats temporaires, voir à l'appel, et la sous-traitance. C'est ainsi que se créèrent des centaines de studios d'importance variable, mais la plupart de petite taille, rassemblés autour de projets spécifiques. Les relations de sous-traitance peuvent aussi bien aller d'une grande vers une petite entreprise que vice versa. A partir des années 1970-1980, une partie des tâches sous-traitées furent délocalisées dans d'autres pays d'Asie, comme la Corée du Sud et Taïwan. Cette organisation assurait ainsi non seulement une certaine liberté d'innovation et diversité dans les projets, grâce à la disponibilité d'une main-d'œuvre flexible, mais rendait aussi possible la croissance de petites sociétés, comme l'illustre le cas des Studios Gonzo, qui à l'origine n'étaient constitués que d'un tout petit groupe de personnes, travaillant dans un appartement en colocation, et qui aujourd'hui occupent plusieurs centaines d'employés dans un magnifique bâtiment au centre de Tokyo[292].

---

[290] *Tetsuwan Atomu DVD-Box 2 Data File*, Mushi Productions, 2002. Cité par Marc Steinberg, "Immobile Sections and Trans-Series Movement: Astroboy and the Emergence of Anime," *Animation*, November 2006, vol. 1, no. 2, p. 197.
[291] *Ibid*., p. 196-197.
[292] Gilles Poitras, "Contemporary Anime in Japanese Pop Culture," *op. cit.*, p. 63-64.

2.3. Spécificités commerciales, techniques et esthétiques des *animes*

L'industrie japonaise actuelle du divertissement audiovisuel se distingue par la place centrale qu'occupe le domaine de l'édition papier dans la constitution d'univers narratifs transmédia. Le modèle commercial binaire, particulièrement développé par Osamu Tezuka dans les années 1960-1970, relie les secteurs de l'imprimé (le *manga*) et de l'audiovisuel (animation et jeux vidéo) dans un maillage très serré. Cette proximité est rendue possible par l'intégration dans les *mangas* de techniques rappelant le langage cinématographique. Pour Frederick Schodt, le *manga* se présente aujourd'hui comme une forme de « langage visuel, ponctué de quelques textes pour accentuer l'effet »[293]. Par ailleurs, il existe de multiples passerelles artistiques et professionnelles entre ces deux domaines industriels. On le voit avec une figure emblématique comme Osamu Tezuka, qui non seulement créait de longues séries de *mangas*, mais a aussi travaillé à leur adaptation en version animée, d'abord aux studios Toei, puis dans ses propres studios (Mushi Production). Hayao Myazaki a également mis à l'écran sa série *manga*, *Nausicaä de la Vallée du Vent*, sous la forme d'un film d'animation éponyme. Certains, à l'instar de Takashi Ishii, ancien *mangaka* devenu réalisateur, passent du *manga* au cinéma. La chance de cet artiste s'est présentée lorsqu'il a fallu adapter en prises de vue réelle l'une de ses séries et qu'on lui a proposé d'y contribuer. Cependant, il restait quelque-chose du *mangaka* dans sa méthode de travail, puisqu'il concevait ses *storyboards* et ses scénarios sous forme de *manga*[294]. Tout cela fait que la limite entre la bande dessinée et le dessin animé est assez floue au Japon. C'est ainsi que Frederick Schodt parle même du *manga* comme d'une sorte de « méta-média »[295].

Le fonctionnement de l'animation limitée a imposé des contraintes aux réalisateurs qui vont être utilisées pour donner naissance à un langage spécifique, celui des *animes*. Pour Ilan Nguyen, Osamu Dezaki (né en 1943) fut l'un des précurseurs de cette esthétique, systématisant la répétition de plans fixes à force dramaturgique, mais aussi l'alternance de ralentis et d'accélérés, donnant parfois une impression stroboscopique à l'action, le découpage de l'écran, permettant de mettre face-à-face deux scènes simultanées, mais dans des lieux différents, et les fondus-enchaînés vers le noir, s'arrêtant sur une image au crayon. La série qu'il a dirigé, *Ashita no Joe*, tirée d'un de ses propres *mangas*, publié en 1970, en est un exemple-type[296].

---

[293] Frederik Schodt, *Dreamland Japan*, *op. cit.*, p. 26.
[294] *Ibid*., p. 282-287.
[295] Frederik Schodt, *Manga! Manga!*, *op. cit.*, p. 20.
[296] Julien Bastide et Julie Bordenave, "Aux sources de l'animation moderne: Entretien avec Ilan Nguyên," *op. cit.*, p. 10.

L'immobilité faisant ainsi partie intégrante de la narration, une plus grande part est donnée à des éléments tels que l'introspection, le suspense, la dramatisation d'une situation, la contemplation, etc. On peut dire que cette forme de narration contrainte financièrement a donné naissance à des *scenarii* faisant la part belle à certains éléments culturels japonais tels que le contemplatif, la douceur, l'immobilité, la mélancolie du temps qui passe, etc.

La relation entre les secteurs impliqués dans les produits dérivés et l'industrie des *animes* se trouve justement dans cet art de l'animation limitée, initiée par les Studios Mushi Production. Décrite par Thomas Lamarre dans un essai de 2002 comme « *l'invention de machines à mouvements* », cette technique d'animation s'appuie sur un usage économe du mouvement intra-image, souvent séparé par des moments de complète immobilité, de séquences de plan-contre-plan de scènes statiques, où seule une partie du corps bouge, comme par exemple, la bouche, les yeux ou les jambes[297]. Elle crée ainsi une autre esthétique de l'animation, qui souligne particulièrement le suspense ou l'aspect tragique d'un moment. Pour Marc Steinberg, c'est cette immobilité qui permet de faire le lien entre les séries TV animées et non seulement les *mangas* (comme si leurs vignettes s'y étaient soudainement retrouvées intercalées) mais aussi d' « autres formes de marchandises à l'immobilité similaire », comme les jouets et les figurines[298].

Il estime ainsi que le succès transmédia d'un univers narratif comme *Tetsuwan Atomu* se trouve dans sa forme sérielle. Il ne s'agit pas seulement d'une histoire narrée sur près de 200 épisodes de 1963 à 1967, mais aussi d'une série basée sur le principe de l'assemblage de vignettes *mangas* filmées comme des instants statiques, alternant avec des scènes mobiles. De fait, cet aspect d'immobilité de certaines scènes constitue le lien entre les domaines de la télévision et ceux des produits dérivés. Dans le cas de la série *Tetsuwan Atomu*, ceux-ci consistaient surtout en autocollants à l'effigie du héros et de ses amis. La beauté de ce système résidait dans ce que ces vignettes pouvaient être emportées partout avec soi, collées sur ses objets personnels ou ses vêtements. Les amateurs pouvaient ainsi se plonger véritablement dans l'univers du petit robot au cœur atomique, tout en faisant sortir les personnages de cet

---

[297] Thomas Lamarre, *The Anime Machine: A Media Theory of Animation*, Mineapolis, London, University of Minnesota Press, 2009, p. xxiii-xiv.
[298] Marc Steinberg, "Immobile Sections and Trans-Series Movement: Astroboy and the Emergence of Anime," *op. cit.*, p. 191-192.

univers diégétique et en les introduisant dans leur propre monde empirique, comme une extension de soi virtuelle[299].

Ces descriptions montrent que les *animes* se distinguent des autres types de séries TV d'animation aussi bien par leur esthétique que par leurs modalités de production. Au niveau visuel, ils se définissent essentiellement par l'alliage d'une animation limitée, basée sur une esthétique du mouvement dans l'immobilité, avec certains traits graphiques assez récurrents, voir stéréotypés, même s'il existe une vraie diversité de *chara-design*[300], tels que les yeux ronds, plus ou moins grands, des visages pointus, de petites bouches et souvent des chevelures de toutes les couleurs et des coiffures défiant les lois de la gravité. Du point de vue de la production, leurs financements sont concertés entre plusieurs acteurs industriels, tout particulièrement les fabricants de produits dérivés ainsi que les chaînes de télévision, qui sont souvent coproductrices. Ces séries sont uniquement destinées à la diffusion télévisuelle et au marché de la vidéo. On peut donc aussi y inclure une catégorie un peu particulière : les *OAV* ou *Original Animation Video*, c'est-à-dire des récits tirés soit d'un *manga*, soit d'une série TV d'animation, et destinés uniquement à la distribution vidéographique. Par contre, les films animés conçus pour le cinéma et bénéficiant de budgets beaucoup plus importants ainsi que de techniques plus riches et variées ne rentrent pas dans cette catégorie, et Marco Pellitteri estime que l'expression « cinéma d'animation » est plus appropriée[301]. Des cinéastes japonais, notamment Hayao Miyazaki, insistent d'ailleurs régulièrement sur la distinction à faire entre les « *animes* » et l' « art de l'animation. »[302]

Si les débuts de l'industrie des *animes* se caractérise par l'adoption du « modèle binaire », dont l'*anime Tetsuwan Atomu* constitue l'exemple le plus emblématique, à partir des années 1970, se profile le « modèle binaire inversé », c'est-à-dire, un renversement de la logique commerciale qui faisait de l'œuvre médiatique le cœur de la stratégie de commercialisation. Comme le montre l'étude de terrain réalisée entre 2006 et 2008 par Ian Condry auprès de plusieurs comités japonais, réunis autour de la conception de projets d'univers narratifs, les éléments de base de ceux-ci ne sont pas une histoire ou même un scénario, mais avant tout

---

[299] *Ibid*., p. 200-201.
[300] Conception graphique des personnages.
[301] Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*, p. 100.
[302] Hayao Miyazaki, "About Japanese animation", in: *Course Japanese Movies 7 · The Current Situation of Japanese Movies*, Iwanami Shoten, 1988, http://www.nausicaa.net/miyazaki/interviews/aboutanime.html, traduit par Ryoko Toyama, consulté le December 10, 2010.

des entités iconiques (*kyara*), à partir desquels sont ensuite développés les grandes lignes du scénario (*settei*), un cadre narratif général (*sekaikan*) et les personnages (*kyarakuta*). Ainsi, ce ne sont pas des récits qui sont adaptés d'un média à l'autre, d'une incarnation matérielle à l'autre, mais des créatures humaines ou autres[303].

Pour Marco Pellitteri, le premier exemple significatif de cette forte relation entre fabricants de produits dérivés et studios d'animation remonte à 1972, lorsque Bandai, le plus grand fabricant japonais de jouets, se rendit compte que les interruptions publicitaires au milieu des programmes destinés aux jeunes ne suffisaient pas à stimuler les ventes de ses produits. Le groupe se mit donc à créer des jouets directement dérivés de programmes télévisés, tels que le robot *chôgokin*, lié à la série animée *Mazinger Z*, tirée du *manga* éponyme de Gô Nagai. Ce fut le début d'une longue et étroite relation commerciale et culturelle entre les secteurs des produits dérivés et les producteurs de contenu.

Assez rapidement, cette logique fut également étendue au domaine musical, et notamment à une branche particulière, celle des *aidorusu*[304], c'est-à-dire des jeunes chanteuses, seules ou en groupes, engagées non seulement pour interpréter les génériques, mais aussi, dans le cas d'*animes* tournant autour du monde de la musique pop, les morceaux des personnages-chanteurs, et parfois aussi pour leur prêter leurs voix en tant que *seyius* (doubleurs), comme dans le cas de *Macross* ou encore d'*Ai shite Knight* (*Lucie, amour et Rock'n roll*, en français), deux *animes* des années 80. Par ailleurs, des styles musicaux comme le *visual-K* ou le *visual-rock*, lancé dans les années 1990-2000, consistent à transférer aux clips musicaux l'esthétique que l'on trouve dans l'allure souvent androgynes des personnages de ces séries[305].

Marco Pellitteri constate une relation toute aussi étroite, à partir des années 1990, entre les industries du jeu vidéo et des *animes*. Ainsi, en 2002, le rapport du magazine professionnel *Electronic Gaming Monthly* comptait que sur les 100 meilleurs titres de jeux vidéo sélectionnés par les éditeurs « 86 mettaient à l'honneur des personnages connus; 78 reprenaient des univers narratifs clairement identifiables; 38 étaient des jeux de rôle basés sur une histoire

---

[303] Ian Condry, "Anime Creativity: Characters and Premises in the Quest for Cool Japan," *Theory, Culture & Society*, 8 June 2009, vol. 26, no. 2-3, p. 141-142.
[304] Les « idoles » selon la transcription phonétique japonaise du mot anglais.
[305] Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*, p. 226-228.

connue; et 93 étaient des productions japonaises »[306]. Cet exemple montre la très grande proximité entre ces deux secteurs de production de contenus. Par ailleurs, on retrouve aussi dans les jeux vidéo des traits figuratifs caractéristiques des *chara-design* fréquemment utilisés dans les *animes*[307].

Pour Marc Steinberg, il existe donc un lien étroit entre l' « économie du mouvement »[308] particulière aux *animes* et le *media mix* qui s'est développé autour de ces univers, et qui a été inauguré lors de la création de la série animée *Tetsuwan Atomu*, considéré comme le premier *anime*. Bien que Walt Disney, d'ailleurs très présent au Japon depuis la fin des années 40, soit à l'origine de cette logique de transmédialité faisant passer ses personnages et récits de l'écran aux pages imprimées ou vice-versa, cet *anime* est considéré comme « le moment lorsque l'industrie des animes a fusionné à la fois ses traits esthétiques et son lien aux produits dérivés. »[309] Parce que les droits de diffusion payés par les chaînes ne suffisent pas à payer le coût de la réalisation d'épisodes hebdomadaires, ce sont les franchises accordées aux autres acteurs industriels pour l'exploitation commerciale des personnages sous forme de jouets et d'autres produits médiatiques qui a donc permis à cette industrie de se perpétuer.

3. Le divertissement audiovisuel japonais en Europe

3.1. Les facteurs commerciaux et socio-culturels de la globalisation des *animes*

Les *animes*, tout comme les *mangas*, ayant émergé à la confluence entre une longue tradition esthétique japonaise du divertissement et des techniques artistiques ainsi que des modalités de productions occidentales, il n'est pas étonnant qu'ils aient pu s'exporter avec autant de facilité en Asie, en Europe et aux Etats-Unis. On sait qu'Osamu Tezuka admirait Walt Disney et avait tenté, avec succès, d'imiter le style disneyen dans ses propres œuvres. Par une ironie du sort, c'est probablement ce qui a rendu si facile l'« hommage » à sa série *Jungle Tatei* (*Kimba, The White Lion*, en anglais ou *Le roi Léo*, en français) par les Studios Disney lors de la réalisation du film *Le Roi Lion*. De fait, ce que ces croisements montrent, c'est que l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel est à la fois un produit et un acteur de la mondialisation

---

[306] Chris Kohler, *Power-Up: How Japanese Video Games Gave the World an Extra Life*, Indianapolis, IN, BradyGames, 2004, p. 8. Cité par Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*, p. 229.
[307] *Ibid*., p. 231.
[308] L'ensemble des techniques et savoir-faires artistiques et professionnels articulés dans un système institutionnel permettant de générer l'illusion du mouvement.
[309] Marc Steinberg, "Immobile Sections and Trans-Series Movement: Astroboy and the Emergence of Anime," *op. cit.*, p. 191.

culturelle, proposant depuis près de 40 ans, une culture populaire globale différente de celle relayée par les USA ou d'autres puissances industrielles. Ainsi, malgré les résistances culturelles et un grand nombre de préjugés à son égard, elle a étendu progressivement son influence artistique et commerciale au niveau mondiale.

Des auteurs comme Koichi Iwabuchi ont attribué le succès global des produits japonais à ce qu'ils appellent leur absence d' « odeur culturelle » (*mukokuseki*), c'est-à-dire de manifestation reconnaissable d'un mode de vie attribué à un pays donné en fonction de sa réputation dans l'imaginaire ayant cours dans le contexte de réception. Reprenant ce concept, Marco Pellitteri remarque que si nombre de technologies japonaises se sont longtemps exportées à l'étranger grâce leur capacité à être *mukokuseki*, telles que les walkmans ou les cassettes vidéo, mais aussi des écrans de télévision, des radios, des voitures, etc., aujourd'hui au contraire, les entreprises japonaises mettent en avant leur label *made in Japan*[310]. Cependant, contrairement à Koichi Iwabuchi, il estime que la plupart des produits japonais de divertissement audiovisuel continuent, malgré tout, de « sentir », de diffuser une fragrance culturelle aussi légère soit-elle. Il en ressort que seule une audience totalement naïve pourrait ne pas ressentir le décalage dans les conventions narratives, esthétiques et visuelles entre les *animes* et les productions occidentales. Et de fait, à la fin de la première décennie du 21ème siècle, c'est bien ces traits distinctifs incarnés par les *animes* et *mangas* que de nombreux publics recherchent dans le divertissement audiovisuel[311]. Il en ressort que les *animes*, loin d'être intrinsèquement universels, ont pu circuler mondialement grâce des modalités spécifiques de production, de distribution et de réception[312].

Pour le chercheur italien, la capacité des *animes* et des *mangas* à voyager hors du Japon tient à ce qu'il appelle les « *cadres culturels* » dans lesquels s'inscrivent ces séries et qui reflètent une modernité hybride, se caractérisant par une réappropriation culturelle par les Japonais de narration d'inspiration occidentale ou puisant dans un imaginaire global. Ils ont ainsi pour avantage de présenter, comme l'exprime Koichi Iwabuchi, un exotisme vaguement familier et une modernité étrange[313], bref, des fictions qui ne risquent pas de choquer les spectateurs dans d'autres pays, ni d'empêcher leur compréhension du récit. Marco Pellitteri distingue cinq

---

[310] Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*, p. 53.
[311] *Ibid*., p. 64.
[312] *Ibid*., p. 118-119.
[313] Koichi Iwabuchi, *Recentering Globalization*, *op. cit.*, p. 15-16.

« *cadres culturels* » différents récurrents dans les *animes* ayant circulé en Europe de l'Ouest et sur l'ensemble du continent américain (Nord et Sud) :

- « Exoculturel »: des *animes* inspirés d'œuvres occidentales comme *Arupusu no Shojo Haiji* (*Heidi, la petite fille des Alpes)*, mais qui les réinterprètent néanmoins en les faisant passer par un filtre japonais, pour adapter l'histoire non seulement à un format narratif spécifique (une série animée), mais aussi dans un sens jugé approprié pour l'audience visée, c'est-à-dire, initialement des Japonais. Pour un public occidental, l'histoire et son cadre semblent familiers, mais leur traitement peut parfois sembler un peu étrange.
- « Mimeculturel »: des *animes* se déroulant dans un cadre occidental, parfois rendu avec une richesse de détails qui frise l'hommage à certaines traditions littéraires ou cinématographiques, mais imprégné de valeurs japonaises et placé dans une formule scénaristique caractéristique des genres de cette industrie, comme on le voit avec *Candy Candy* ou *Versailles no bara* (*Lady Oscar*, en français). Dans cette configuration, le contexte occidental sert à ajouter une touche d'exotisme, du point de vue japonais, à un univers narratif qui serait autrement typique de ce que produit l'industrie des *mangas* et *animes*.
- « Endoculturel »: des *animes* inscrits dans un contexte japonais et racontant une histoire japonaise, mais saupoudrée de symboles, d'objets et de situations qui font référence de manière stéréotypée à l'Occident, voir même à une modernité conçue comme occidentale. Des séries comme *Ace no nerae* (*Jeu, set et match*, en français), ou *Ai shite Knight* (*Lucie, amour et Rock'n roll*, en français) en représentent des exemples emblématiques.
- « Ipoculturel »: des *animes* se déroulant dans un contexte géographique neutre, ne favorisant aucune culture spécifique. L'espace constitue l'exemple-type d'environnement échappant à toute emprise nationale. Généralement, les scénarios mélangent diverses références puisées dans un imaginaire global, commun à une audience internationale, telles que, par exemple, des pagodes, des gratte-ciels, des fusées, des jeans, des robots, des arts martiaux, etc. On pense notamment à des *animes* comme *Uchū Kaizoku Kyaputen Hārokku* (*Albator, le pirate de l'espace*, en français) ou *Dragon Ball*.
- « Neutroculturel »: des *animes* définis par un univers totalement fictif, sans aucun lien avec notre réalité, créé de toute pièce, à l'instar du légendaire de la *Terre du milieu*, inventé par Tolkien ou de celui de *Star Wars*, dans une très lointaine galaxie. *Daikengo* ou *The Wings of Honneamise* (*Les Ailes de Honéamise*, en français) font partie de ces catégories.

> Si ces *animes* se rapprochent le plus du produit *mukokuseki*, ils n'en restent pas moins reconnaissables en tant qu'*animes*, du moins auprès d'un public familier du divertissement audiovisuel japonais, à cause de l'esthétique visuelle, des techniques d'animation utilisées et des scénarios associés à ce type de production. De fait, même si l'audience ne reconnaît pas forcément l'origine exacte de ces *animes*, ils savent qu'ils ont à faire à un produit différent de ce qui se fait chez eux[314].

Si les *animes* relevant de cadres « exoculturels », « mimeculturels », « ipoculturels » et « neutroculturels », évoqués ci-dessus, sont évidemment ceux qui s'exportent le mieux, ces dix dernières années ont vu arriver un certain nombre d'*animes* enracinés dans un cadre clairement japonais et balisés par des références culturelles appartenant au patrimoine spécifiquement nippon. On pense notamment à des séries comme *Rurouni Kenshin* (*Kenshin le vagabond*), l'histoire d'un ancien assassin de la période de la révolution (années 1860), devenu un vagabond pacifiste aux prises avec un passé traumatisant ; à *Inuyasha*, le récit d'un adolescent mi-démon, mi-humain, vivant à l'époque des guerres féodales (le *Sengoku jidai*, du milieu du 15ème à la fin du 16ème siècles) et cherchant à se procurer la Perle des Quatre Ames, devant lui permettre de devenir un "*Yoka*i" (un démon) complet ; ou encore *Hikaru no Go*, racontant l'initiation au "Go", un jeu millénaire très populaire en Asie de l'Est, et à son univers de compétition moderne, de Hikaru, un adolescent de 11 ans, guidé par le fantôme d'un ancien maître de Go, ayant vécu à la cour impériale de l'époque Heian (8ème-12ème siècles).

Marco Pellitteri propose d'aborder l'histoire de l'importation en Europe des produits issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel en deux volets qu'il a nommés respectivement la « phase du dragon » et la « phase de l'éblouissement ». La première peut être résumée comme la rencontre fortuite entre des industriels occidentaux, à la recherche de programmes bon marché, pour remplir les nouveaux créneaux horaires consacrés aux jeunes publics, ouverts sur des chaînes privées dans les années 1970, et des entreprises japonaises qui produisaient des séries animées suivant des formules et des styles que l'on n'avait encore jamais vu sur le vieux continent. L'immense succès de ces séries et de leurs produits dérivés auprès des jeunesses aussi bien européennes qu'américaines, combiné à l'essor du « modèle synergique organisé » de commercialisation a ensuite conduit à un remplacement progressif de la logique de la demande industrielle (*pull*) vers une dynamique d'offre (*push*) de ces

---

[314] Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*, p. 396-399.

univers narratifs sur ces marchés. Ce renversement de perspectives commerciales pour les entreprises japonaises se trouve au cœur de la seconde phase, comme l'illustrent particulièrement bien les cas de *Pokémon*, *Yu-Gi-Oh* ou *Naruto*, incarnant la logique de commercialisation la plus récente, le « *modèle super-synergique* »[315].

La demande pour des séries animées bon marché dans les années 70, qui a caractérisé la « phase du dragon », a provoqué une réorganisation de l'industrie télévisuelle japonaise dans une optique de « modalités de distribution toujours plus globales. » En effet, pour faciliter la vente des *animes* aux pays demandeurs, dont l'Italie et la France, des collaborations se sont instaurées entre d'une part des entreprises télévisuelles de ces pays et, d'autre part, les studios japonais, afin notamment de faciliter l'adaptation en *animes* de fictions d'origine occidentale, telles que *Sans famille*, *Tom Sawyer* ou *Peter Pan*. Cela permit d'offrir des produits avec une valeur ajoutée, apportée par la texture visuelle et narrative particulière aux *animes*, mais coûtant beaucoup moins cher à réaliser que les œuvres animées par des studios européens[316].

Le succès des *animes* en Europe à l'époque peut ainsi s'expliquer par une combinaison de facteurs relativement indépendants les uns des autres. D'une part, cette industrie recherchait de nouveaux marchés, à commencer par les USA à partir de 1960, grâce aux relations privilégiées d'après-guerre dont bénéficiait le Japon avec la puissance d'occupation, mais aussi dans d'autres pays asiatiques dix ans plus tard. D'autre part, les créateurs de *manga* et d'*animes* ont toujours incorporé dans leurs séries des éléments tirés de la culture populaire occidentale, leur ajoutant ainsi une touche d'exotisme (du point de vue des audiences japonaises), et il était donc très tentant de voir si ces produits recevraient un accueil favorable de la part des audiences familières avec ces récits inspirés de leurs propres traditions littéraires ou mythologiques. Enfin, un facteur purement financier, le taux très bas du yen et la main-d'œuvre bon marché au Japon, permit aux studios de vendre les *animes* qu'ils réalisaient à des prix défiant toute concurrence[317]. C'est ainsi que les dirigeants de groupes télévisuels occidentaux qui achetèrent des *animes* dans les années 1960 et 1970 découvrirent des contenus ambigus, à la fois familiers et étranges. Face à ces ficitions hybrides, ces éditeurs imposèrent des modifications plus ou moins importantes en fonction de leur perception des demandes de leurs audiences ainsi que de leur politique générale vis-à-vis de produits étrangers. Aux USA, pour des raisons historiques évidentes, tout fut fait pour effacer autant que possible tout signe

---

[315] *Ibid*., p. 392.
[316] *Ibid*., p. 69-70.
[317] *Ibid*., p. 301-302.

permettant d'identifier l'origine de ces séries animées au travers d'interventions éditoriales très invasives, non seulement au niveau des scénarios, dialogues et noms des personnages, tous américanisés, mais aussi des images, des scènes, voire des épisodes entiers qui pouvaient être redessinés. En France, par contre, le processus de localisation, quoi qu'important, ne fût pas aussi lourd et de fait, l'étrangeté de ces séries pouvait émerger ici ou là, tandis qu'en Italie, il ne fut que très léger et les publics surent très tôt d'où venaient ces dessins animés[318].

Marco Pellitteri a identifié cinq formes d'adaptation des *animes* pour les audiences occidentales, qu'il catégorise en fonction de l'importance croissante des interventions. La plupart des adaptations les plus lourdes s'est manifestée surtout dans les deux premières décennies de programmation d'*animes* sur les chaînes de TV généralistes, tandis que depuis les années 90, avec la multiplication des canaux de distribution, les interventions se sont faites plus légères, quand l'origine japonaise du produit n'est pas carrément mise en avant comme argument de commercialisation, suivant en cela l'évolution des audiences.

- « Les adaptations philologiques »: la localisation culturelle se limite essentiellement aux dialogues, tout le reste demeurant intouché et l'objectif est de fournir une traduction aussi fidèle que possible à l'esprit des dialogues originaux en tenant compte des contraintes intrinsèques au doublage vocal et aux sous-titrages. Ces traductions sont généralement réalisées par des entreprises spécialisées, connaissant bien les spécificités des *animes* et parfois gérées par des anciens fans. Quoiqu'illégaux, les *fansubs*, c'est-à-dire des sous-titrages réalisés par des fans en-dehors de toute autorisation des ayants-droits constituent aussi des adaptations philologiques. Ces traductions sont destinées aux audiences bien familiarisées avec les *animes*, souvent issues des générations ayant grandi avec les dessins animés japonais diffusés à la télévision dans les années 1970 ou 1980 et qui ont appris à apprécier ces univers narratifs.
- « Les adaptations passives » : Ce type d'adaptation est restreint aux doublages vocaux et concerne les efforts faits par les entreprises spécialisées en la matière pour trouver des voix qui correspondent aux originales et des acteurs capables de rendre fidèlement le jeu des *seiyus*. Ces adaptations ont surtout prédominé en Italie et en Espagne, au début de la programmation des *animes* dans les années 70.

[318] *Ibid*., p. 394-395.

- « Les adaptations incongrues » : Ces bricolages ont été particulièrement fréquents en Italie et en France et concernaient le retrait de scènes considérées comme inappropriées pour les audiences visées par les émissions dans lesquelles les *animes* étaient programmés, ainsi que la transformation des noms des personnages, des lieux et l'effacement de toutes références au Japon. Mais, ces adaptations étaient soit incomplètes ou ont souvent débouché sur des incongruités qui pouvaient rendre le récit incohérent ou difficile à suivre. Du côté francophone, on se souvient tout particulièrement des improvisations satiriques des doubleurs de la série *Hokuto no Ken* (*Ken, le survivant*), changeant souvent complètement le sens des dialogues afin d'atténuer la violence des scènes[319].

- « La dépneumatisation »: Ce terme fait référence à l'idée de l'extraction de l'âme (*pneuma* en grec) de l'histoire, par un processus d'intervention fortement invasive, afin de changer non seulement le scénario, mais aussi la signification du récit, voir même l'intention originale des auteurs japonais. Ce type d'adaptation va bien au-delà des changements de noms de lieux ou des personnages et la censure de situation à connotation sexuelle ou de violence, mais consiste à carrément retravailler l'univers narratif dans son entier pour le transformer en quelque-chose de totalement différent. Il s'agit donc des tentatives les plus exhaustives d'effacer toute trace des créateurs d'origine et même la trame culturelle de fond qui a donné naissance à l'histoire de départ. Des séries comme *La bataille des planètes* et *Robotech* en constituent les exemples les plus connus. Si les Américains étaient les plus experts dans ce type de transformation, grâce à une longue tradition d'adaptation de produits étrangers distribués sur leur marché national, la France et l'Italie ont aussi été touchés par ce phénomène, mais de manière moins importante.

- « L'extraction/interpolation » : Il s'agit d'une forme plus raffinée de la « dépneumatisation », mais avec des interventions beaucoup mieux camouflées, rendant leur identification quasi-impossible par l'audience. La version américaine de l'*anime Pokémon* en est une illustration significative. En effet, non seulement les noms des personnages et des lieux ont été américanisés, mais aussi les symboles et les signes apparaissant dans le fond de l'image, tandis que des scènes ont été censurées ou remontées pour suivre un nouveau scénario. Même la musique de fond a été remplacée par une autre bande-son. Pour *Power Ranger*, les scènes où les adolescents apparaissent sous leur identité d'écoliers ont été re-tournées avec des acteurs américains, tandis que les scènes où

---

[319] http://www.youtube.com/watch?v=OamxZVC4Ffw - Compilation des répliques cultes de *Ken, le survivant*.

> les protagonistes sont masqués (tournés avec des acteurs japonais) ont été préservées. Ce type d'adaptation est encore souvent utilisée pour les *animes* que l'on destine aux audiences les plus jeunes, afin d'éviter les plaintes d'associations parentales et de certains cercles politiques[320].

Les publics auxquels s'adressent les acteurs industriels impliqués dans la circulation internationale des univers narratifs de la culture populaire japonaise ont connu une fragmentation similaire à celle que l'on observe pour les autres types de produits audiovisuels au cours de la « phase d'éblouissement »[321]. De fait, il apparaît que la palette d'audienciation s'est beaucoup enrichie. Les plus assidus se réunissent néanmoins souvent dans des communautés, qui se manifestent aussi bien sur le Web, par diverses activités collectives en-ligne, que dans des événements publics appelés « conventions ». Parmi ces divers publics, on retrouve notamment des enfants, entre 7 et 12 ans, qui constituent l'audience cible de nombreuses chaînes de télévision privées sur le câble et sont essentiellement attirés par leur nature de dessins animés. Forts du succès des *animes* dans les années 1970-1980 auprès de cette classe d'âge, mais contraints par des règlements étatiques protectionnistes, les diffuseurs ont donc décidé de commander des séries TV d'animation adoptant leur esthétique graphique dans une sorte d'hybridation stylistique, comme l'illustrent les dessins animés *Winx* ou *W.I.T.C.H.* Parmi ces publics, il arrive que certains se constituent en fans d'un titre en particulier, notamment d'*animes* qui continuent de subir des adaptations relativement invasives à des fins de censure et de localisation, comme *Naruto*[322]. Ceux-ci sont particulièrement visés par l'ensemble des acteurs industriels participant à la stratégie transmédia mise en œuvre autour de ces univers narratifs. Enfin, il faut compter avec un public plus âgé, ayant grandi avec les *animes* diffusés au cours des trois dernières décennies du 20ème siècle, qui se considère comme amateur non seulement de franchises, mais aussi et surtout de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel. Pour les atteindre, l'origine japonaise et le souci de l'authenticité culturelle sont particulièrement mis en avant dans le marketing de ces produits qui bénéficient souvent d'un traitement soigné. Dans le domaine de l'édition de *mangas*, cela passe par le respect du sens de lecture (de droite à gauche), tandis que dans le secteur du DVD d'*animes*, les « adaptations philologiques » et « passives » sont devenues la règles.

---

[320] *Ibid*., p. 404-412.
[321] *Ibid*., p. 440-441.
[322] *Pokémon*, *Cardcaptor Sakura* (*Sakura, chasseuse de cartes*) et *Naruto* en constituent des exemples récents.

3.2. Première phase : arrivée des dessins animés japonais en Europe

En Europe, les Italiens ont été les premiers à découvrir sur leurs chaînes publiques et privées des dessins animés japonais à partir de 1976. Le succès fut tel qu'en 1979, on atteignait les 7 heures quotidiennes d'*animes* toutes chaînes confondues ! Marco Pellitteri souligne aussi l'importance du rôle joué par des éditeurs italiens dans l'arrivée en Europe de produits liés à ces séries, et tout particulièrement le *manga* [323]. La France a vécu une situation similaire, mais avec quelques années de décalage, puisque les *animes* ne sont devenus une part intégrale des émissions pour enfants qu'au début des années 1980. En Allemagne, les deux seules chaînes nationales de l'époque, ARD et ZDF, tentèrent la diffusion de quelques épisodes de la série *Speed Racer*, entre 1971 et 1974, mais les protestations parentales furent telles qu'ils les interrompirent rapidement. Par la suite, la ZDF proposa quelques coproductions nippo-allemande telles que *Die Biene Maja* ou *Wickie und die starken Männer*. Cependant, même ces séries, pourtant clairement adressées aux plus jeunes et adaptées à l'idée que l'on se faisait d'un contenu approprié pour une telle audience, firent l'objet de controverses. De fait, seuls quelques *animes* destinés aux plus jeunes, tels que *Jungle Tatei* (*Kimba der weiße Löwe*, en allemand) ou *Heidi*, furent programmés sur ces chaînes. Il fallut attendre la fin des années 1980, pour que de nouvelles chaînes privées germaniques se mettent à proposer des séries plus variées et destinées à une audience plus âgée, notamment aux adolescents[324].

Dans l'optique de la libéralisation du marché télévisuel, à la fin des années 1970, et de l'émergence d'une concurrence nouvelle, mais féroce, entre les chaînes publiques qui disposaient auparavant d'un monopole étatique sur les petits écrans, et les nouvelles chaînes privées qui devaient absolument attirer des audiences à vendre aux annonceurs, les « dessins animés japonais » (ainsi que l'on appelait encore les *animes*) ont joué un rôle important dans la captation des jeunes audiences. En effet, l'un des grands avantages des séries TV d'animation destinées aux enfants est que l'on peut les rediffuser à intervalles réguliers, parce que la population enfantine grandit, mais se renouvelle aussi vite[325]. Cependant, les *animes* subirent aussi pour la majorité des modifications combinant des « adaptations incongrues » et une forme plus ou moins importante de « dépneumatisation », alliant censure de scènes

---

[323] *Ibid*., p. 73.
[324] Josef Göhlen, "Suspekt, doch erfolgreich - Der Weg der Anime ins ZDF ," *in* Martha-Christine Menzel, Adam Blauhut, Hans-Peter Reichmann unf Stephan von der Schulenburg (dir.), *Ga-netchū! The Manga Anime Syndrome*, Frankfurt am Main, Deutsches Filmmuseum/Deutsches Filminstitut, 2008, p. 234-239.
[325] Sophie Jehel, "Evolution de l'offre hertzienne pour le jeune public, 1991-2001," *Dossiers de l'Audiovisuel*, March 2003, vol. 108, 03/2003 p. 16.

considérées comme inadaptées aux capacités cognitives et à la sensibilité des jeunes audiences ciblées, et localisation des personnages, situations et dialogues.

Le tout premier *anime* importé fut *UFO Robo Grendizer*, une histoire de robots géants appartenant au genre "*mecha"*, diffusé d'abord du 4 avril 1978 jusqu'en 1982 sur la chaîne publique italienne RAI2, puis sur d'autres réseaux de chaînes régionales et locales qui en avaient acquis les droits. Le succès *de Grendizer* encouragea les chaînes dans cette voie et bientôt d'autres *animes* suivirent, tels que *Uchû Kaizoku Captain Harlock* (*Albator, le pirate de l'espace*, en français)[326].

En France, ce furent quelques épisodes de *Ribon no Kishi* (*Princesse Saphir*, en français), un des tout premiers "*shojo*", et *Jungle Tatei* (*Le roi Léo*, en français), tous deux d'Osamu Tezuka, diffusés en 1974 sur France 3, qui ouvrirent la voie aux productions japonaises sur les petits écrans francophones. Mais ce n'est qu'à partir de 1978 que commença vraiment une diffusion régulière et suivie, avec les séries *Goldorak*, *Candy* et *Albator*, programmés dans l'émission *Récré A2*, qui comme son nom le suggère, était hébergée sur Antenne 2[327].

Durant les années 80, la télévision française subit un profond chamboulement avec la privatisation de TF1 en 1987 et la libéralisation du marché du hertzien et du câble, qui permit l'arrivée de nouveaux acteurs privés sur le marché télévisuel. La logique de programmation s'installa définitivement et domina l'organisation de la grille horaire[328]. Le paysage audiovisuel français se trouva alors profondément transformé, avec l'arrivée de nouvelles chaînes : M6, Canal+ et La 5[329]. De fait, une réelle concurrence s'installa et obligea les chaînes à diffuser 18 heures de programme chaque jour. Il fallut donc du contenu pour remplir ses nouvelles plages horaires et l'achat de séries étrangères peu coûteuses augmenta[330]. C'est ainsi que toutes les chaînes se mirent à alimenter leurs émissions pour enfants avec de nombreux dessins animés japonais.

---

[326] Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*, p. 296-299.
[327] Pierre Faviez et Pascoal Rui, "Evolution de la japanimation dans le PAF," *Animeland*, June 2003, hors-série #5, p. 27.
[328] Elisabeth Baton-Hervé, "L'offre: Structure et faiblesses," *Les Cahiers de l'Audiovisuel*, March 2003, no. 108, 03/2003 p. 9.
[329] Une chaîne dans laquelle le groupe italien Mediaset, appartenant à l'époque à Silvio Berlusconi, avait une importante participation financière.
[330] Régine Chaniac, "La fiction en série : évolution de la programmation en France," *op. cit.*, p. 51-52.

De manière générale, la traduction en français de ces séries se caractérisa par une forte localisation de l'histoire, avec la francisation des noms de personnages et de lieux, ainsi qu'une censure des scènes jugées trop choquantes ou inappropriées pour des enfants[331]. En 1987, TF1 lança, avec le concours de la société de production AB (Azoulay & Berda), le *Club Dorothée*, avec l'animatrice du même nom et une partie de l'équipe qui avait fait les riches heures de *Récré A2*. Cette émission, qui devint l'une des plus importantes de la décennie en terme d'audience auprès des jeunes, était essentiellement alimentée de séries animées et en prises de vue réelle produites au Japon, et achetées de manière groupée par AB, qui se livra aussi à une localisation assez forte des dialogues et des situations dans la majorité de ces fictions télévisées[332].

L'immense succès d'audience des *animes* en général, et pas seulement l'accroissement de leur programmation dans les émissions pour enfants, aiguisa également l'appétit d'autres acteurs industriels, notamment dans le secteur de l'édition. Les Italiens à nouveau jouèrent le rôle de pionniers en la matière. Marco Pellitteri souligne ainsi tout particulièrement l'importance des éditeurs italiens dans l'importation de produits populaires japonais liés à ces univers narratifs, notamment les *mangas.* Outre des magazines consacrés aux *animes* diffusés en Italie, paraissaient aussi des publications proposant des traductions de *mangas*, généralement ceux ayant donné naissance aux *animes* éponymes, connus des publics italiens. Les éditeurs d'*Eureka* s'engagèrent ainsi dans une coopération avec l'une des plus grandes maisons d'édition au Japon, afin de mieux comprendre comment adapter ces bandes dessinées d'un format totalement différent à ce qui se faisait en Italie. Il en résulta une brochure d'indications détaillées qui servit de référence pour l'édition de *mangas* dans toute l'Europe et aux USA, même pour des titres issus d'autres sociétés que Kôdansha[333].

La France connut un phénomène commercial similaire, mais de nouveau, avec plusieurs années de décalage. En effet, de 1979 à 1990, l'immense succès des *animes* à la télévision française provoqua un appel d'air commercial pour la sortie de produits dérivés, dont des cassettes vidéos préenregistrées. Lorsque les toutes premières cassettes vidéos d'*animes* sortirent au début des années 1980, le nombre de foyers français équipés en appareil VCR était très bas, pas plus de 400'000, et les VHS encore assez chères. Pendant la plus grande

---

[331] Pierre Faviez et Pascoal Rui, "Evolution de la japanimation dans le PAF," *op. cit.*, p. 27-28.
[332] *Ibid*., p. 28-29.
[333] Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*, p. 73.

partie des années 80, l'édition d'*animes* consista essentiellement en la production de cassettes vidéo contenant quelques épisodes des séries à la mode et de quelques sorties discrètes de films, tels que *Nausicaä de la Vallée du Vent*[334]. Dans cette configuration, les adaptations des *animes* en bande dessinées furent privilégiées. Néanmoins, le problème était que la commercialisation des *mangas* à l'origine de ces *animes* se révélaient à l'époque économiquement peu intéressante. En effet, ceux-ci étaient en noir et blanc, dans un format papier inhabituel pour les Européens, ne suivaient pas fidèlement le scénario de l'*anime* et nécessitaient aussi le retournement complet des planches, destinées à être lues originellement de droite à gauche, sans compter la nécessiter de négocier de nouveaux droits de reproduction et de diffusion. Il fut donc décidé de lancer des adaptations de ces *animes* qui n'auraient rien à voir avec le *manga* original. Pressée par des considérations avant tout commerciales, l'édition de ces magazines et récits illustrés tirés des *animes* était la plupart du temps soit constituée de captures d'écran floues, soit de versions redessinées par des artistes peu expérimentés, mais qui obtinrent néanmoins un succès non-négligeable[335].

L'arrivée massive de ces univers narratifs, aussi bien à la télévision, que sous leurs diverses incarnations éditoriales, n'alla pas sans susciter de nombreuses critiques, voir même des polémiques nationales, sur la nature nocive de ces fictions sérialisées. Les plus virulentes et importantes se déroulèrent en Italie et en France, où non seulement la société civile, incarnée par des associations de parents, des syndicats d'enseignement, ou des pédagogues, mais aussi les cercles politiques s'inquiétèrent vivement de cette soudaine emprise supposée des Japonais sur la jeunesse de ces pays. Si les critiques adressées à ces séries TV et leurs produits dérivés varient entre les deux pays, les conditions de réception n'y étant pas tout à fait les mêmes, on peut quand même voir émerger des éléments communs. Ainsi, les remontrances font toutes références à l'esthétique visuelle de ces dessins animés, considérés comme laids et de mauvaise qualité, ainsi qu'à la violence de nombreuses scènes, jugées inappropriées pour des enfants. Il émerge surtout une crainte presque viscérale vis-à-vis d'un Japon devenu une puissance économique mondiale, qui faisait, depuis quelques années déjà, une concurrence très remarquée aux Occidentaux sur leur propre terrain d'expertise, à savoir les nouvelles technologies et l'ingénierie.

---

[334] Olivier Fallaix, "De la vidéo au DVD: Le Japon à la maison," *Animeland*, 2003, hors-série #5, 2003 p. 37.
[335] Stéphane Ferrand, "La difficile destinée du manga en France," *Animeland*, June 2003, hors-série #5, p. 204-203.

3.3. Deuxième phase : émergence des *animes* et des *mangas*

La dernière décennie du 20ème siècle marque le début de ce que Marco Pellitteri appelle la « phase de l'éblouissement », basée sur un renversement de la logique de commercialisation des univers narratifs issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, liée essentiellement à un changement de génération.

En France, les polémiques et les nouvelles règles de programmation eurent progressivement raison de la diffusion des dessins animés japonais sur les chaînes publiques et privées. Par ailleurs, en 1996, le groupe AB fonda AB Sat qui lança entre autres chaînes satellitaires, AB Cartoons, qui se servait dans l'imposant catalogue d'*animes* d'AB production (racheté en 1992 au groupe Mediaset, après la mort de La 5), devenant aussi diffuseur officiel, en plus d'être distributeur, se faisant ainsi un concurrent direct de TF1. La chaîne mit alors fin à son contrat avec AB, ce qui provoqua l'arrêt du *Club Dorothée* en 1997. Cette décision consacra le passage définitif des *animes* du hertzien vers les chaînes privées du câble et du satellite[336].

Peu de temps après, ces chaînes thématiques pour enfants du câble ou du satellite se multiplièrent, et proposèrent toutes des séries TV d'animation japonaise. Certaines chaînes payantes introduisirent aussi des *animes* pour des publics adultes. Si des chaînes généralistes comme TF1 et M6 inclurent encore quelques *animes* à gros succès, comme *Pokémon* ou *Cardcaptor Sakura* (*Sakura, chasseuse de cartes*, en français), de manière générale, ces séries trouvèrent désormais leur place essentiellement sur les chaînes câblées et payantes. La programmation pour enfants sur les chaînes hertziennes fut désormais dominée par les productions occidentales, européennes et américaines, même si on remarque une influence marquée de l'esthétique des *animes* sur ces productions[337].

De fait, les publics des années 1970-1980, devenus adultes mais restés fidèles aux univers narratifs issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, se retrouvèrent face à un appauvrissement qualitatif de leur choix. Cependant, ils purent progressivement se tourner vers le marché de la vidéo. A ces débuts, celui-ci n'était pas très satisfaisant et les fans n'avaient guère d'autres possibilités que de passer par des canaux non-officiels, c'est-à-dire l'import de cassettes vidéo avec sous-titrages sauvages[338]. Mais, avec la fondation d'Anime Virtual, par Cédric Littardi et Grégoire Parcollet en 1994, deux transfuges du magazine spécialisé

---

[336] Pierre Faviez et Pascoal Rui, "Evolution de la japanimation dans le PAF," *op. cit.*, p. 29-31.
[337] *Ibid*., p. 32-34.
[338] Olivier Fallaix, "De la vidéo au DVD: Le Japon à la maison," *op. cit.*, p. 38-39.

Animeland et fans d'*animes*, démarra la commercialisation de ces séries en version originale sous-titrée sur VHS. Leur premier titre, *Les chroniques de la guerre de Lodoss* fit date et leur permit de se faire connaître auprès d'un public plutôt pointu, refusant le doublage et les adaptations, souvent sauvages, opérées par les chaînes de télévision.

La seconde partie des années 1990 vit arriver divers acteurs plus ou moins grands et spécialisés dans l'édition vidéo d'*animes* au point que ce marché de niche finit par rapidement se saturer. La disparition de la plupart des émissions qui programmaient des *animes* sur les chaînes généralistes à partir de 1997 offrit temporairement une chance de relance de ce créneau, et les sociétés d'édition se battirent pour sortir en coffrets VHS les séries les plus connues de ces émissions. Jusqu'aux années 2000, la part belle fut ainsi faite aux "*oldies*", sauf chez Dynamic Vision, une spin-off de Dynamic Italia fondée en 1996, qui continuait de proposer des nouveautés[339].

En même temps, la dérégulation tardive du marché télévisuel allemand, permettant la création de chaînes privées sur les nouveaux services de câblodistribution, offrit finalement l'opportunité aux *animes* de percer dans le monde germanophone. Deux chaînes, Tele 5, fondée en 1988 et développée sur le modèle de Canale 5 du groupe Mediaset , et RTL II, lancée en 1993, programmèrent le plus grand nombre d'*animes* en allemand de toutes les chaînes germanophones. Les modifications pour mettre ces *animes* en adéquation avec les critères de ce qui constituait un contenu approprié pour des jeunes allaient de l'adaptation incongrue à la dépneumatisation, voir à l'extraction[340].

Les éditeurs de vidéo ne furent pas les seuls à vouloir exploiter le succès de la diffusion télévisuelle des *animes*. Comme on l'a vu, l'Italie et la France connaissaient déjà une commercialisation de produits dérivés sous forme de BD adaptées des *animes* par des artistes locaux et souvent inexpérimentés. Mais, on ne parlait pas encore de *manga*, et ce malgré quelques tentatives isolées et de courte durée, comme celle d'Atoss Takemoto, un japonais installé dans le Jura suisse, qui publia entre 1979 et 1981, quelques *mangas* traduits dans une revue spécialisée intitulée *Le Cri qui Tue*.

En 1990, *Akira* fut le premier *manga* à percer véritablement sur le marché européen. Edité simultanément en France, en Italie et en Espagne, par Glénat et ses filiales dans ces pays, il

---

[339] *Ibid*., p. 40-42.
[340] Josef Göhlen, "Suspekt, doch erfolgreich - Der Weg der Anime ins ZDF ", *op. cit.*

parut également en Allemagne une année plus tard chez Carlsen. Repris d'une licence obtenue par l'Américain Viz Comics, ce premier *manga* fut édité en couleur, dans le sens de lecture européen. En Italie, certains passionnés, devenus professionnels, comme les fondateurs de Granata Press, décidèrent d'exploiter ce premier succès et proposèrent d'autres titres, déjà passés à la télévision dans les années 1980, tels que *Dragon Ball* ou *UFO Robo Grendizer* (*Goldorak*). A la fin de la décennie, le marché italien du *manga* était devenu un des plus importants au monde[341].

En France aussi, le succès d'*Akira* encouragea Glénat à acheter les droits pour d'autres titres. En 1993, l'éditeur commercialisa également *Dragon Ball*, qui fut un énorme succès, auquel succèderont de nombreux titres[342]. Dès 1994, le *manga* était désormais dans le vent et la plupart des maisons d'éditions de BD se lancèrent dans l'expérience, essayant toutes sortes de formats de présentation et de thèmes. Depuis, malgré la faillite de certaines sociétés et le retrait d'autres maisons d'édition du marché du *manga*, celui-ci connaît une croissance continue, même si sa courbe a tendance à s'aplanir. Les raisons de ce succès sont à chercher à la fois du côté de la "génération Albator", qui se jeta sur la version papier des séries qui avaient fait le bonheur de sa jeunesse, et dans le recul d'une certaine forme de BD, héritée de l'école franco-belge traditionnelle mais qui arrivait de moins en moins à se renouveler et à rester en phase avec les lecteurs[343].

En Allemagne, par contre, *Akira* passa presque inaperçu et ne rencontra qu'un succès d'estime auprès d'un public très limité. L'absence d'une tradition de la bande dessinée, telle qu'elle existe en France ou en Italie, permet probablement d'expliquer en partie le scepticisme du public allemand face à cette œuvre. De plus, le *manga* ne disposait pas encore du soutien de la diffusion massive d'*animes*, comme dans les pays précédemment cités. En effet, il est un fait que les *animes* ont constitué le premier facteur d'audienciation autour de ces univers narratifs, or, la programmation télévisuelle allemande d'*animes* reste assez maigre et aléatoire jusque vers 1994-1995. Ce n'est donc qu'à partir de 1998 que le marché allemand du *manga* commença à s'enrichir, grâce notamment au succès de *Bishoujou Senshi Seeraa Muun* (*Sailor Moon*, en français) et de *Dragon Ball* diffusés depuis 1997 sur RTL II, rapidement édité en

---

[341] Paul M. Malone, "The Manga Publishing Scene in Europe," *in* Toni Johnson-Woods (dir.), *Manga: An Anthology of Global and Cultural Perspectives*, New York, The Continuum International Publishing Group Inc, 2010, p. 319-321.
[342] Stéphane Ferrand, "La difficile destinée du manga en France," *op. cit.*, p. 203-202.
[343] Jean-marie Bouissou, "Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais," *Cités*, 2006, vol. 27, no. 3, p. 74.

manga par Carlsen. Il est aussi à noter que contrairement à d'autres pays européens ou aux USA, où ce furent essentiellement de petites et moyennes sociétés d'édition qui ouvrirent la voie aux *mangas*, en Allemagne, ce furent de grandes entreprises, comme Carlsen et son concurrent direct, Egmont, qui s'intéressèrent d'abord à ce nouveau créneau. Paul Malone note que contrairement à ces pays, qui, hébergeant déjà une industrie de la bande dessinée, avaient alors fait de la résistance à l'entrée des *mangas*, l'Allemagne n'avait pas de marché à protéger, puisque celui-ci était déjà alimenté essentiellement par des produits d'importation[344].

3.4. Troisième phase : le retour des *animes* en DVD

La première décennie du 21ème siècle se caractérise par une intensification des logiques techniques, commerciales et industrielles annoncées dans les années 1990 et incarnées par la « phase de l'éblouissement », selon l'approche proposée par Marco Pellitteri. En effet, l'adoption généralisée du Web et la digitalisation progressive de la diffusion télévisuelle et des télécommunications n'a fait qu'augmenter le nombre de canaux de circulation de ces produits. Désormais, se côtoient non seulement des télévisions hertziennes (plus pour très longtemps), câblées analogiques ou numériques, mais aussi des chaînes distribuées par Internet, du Webcast (diffusion par le Web), de la vidéo à la demande (VàD) proposée aussi bien parmi d'autres services par des chaînes numériques que par des fabricants de matériels électroniques et de logiciels (AppleTV d'Apple, la VàD par la console Xbox de Microsoft ou par la console PlayStation de Sony) ou encore des éditeurs vidéo. Parallèlement, le marché de la vidéo s'est étendu dans l'ère numérique avec le DVD et le blu-ray. Il faut ajouter à tout cela le téléchargement et le partage illégal d'*animes* (ou de tout autre produits audiovisuels) sur le Web, grâce aux possibilités de *streaming* (visionnement directement depuis une page Web) ou de la distribution décentralisée du *peer-to-peer* (pairs-à-pairs). Les stratégies transmédia, généralement selon la logique de franchise, mises en œuvre par les groupes multinationaux de production, diffusion et distribution des univers narratifs fictionnels constituent donc plus que jamais l'horizon de ces industries.

Mais, les *animes* et les *mangas* restent malgré tout des marchés de niche. Contrairement aux années 1970 et 1980, au cours desquels ils jouèrent un rôle d'attraction d'audience de masse sur les chaînes généralistes dans plusieurs pays d'Europe, les *animes* ne sont plus qu'un produit parmi tant d'autres et les stratégies d'endiguement de l'industrie japonaise de l'animation,

---

[344] Paul M. Malone, "The Manga Publishing Scene in Europe," *op. cit.*, p. 325.

mises en œuvre par les groupes européens et nord-américains semblent avoir bien fonctionné, puisqu'aujourd'hui, les programmes pour enfants sont à nouveau dominés par des productions animées occidentales. Il existe bien quelques chaînes thématiques entièrement consacrées aux *animes*, comme Mangas, du groupe AB, mais celles-ci ne font que rediffuser les titres du catalogue de leur propriétaire. De fait, pour les amateurs d'*animes* qui ne se limitent pas à des contenus pour les plus jeunes ou à de vieilles séries déjà rediffusées de nombreuses fois, le DVD est devenu le principal moyen légal d'accès à ces séries, notamment pour ceux qui tiennent à les voir en VOST (version originale sous-titrée) ou en découvrir de nouvelles, même si depuis 2009 se développent des plates-formes légales de vidéo à la demande comme Kazeplay[345] ou Wakanime[346]. Bien que le DVD ait été commercialisé en Europe à partir de 1998, ce n'est qu'à la fin de l'année 2000 que les maisons d'édition d'*animes* vont vraiment adopter cette technologie de livraison vidéo[347].

La distribution en DVD est initialement soutenue par Sony Music Vidéo, soucieuse d'encourager cet usage en prévision de la sortie de la PlayStation 2 sur le marché[348]. Entre 2001 et 2003, les éditeurs expérimentent les possibilités du DVD et diverses formules de publications. Progressivement, la stratégie de la sortie en trois temps, d'abord des volumes à l'unité, puis des coffrets, suivi d'un nouveau coffret "Collector", a laissé la place à une séquence à deux temps, c'est-à-dire, que les éditeurs sortent de plus en plus souvent la série directement en coffrets, puis éventuellement, proposent un deuxième coffret intégral plus soigné.

2003 marque aussi l'abandon définitif de la VHS sur le marché francophone, mais aussi une redistribution des droits entre éditeurs. Ainsi, certaines séries qui avaient été éditées en VHS chez l'un, le sont en DVD chez l'autre. De plus, une sorte de répartition des tâches s'établit. A Déclic Images et IDP la sortie des vieilles séries des années 1970 et 1980, et à Kaze et Dynamic le soin de chercher les nouvelles perles, ce dernier bénéficiant de sa relation avec la maison-mère japonaise qui lui donne un accès facilité aux ayants-droits. L'arrivée de nouveaux labels, notamment la collection *Manga*, lancée par TF1 Vidéo, mais aussi Beez, rattaché à Bandai, et Mabell, contribuent au risque d'une nouvelle saturation d'un marché qui reste, malgré tout, et à l'exception de quelques grosses franchises grand public, un marché de

---

[345] http://www.kzplay.fr/
[346] http://www.wakanim.tv/
[347] Olivier Fallaix, "De la vidéo au DVD: Le Japon à la maison," *op. cit.*, p. 43.
[348] *Ibid*., p. 43-44.

niche. Ce risque est encore accru par la baisse très forte des prix des coffrets DVD, appuyée par Déclic Images et TF1 Vidéo, qui mettent parfois les autres éditeurs en difficultés, notamment Kaze et Dynamic. En effet, comme une série en VOST qui ne s'adresse pas au grand public ne se vend généralement pas à plus de 5000 exemplaires, 10'000 s'ils sont doublés, ces sociétés ont donc pas mal de difficultés à garder la tête hors de l'eau. En réponse à ces contraintes, on voit déjà arriver des éditions qui abandonnent totalement les contenus additionnels et limitent au maximum les options de choix linguistique[349].

Alors que le marché de la vidéo connaissait à nouveau des turbulences, liées en partie à la multiplication des appareils télévisuels et des dispositifs d'accès aux produits audiovisuels, le secteur du *manga* redressait à nouveau la tête à partir de 2002, après une traversée du désert due à la diminution significative des *animes* sur la plupart des chaînes généralistes, privées ou publiques, hertziennes ou sur le câble. D'une part, les trentenaires apprécient de retrouver sous une autre forme nombre de séries qu'ils avaient expérimenté en *animes* dans les années 1980, tandis que les jeunes ayant grandi dans les années 1990 avec des jeux vidéo et des *animes* sont devenus adultes et disposent désormais de revenus financiers qui leur permet d'approfondir leur expérience multimédia de ces univers narratifs grâce aux *mangas*. Par ailleurs, la richesse du choix des titres offerts par le marché des vidéogrammes et du jeu vidéo fait que même si les plus grandes part des revenus est générée par seulement quelques titres, comme dans d'autres secteurs éditoriaux, les goûts des gens sont suffisamment diversifiés pour permettre à de nombreuses séries de durer. Ainsi, quelle que soit la situation, on remarque que les *mangas* restent un produit étroitement lié aux *animes*, ces derniers servant souvent de premier point d'entrée dans un univers narratif et donc de base d'audienciation pour ceux-ci[350].

Résumé du chapitre 3

Le résumé de l'histoire de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel et de l'arrivée de ses univers narratifs en Europe montre comment celle-ci s'insère dans une configuration commerciale et technologique dont le transmédia semble être devenu une sorte de paradigme, qui s'est constitué depuis la fin du 19ème siècle. Les acteurs industriels nippons n'ont pas seulement reçu de multiples influences en provenance de l'Occident, mais ils ont aussi pris part au développement de ces systèmes de commercialisation transnationaux. La capacité des produits médiatiques japonais à voyager ne réside ainsi pas seulement dans leur hybridité

---

[349] *Ibid*., p. 45-46.
[350] Stéphane Ferrand, "La difficile destinée du manga en France," *op. cit.*, p. 201-198.

culturelle et la tendance de leurs créateurs à piocher dans un imaginaire global commun, mais aussi dans la multiplication de leurs incarnations matérielles.

La logique de sérialisation, telle qu'on l'a définie dans ce chapitre, soit le fait de segmenter non seulement un récit en épisodes, mais aussi l'univers narratif auquel il appartient en de multiples versions médiatiques et objets dérivés, constitue ainsi un moyen de s'adresser à divers publics à partir d'un modèle de départ dont on fait varier les éléments: le code de communication (image, texte, audio, vidéo, audiovisuel), le médium (dessin, texte imprimé, enregistrement audio/vidéo,…) ou le support matériel (papier, pellicule, disque optique, etc.) ou encore le transport d'énoncés (enregistrement, digitalisation, impression). C'est ainsi qu'outre la production de diverses versions médiatiques, il est aussi possible de les re-conditionner pour les faire passer d'un média à un autre (utilisant le même code de communication, voire le même médium), mais selon des processus de transports d'énoncés, des technologies de livraison et des supports matériels différents. Ainsi, un *anime* peut être diffusé à la télévision, distribué sous forme de fichiers digitaux sur le Web ou sur des disques optiques, lesquels peuvent se présentent sous des formats VCD (généralement illégaux) ou DVD.

La proximité contractuelle et commerciale entre les acteurs médiatiques impliqués dans la création de ces univers narratifs, créés pour promouvoir des *kyara* et des *kyaracutta*, soit des icônes plus ou moins consistantes, facilite grandement le déploiement de ces logiques transmédiatiques. En effet, cette centralité des personnages plutôt que des scénarios, comme dans les processus de création industrielle en Europe et aux USA, favorise le passage entre le matériel et l'immatériel de ces univers narratifs. Du fait du fossé géographique et commercial entre les producteurs de ces univers narratifs et les publics européens, la logique de sérialisation se confond alors avec celle de la collection de *marchandises culturelles* diverses, dont les DVD d'*animes*. Le procédé de re-conditionnement des *animes* en DVD par des sociétés européennes s'inscrit ainsi pleinement dans cette configuration commerciale. En effet, comme la plupart de ces séries animées ne sont jamais diffusées en Europe, l'édition DVD ne sert pas à prolonger leur vie au-delà d'une programmation télévisuelle, mais permet bien d'accéder à la version animée d'un univers narratif généralement aussi proposé en d'autres versions, notamment en *manga* et en jeux vidéo.

Ces procédés, basés sur les contrats de franchise, permettent aussi d'accommoder nombre de contraintes non seulement commerciales, mais aussi socio-culturelles et même politique.

Comme on l'a vu, l'arrivée des *animes* en Italie, puis en France, dans les années 1970-1980, a causé de longues polémiques qui ont obligé les chaînes de télévision, puis les éditeurs de produits vidéographiques à de nombreuses interventions éditoriales afin de neutraliser les éléments narratologiques qui choquaient le plus. Cependant, avec la multiplication des offres de contenus et de contenants médiatiques, et donc la fragmentation des audiences et des usagers, ces possibilités transmédiatiques rendent possible la survie de marchés de niches. Les DVD jouent ici un rôle important dans la continuation de l'importation des *animes* en Europe, puisqu'ils représentent un bon moyen de satisfaire diverses exigences à la fois d'audienciation, mais aussi de consommation et d'usage: moins chers que les cassettes VHS, en termes de quantité à l'unité, ils donnent accès à l'ensemble de la série sous forme tangible, proposent plusieurs versions linguistiques et s'adaptent bien à divers dispositifs de lecture de qualités sonores et visuelles variables.

Résumé de la 1ère partie

Cette première partie du travail décrit les bases sur lesquelles repose cette étude de la perception du re-conditionnement des *animes* en produits DVD en Europe. La construction du cadre théorique dans une optique des sciences de l'information et de la communication (SIC) au chapitre 1 a notamment fait apparaître que l'on ne peut pas considérer séparément les diverses industries médiatiques impliquées dans la création du divertissement audiovisuel. En effet, les stratégies visant à décliner un même univers narratif en diverses versions médiatiques obligent à traiter ces activités commerciales dans leurs interrelations et à faire attention à la manière dont les processus de re-conditionnement d'une version médiatique, qui constitue une forme partielle de transmédia, relient les secteurs des « marchandises culturelles » et de la « culture de flux ». La fragmentation des audiences, liées à une promotion sociétale de l'individualisme, auquel répond une diversification acrrûe des contenus, mais aussi des contenants, constitue la principale justification du recours à une approche théorique qui part des personnes afin de comprendre comment elles se raccrochent à des publics, eux-mêmes conçus comme essentiellement des constructions discursives par diverses sources, y compris et surtout par les « particuliers » eux-mêmes. En effet, pour décrire comment les publics d'*animes* en Europe perçoivent ces procédés de transposition de séries TV d'un média à un autre, il importe d'utiliser des outils qui permettent d'analyser leurs discours sur leur conception de ces contenus et des DVD. La problématique se situe ainsi au point de chevauchement théorique de la sociologie de la réception et de celle des usages.

De plus, comme il s'agit de productions télévisuelles provenant d'une autre région du globe, le Japon, il importait aussi de décrire les mécanismes de leur circulation autour du monde. Le premier chapitre a ainsi permis de montrer comment s'articulent la question de l'adoption de plus en plus généralisée du numérique par les acteurs de l'industrie du divertissement audiovisuel dans un contexte non pas tant de globalisation, mais de transnationalisation, soit de transgression des frontières plutôt que de leur effacement complet. En effet, les produits médiatiques ne circulent pas en tous sens, mais en suivant des balises culturelles, parfois politiques, et économiques imposées par les Etats, obligeant les créateurs, éditeurs et diffuseurs de contenus à jongler entre plusieurs contextes différents d'audienciation. Le numérique qui permet de faciliter la transition d'une technologie à une autre ainsi que l'édition

d'un contenu de diverses manières représente une possibilité de s'adapter à moindres coûts aux multiples situations commerciales. Il s'inscrit aussi dans une recherche perpétuelle de la conciliation entre deux pôles caractérisant l'approche des audiences des médias, soit l'oscillation entre individualisation et massification, personnalisation et standardisation .

Ainsi, comme on l'a vu au deuxième chapitre, si les industries du divertissement audiovisuel se manifestaient initialement comme une expérience collective et en public (spectacle théâtral, musical ou cinématographique), le retrait progressif des foules dans les espaces privés et diasporiques des foyers a introduit cette tension entre ces deux situations d'audienciation dans les stratégies commerciales des entreprises médiatiques. En effet, les gens n'étant plus réunis physiquement en un lieu sous contrôle des institutions organisant ces spectacles, il est devenu alors plus difficile d'identifier les audiences-cibles et surtout, d'analyser leurs réactions. Par ailleurs, cette évolution a donné naissance à une industrie civile de la télécommunication devant fournir les maisonnées en matériels nécessaires pour capter les contenus diffusés depuis des studios de radio et de télévision. Là, aussi, la nécessité de combiner des contraintes de standardisation, pour la production en masse à des coûts raisonnables, et de personnalisation, en fonction de divers types d'usagers, ont mené à des phénomènes contradictoires où des appareils d'abord très spécialisés finissent par devenir polyvalents, comme le montre le cas du poste de télévision transformé progressivement en un simple périphérique dans un dispositif audiovisuel domestique impliquant non seulement la captation du signal télévisé, mais aussi le visionnement de cassettes VHS et la pratique du jeu vidéo. De plus, l'individualisme et le besoin d'équiper chaque personne de tout un appareillage pour lui permettre de rester branchée sur des réseaux électronique et de lui fournir des contenus adaptés à ses goûts constituant quand même une forme de paradigme techno-social, la digitalisation a permis la miniaturisation nécessaire pour rendre ces dispositifs portatifs.

Le DVD est lui-même le résultat de ces tensions, mais aussi de la collaboration entre les producteurs de contenu médiatique, leurs distributeurs et le secteur de l'informatique, se présentant alors comme un objet à la fois standard, mais personnalisable (par les éditeurs, pas par les usagers), et polyvalent dans le sens où il peut recevoir divers types de contenu du moment qu'ils sont numérisés, et peut être utilisé pour la distribution de logiciels informatiques, ou de jeux vidéo, ou de contenus cinématographiques et télévisuels. La description de l'histoire commerciale et socio-technique du DVD a ainsi mis en lumière le rôle que jouent ces éditions et leurs auteurs dans les processus de démédiation à l'œuvre dans le domaine télévisuelle. En effet, en donnant aux séries TV une vie quasi-autonome de sa matrice

médiatique originelle, les éditions DVD encouragent certaines modifications dans la manière dont les publics conçoivent ces contenus. Le cas des *animes* importés en Europe en DVD illustre particulièrement cette potentialité.

Cette tension entre standardisation et personnalisation se retrouve aussi dans les contenus médiatiques, et le chapitre 3 montre à quel point elle est au cœur du processus de sérialisation. En effet, la série est à la narration ce que la production en chaîne est à l'industrie des biens de consommation, soit une tendance à répéter le même modèle, mais avec des touches de variation permettant de produire des gammes de produits à la fois similaires et différents. La série se définit ainsi comme une « formule » narratologique avec ses stéréotypes et ses codes, favorisant la création de récits qui paraissent simultanément nouveaux et familiers, de telle sorte que l'audience se trouve toujours en terrain connu même lorsque l'histoire est inédite. Les stratégies transmédia matérialisent cette logique à plusieurs niveaux, puisqu'il s'agit de créer des versions médiatiques qui se renvoient les unes aux autres de manière intertextuelle, de sorte à former un tout cohérent, mais sans ordre particulier d'entrée dans celui-ci. En effet, chaque version doit pouvoir s'apprécier pour elle-même. L'encouragement à expérimenter un même univers narratif sous ses diverses incarnations se base alors sur l'idée d'une plongée plus profonde et intense dans celui-ci. Le re-conditionnement, en tant qu'application partielle de la logique transmédia, s'inscrit dans cette logique, mais dans le sens de la prolongation de la vie d'une version médiatique de flot dans le domaine des marchandises culturelles.

Le résumé de l'histoire du développement des industries japonaises du divertissement audiovisuel souligne l'importance du rôle des processus de sérialisation à divers niveaux: contenus, contenants et mêmes dans la constitution d'univers narratifs. Mais, alors que dans les industries américaines et européennes, ce sont les scénarios qui constituent les bases de ces univers, au Japon, ce sont des personnages que l'on transpose dans plusieurs cadres narratologiques et secteurs médiatiques. Dans cette optique, le numérique facilite encore le processus transmédiatique, notamment entre les jeux vidéo, qui soumettent les personnages au contrôle du joueur, et les versions animées ou imprimées de ces récits, offrant une autre forme de plongée dans leur univers. Mais, l'accent sur les héros de ces récits favorise aussi un corolaire de la logique de sérialisation, celle de la collection. Or, le re-conditionnement en DVD des *animes*, dont la majorité n'est jamais diffusée sur les chaînes européennes, inscrit d'emblée ces séries TV dans le domaine des marchandises culturelles, au même titre que les *mangas* ou les jeux vidéo, et même, éventuellement, les autres produits dérivés, comme les figurines. La recommandation commerciale sous-jacente est bien la collection ou du moins

l'accumulation de toutes ces versions de manière à reconstituer chez soi ces univers narratifs de manière aussi exhaustive que possible.

La partie qui suit décrit les résultats d'une étude de terrain menée sur le Web afin de recueillir et d'analyser les discours de divers publics d'*animes* et usagers des différents modes d'accès à ces séries, et particulièrement de leurs éditions DVD. Ce deuxième volet de la thèse vise à évaluer dans quelle mesure les auteurs de ces commentaires considèrent les *animes* importés en Europe comme des produits autonomes de leur contexte médiatico-culturel, les traitant soit comme des « œuvres télévisuelles » ou plutôt comme des « œuvres audiovisuelles » à part entière, au même titre qu'une œuvre cinématographique.

2ème Partie :

A la recherche de la ciné-vidéophilie chez les amateurs d'*animes*

Chapitre 4 : Description de la méthodologie

1. Angles d'approche thématique de la réception des *animes* en Europe

1.1. Les trois axes d'analyse des pratiques de ciné-vidéophilie en fonction des modalités d'audienciation, d'accès aux *animes* et d'usages des DVD

Le déroulement de cette étude s'inscrit dans un cadre théorique issu des sciences de l'information et de la communication (SIC) ainsi que dans un contexte industriel caractérisé par la domination du « modèle synergique » (dans le sens où l'entend Marco Pellitteri, 2010, cf. Chapitre 3, 1.4. La série et les stratégies transmédia), centré sur des pratiques transmédia transnationales, consistant à non seulement décliner le même univers narratif en de multiples produits, mais aussi à les commercialiser sur divers canaux médiatiques. Les amateurs de ces récits sont donc confrontés à la fois à un grand choix de versions narratives et en même temps, à des limitations d'accès liées à la situation de leurs marchés nationaux, du moins telle que perçue par les acteurs industriels, qui décident sur cette base de proposer tel ou tel contenu sous telle ou telle forme. Comme on l'a vu au chapitre précédent, la très grande majorité des *animes* diffusés aujourd'hui à la télévision passent sur des chaînes thématiques privées, distribuées par des câblo-opérateurs en analogique et en numérique. De plus, leur choix se limite généralement ayant rencontré un succès international et à des séries clairement destinées à des enfants entre 7 et 12 ans. Certes, des chaînes comme MTV ou Canal+ s'aventurent parfois à proposer des contenus pour des audiences plus âgées, mais il s'agit de programmations aléatoires et ponctuelles. Ainsi, depuis le début des années 2000, les divers publics actuels de ces séries, qu'ils aient grandi avec dans leur enfant ou qu'ils soient encore jeunes, et qui désirent expérimenter une certaine diversité de récits, ont le choix entre quatre modes d'accès : le DVD, les VCD pirates importés d'Asie ainsi que les téléchargements illégaux sur Internet, et depuis 2009, des services de vidéo à la demande proposés par certains éditeurs européens d'*animes*, comme Kazeplay et KZTV[351] de Kaze. Ces derniers services sont disponibles soit directement sur le site Web de la société, soit par l'intermédiaire de fournisseurs d'accès à Internet proposant l'ensemble des services de télécommunication grâce

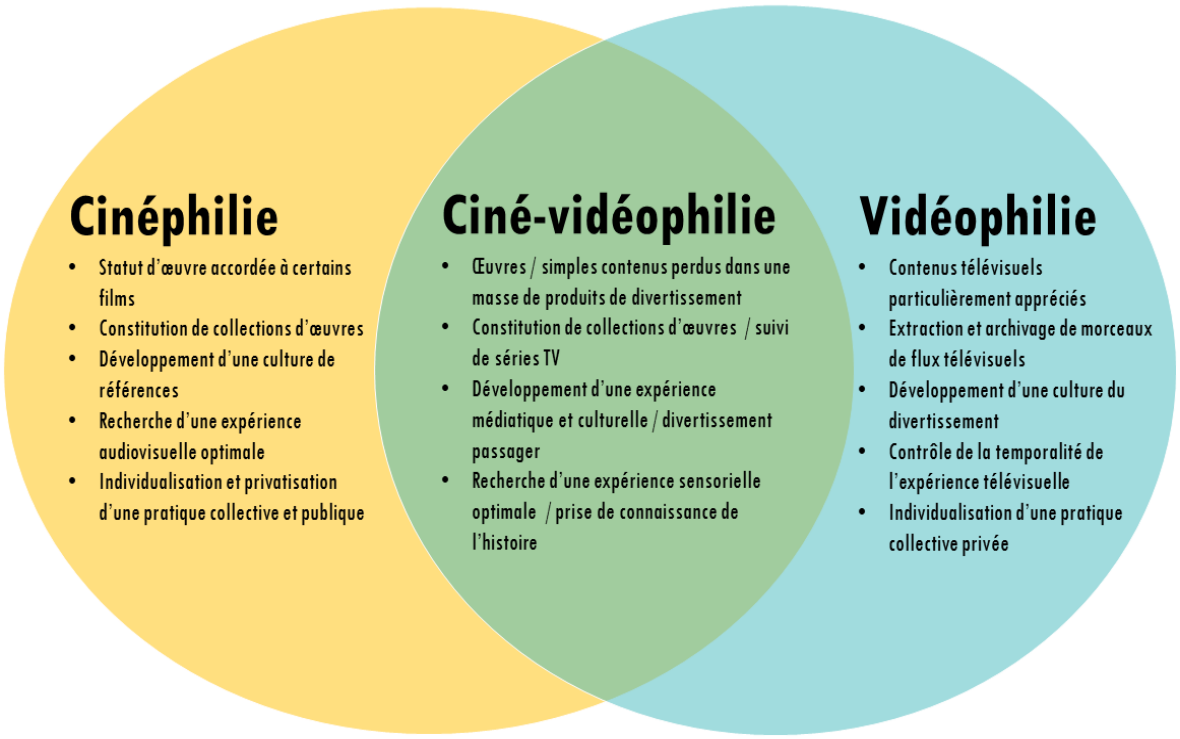
[351] http://kzplay.kaze.fr/ et http://kztv.fr/

à un boîtier connectant le téléphone, l'ADSL et la télévision au câble (*triple play*). D'autres éditeurs, comme Dybex, proposent aussi les séries de leurs catalogues en *streaming* sur leur propre canal en-ligne, avant ou au moment de les vendre en DVD[352]. Cependant, le DVD reste le moyen légal le plus répandu d'accéder aux *animes*, dans la mesure où les chaînes de télévision câblées, analogiques ou numériques, ne sont pas disponibles pour tous et les services de vidéos à la demande ou de simulcast restent souvent limités au territoire national où se situe le prestataire de service, pour des raisons de droits de distribution. Il apparaît ainsi que l'étude de la réception des *animes* doit se déployer sur deux plans : l'un concernant l'audienciation vis-à-vis des univers narratifs dont ils sont une incarnation médiatique spécifique, aux côtés d'autres versions et produits dérivés, le deuxième portant sur les usages des technologies de livraison qui permettent leur circulation.

Cette double approche vise à éclairer la manière dont s'articulent les divers éléments de l'hypothèse de ce travail, à savoir l'encouragement par l'industrie du divertissement audiovisuel de ce que l'on pourrait qualifier de ciné-vidéophilie.

[352] Canal de "simulcast" de Dybex : http://www.dailymotion.com/dybex#video=x148ldb.

Figure 4: Schéma décrivant les principales caractéristiques de la ciné-vidéophilie suivant l'hypothèse de départ (conçu par l'auteur).



Comme l'illustre la Figure 4 ci-dessus, la ciné-vidéophilie est conçue comme un mélange de pratiques de cinéphilie et de vidéophilie. Ainsi, grâce au soin particulier apporté au re-conditionnement de ces séries par les sociétés d'éditions de DVD, elles peuvent acquérir un nouveau statut, celui d'œuvres à collectionner. Les analyses proposées dans cette partie de la thèse visent à évaluer les articulations entre des pratiques de vidéophilie et de cinéphilie telles qu'elles s'expriment dans le cadre du suivi des *animes* par leurs amateurs, notamment lorsqu'ils ont recours au DVD. Afin d'étudier la manière dont ces postures s'expriment, il a été décidé de procéder à une analyse thématique du contenu des commentaires recueillis sur divers sites Web, selon les trois axes:

1. Les propos concernant l'audienciation par rapport à ces univers narratifs sérialisés produits par l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel (axe X).
2. Les propos portant sur les divers modes d'accès aux *animes* sélectionnés pour cette étude, notamment la télévision, le visionnement sur le Web, le téléchargement (légal ou illégal) et les supports vidéographiques (légaux ou illégaux) (axe Y).
3. Les propos sur l'évaluation du reconditionnement d'*animes* en produits DVD (axe Z).

Le premier axe (X) d'analyse cherche à faire ressortir les modalités spécifiques d'audienciation des amateurs d'univers narratifs sérialisés issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel. Il s'agit notamment de répondre à la question suivante: Dans quelle mesure les auteurs des commentaires recueillis considèrent-ils les *animes* comme des œuvres, voire comme des émanations d'une culture spécifique digne d'intérêt (cinéphilie) ou comme de simples produits de divertissement plus ou moins éphémères et perdus au milieu d'une masse d'autres produits à la durée de vie toute aussi courte (vidéophilie)? En Europe, comme on l'a vu précédemment, les *mangas* et les *animes* constituent les principales déclinaisons de ces séries, même si les jeux vidéo ne sont pas à négliger non plus.

Pour préciser les divers aspects de ce processus d'audienciation, cet axe est décliné en trois sous-catégories thématiques. En premier lieu, seront abordés les thèmes portant sur les spécificités liées à l'origine culturelle de cette industrie et manifestant une certaine connaissance de celle-ci (x). Ensuite, il importe de comprendre quelle est la position accordée à l'*anime* dans l'expérience de ces univers narratifs par rapport aux autres versions de celui-ci, dans une perspective transmédia (xx). Enfin, la question de la conception du DVD est traitée dans le cadre spécifique du suivi des *animes* pour éclairer la manière dont il est intégré dans le processus d'audienciation, notamment dans le sens d'une accumulation d'épisodes ou d'une archive audiovisuelle (xxx). En d'autres termes, il s'agit de voir si les amateurs d'*animes* le considère comme une extension de l'expérience télévisuelle ou, au contraire, comme un moyen de rompre avec elle.

Le deuxième axe (Y) de cette analyse thématique sert à rendre compte de la manière dont les auteurs des commentaires recueillis accèdent aux *animes* et quelle est la place qu'ils attribuent aux divers canaux médiatiques dans leur expérience de ces récits. En effet, dans le cadre de la réception de séries TV produites à l'étranger, selon des modalités commerciales qui ne recoupent pas forcément celles des pays qui les ont importées, émergent diverses questions liées à la temporalité de la diffusion et de la distribution, mais aussi à la qualité de l'édition et de l'adaptation de ces séries par les acteurs industriels. Dans l'oscillation actuelle des modèles économiques de l'industrie du divertissement audiovisuel, entre flux de diffusion et marchandises à distribuer, émergent alors les atermoiements entre logique d'accès et logique de possession. Cet axe devrait permettre de répondre à cette question: Dans quelle mesure les adeptes des *animes* cherchent-ils à contrôler et individualiser leur expérience de produits télévisuels initialement conçus comme des programmes destinés à un rituel collectif, bien que privé, et soumis à un contrôle institutionnel? Désirent-ils une expérience audiovisuelle

optimale (cinéphilie) ou bien uniquement à prendre connaissance le plus rapidement possible de la suite d'un *anime* (vidéophilie)?

Tout comme l'axe sur l'audienciation, celui-ci est également décliné en trois sous-catégories thématiques visant à rendre plus explicites certains éléments-clés des moyens d'accès, notamment l'articulation entre le suivi d'une série TV dans une certaine temporalité et les conditions techniques de ces expériences. La première porte sur les modalités matérielles et commerciales d'importation des *animes* dans les régions francophones et germanophones (y). Il s'agit de voir quels sont les canaux et dispositifs médiatiques utilisés pour suivre des *animes* et quels sont les critères ainsi que les contraintes technologiques et financières d'utilisation. La seconde sous-catégorie (yy) aborde la question de la qualité du rendu audiovisuel des divers dispositifs de visionnement ainsi que de la transition de ces séries sur des supports vidéographiques, soit une manifestation de ciné-vidéophilie focalisée sur l'aspect technique de l'immersion sensorielle. Enfin, il importe aussi de rendre compte des difficultés de traduction de séries TV produites pour un marché particulier et qu'il faut adapter aux audiences d'autres pays. La troisième sous-catégorie (yyy) concerne ainsi la manière dont les internautes se représentent les modalités éditoriales des traductions, sous forme de doublage ou de sous-titrage. Cet axe analytique devrait notamment faire ressortir les discours sur le lien entre la diffusion télévisuelle et la distribution en vidéo qui traverse particulièrement l'histoire des *animes* en Europe ces vingt dernières années.

Finalement, le troisième axe (Z) se concentre sur les thèmes portant sur la réaction des amateurs d'*animes* à la manière dont les éditeurs de DVD traitent ces séries. Il vise à répondre à la question suivante: Les amateurs conçoivent-ils le DVD comme un moyen d'élever les *animes* au statut d'œuvre audiovisuelle de valeur (cinéphilie) ou à celui d'œuvre télévisuelle, sous la forme d'une extension digitale de la VHS au domaine des séries TV (vidéophilie)?

Cet axe est abordé selon trois sous-catégories thématiques. D'une part, sont recensés les éléments d'évaluation des éditions DVD choisies pour chaque *anime* (z), en référence notamment aux discours courants sur les apports spécifiques de cette technologie de livraison, comme par exemple l'espace accru de stockage de contenus, la présence d' "extras", désignés ici par les expressions de contenus additionnels (audiovisuels uniquement) et de suppléments matériels (lorsqu'il s'agit d'objets physiques accompagnant le DVD, tels que des brochures, des cartes, des morceaux de pellicules, des t-shirts, etc.), les choix des langues ou encore l'exhaustivité de l'édition proposée. Bref, tout ce qui permet aux éditeurs de re-conditionner le

contenu d'un programme télévisuel en une marchandise culturelle, voir en objet de collection. Les discours d'accompagnement de la commercialisation du DVD ayant beaucoup mis en avant la capacité de son support, le disque optique, à rendre fidèlement la qualité audiovisuelle originale, une deuxième sous-catégorie thématique (zz) regroupe les éléments de commentaires concernant le travail des éditeurs sur l'image, le son et les sous-titres. Elle devrait ainsi permettre de faire émerger le paradoxe consistant à proposer une expérience audiovisuelle de haute qualité pour des produits initialement conçus pour des dispositifs aux capacités techniques médiocres, du moins en comparaison avec ceux des salles obscures. Finalement, la question du contrôle et de la personnalisation de l'expérience faisant partie intégrante de la conception actuelle des outils numériques, l'analyse se penche aussi sur les thèmes manifestant les perceptions qu'ont les internautes de l'interface du DVD et leur évaluation de sa maniabilité (zzz).

2. Sélection et compilation du corpus d'analyse

2.1. Sélection des sites Web

L'hypothèse suppose des comportements hybrides et s'étalant donc sur une palette continue de nuances combinant cinéphilie et vidéophilie. Pour décrire les diverses pratiques qui résultent de la confrontation entre les compétences techniques ainsi que les contraintes socio-culturelles des amateurs d'*animes* et les stratégies transmédia des acteurs industriels, il a été décidé d'étudier les commentaires des internautes sur des sites Web s'adressant à différents types de publics et d'usagers. Comme on l'a vu dans l'introduction, cette méthode offre l'avantage d'un accès à des discours non-conditionnés par le chercheur, quoique néanmoins contraints par le contexte d'énonciation.

La tentation était forte de ne s'intéresser qu'aux amateurs les plus assidus d'*animes*, qui sont aussi souvent des usagers enthousiastes des nouvelles technologies, notamment du fait justement de la rareté de ces séries sur les chaînes généralistes et de la pauvreté de leur choix sur les chaînes thématiques, généralement limitées à des audiences enfantines âgées entre 7 et 12 ans. Cette approche aurait alors généré un biais évident en faveur d'un groupe socio-culturel et technophile certes assez voyant mais aussi relativement restreint, ce qui aurait limité encore plus la portée de ce travail, les *animes* constituant de toute manière un marché de niche. Cette méthode ayant déjà le désavantage de ne pas inclure les publics d'*animes* les plus jeunes qui s'expriment rarement sur le Web, il s'agissait alors d'élargir le spectre des analyses au-delà des

"fans" des produits issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, afin d'y inclure divers types d'approches des *animes*, notamment celles qui se focalisent plus sur l'aspect technique de l'expérience ou, au contraire, l'ignorent beaucoup plus pour se concentrer sur des univers narratifs considérés comme multiformes. Il n'est donc pas possible de se limiter aux sites regroupant uniquement les amateurs d'*anime*, ou même de DVD d'*animes*, les plus constants. Pour accéder à une plus large palette de modalités d'audienciation et d'usage, il a été décidé de réaliser ce terrain sur des sites s'adressant à des publics plus ou moins spécialisés soit sur l'aspect technique, soit sur les récits à la base de ces séries. Ces sites sont classés selon leur fonction (vente, magazine, forum, critique) et les objets concernés. Les sites sélectionnés portent ainsi soit sur le produit DVD d'*anime*, soit sur la technologie DVD, soit sur l'*anime* spécifiquement et visent alternativement des publics d'*animes* plus ou moins assidus et des usagers de DVD à la recherche d'une expérience audiovisuelle spécifique. Dans la mesure du possible, un nombre équivalent de sites Web de chaque catégorie a été sélectionné en allemand et en français.

Pour la première catégorie, les sites de commerce de détail, les portails d'Amazon et de la FNAC ont été choisis. Amazon, un des plus grands sites en ligne dans ce domaine commercial, constitue une adresse importante où se procurer des DVD d'*animes*, et cela, aussi bien pour les francophones que pour les germanophones. La FNAC occupe une position similaire, mais absente dans les pays germaniques. En effet, il s'agit de la plus grande enseigne de vente de biens culturels et de loisirs en France. Les deux s'adressent à un public de masse, mais tentent de cibler les divers segments qui le constituent en proposant une immense palette de produits. Les clients qui fréquentent les sites de ces deux entreprises peuvent aussi bien être des fans d'*animes*, que des amateurs occasionnels, voir simplement des membres de ce que l'on appelle le grand public. En effet, naviguer dans de tels portails revient un peu à flâner dans un supermarché et il est possible de mettre dans un même panier un CD de musique, un livre, un logiciel informatique et chez Amazon, des habits pour bébé, un bracelet et une pochette pour son téléphone portable. Les DVD d'*animes* ne constituent donc que des produits parmi tant d'autres et ceux qui les achètent, des clients parmi tant d'autres. Cependant, ces sites tentent de les circonscrire au mieux, navigant entre des références d'initiés et d'autres plus communes au grand public notamment dans la formulation des catégories de genres.

Les sites de vente de CD/DVD regroupent des magasins spécialisés dans les produits éditoriaux audiovisuels, à savoir essentiellement la musique enregistrée, les films et les séries en vidéo, ainsi que les jeux vidéo pour les consoles et les ordinateurs. Le secteur de leur

commerce étant plus étroit, il en va de même pour les publics visés. Les internautes qui se rendent sur ces sites le font dans l'optique d'acheter spécifiquement des contenus audiovisuels enregistrés. Cependant, en termes d'audienciation, les visiteurs peuvent se révéler tout aussi diversifiés que dans les sites de commerce de détail. Les particularités des sites, CEDE.ch et WOG.ch résident dans leur localisation en Suisse, signalée clairement par l'usage de l'extension « .ch » dans leur adresse électronique. Cependant, de même que les sites de la FNAC ou d'Amazon ne s'adressent pas uniquement aux internautes français ou allemands, rien n'empêche ces entreprises de vendre leurs produits à des internautes des pays voisins. Néanmoins, on peut supposer que la plupart de leurs clients sont suisses, dans la mesure où les Allemands et les Français disposent de leurs propres enseignes avec des modalités de paiement, des délais et des frais de livraison plus adaptés à leurs bourses, et à moins que l'un ou l'autre des produits qu'ils cherchent ne soient pas disponibles dans leurs pays, ils n'ont donc pas de raison particulière de s'adresser à des magasins électroniques suisses, basés en Suisse et pratiquant des prix suisses (10 %-30 % plus élevés que dans l'Union Européenne).

Pour rencontrer un public plus ciblé, il vaut la peine de s'intéresser à une troisième catégorie de sites Web, les sites spécialisés dans la vente de produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel. Ces enseignes s'adressent explicitement aux connaisseurs de ces univers narratifs en se présentant comme des magasins entièrement consacrés à ce domaine. Leurs sites mettent généralement en valeur la nature multiforme de ces récits en proposant une palette aussi exhaustive que possible des divers produits audiovisuels et imprimés en lien avec chaque série. Les personnes qui s'y rendent le font dans le but explicite d'acheter ce type de produit et savent généralement ce qu'ils veulent. Néanmoins, il peut exister des différences dans leurs modalités d'accès aux *animes* et leurs usages du DVD.

En France, le magazine *Animeland* s'est imposé au cours des années comme un prescripteur d'opinion d'importance pour les amateurs de produits du divertissement audiovisuel japonais. Son site, qui offre une extension électronique très riche de sa publication papier, propose des évaluations pour une grande partie des *mangas* et des DVD d'*animes* qui sont édités en langue française. Mettant une plate-forme de réaction à disposition des membres inscrits, ce site permet une juxtaposition, voire une interaction, entre les discours des rédacteurs du site et des lecteurs inscrits. Il est donc intéressant de voir quel type d'audienciation et d'usages sont préconisés sur le portail de cette publication, qui, si elle s'adresse en premier lieu aux fans, tente aussi d'attirer des publics moins initiés.

Dans le domaine germanophone, il n'existe malheureusement pas d'équivalent à *Animeland*, du moins pour ce qui est d'une extension Web. En effet, les magazines spécialisés dans le divertissement populaire japonais ne manquent pas, au contraire. Ils sont même plus nombreux que du côté francophone. Mais, aucun ne propose des sites Web d'évaluation aussi systématiques et spécifiques des DVD d'*animes* édités en allemand, ni même la possibilité pour des fans de proposer ce genre de critiques. Pour trouver de tels discours, il faut se tourner vers des forums spécialisés, dont le plus grand se trouve hébergé sur la plate-forme communautaire Animexx.de, regroupant plus de 110'000 membres, dont les 90 % vivent en Allemagne, en Autriche, au Lichtenstein et en Suisse alémanique. Ce portail germanique prétend couvrir l'ensemble des activités et pratiques imaginables autour des univers narratifs issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, allant du simple suivi des *animes* diffusés sur les chaînes de TV germanophones au partage de contenus réalisés par les fans, en passant par des discussions endiablées sur tout ce qui concerne ces univers dans de multiples forums et chats. Les forums concernant spécifiquement les DVD d'*animes* sont lancés par une critique proposée par un des membres ou un des coordinateurs de la communauté, puis alimentés par les autres membres qui viennent ajouter leurs opinions.

Alors que sur le site d'*Animeland*, les lecteurs inscrits ne prennent finalement que très peu la parole pour répondre aux évaluations de DVD d'*animes* proposées par la rédaction, sur le site d'Animexx.de, les membres participent très activement et certains DVD recueillent plusieurs dizaines de commentaires différents. De fait, les discours de ces deux plates-forme ne sont comparables que dans la mesure où l'on peut considérer que les rédacteurs/animateurs de ces sites se positionnent en fans de ces produits, au même titre que les autres membres.

Dans les quatre premières catégories de site, le produit DVD d'*anime* constitue le sujet sur lequel s'expriment les internautes, même s'il leur arrive parfois de faire complètement abstraction de la technologie que représente le DVD, voir même de sa nature de produit, pour se concentrer uniquement sur le récit. Mais, le plus souvent, les internautes y expriment une expérience dans laquelle le DVD tient forcément une place importante. Pour avoir une idée un peu plus précise de la manière dont les amateurs d'*animes* se positionnent par rapport aux diverses versions de ces univers narratifs et les multiples possibilités d'y accéder (diffusion/distribution TV, téléchargement/flux électronique, légal ou illégal, autres supports électroniques plus ou moins légaux, comme les VCD), il a été décidé d'étendre le terrain à des sites concernant les *animes* en général. Les sites d'évaluation d'*animes* par des membres inscrits sur ces plates-forme, tels qu'Anime-kun, Animeka, Animexx.de et Anisearch.de,

représentent de bons lieux pour recueillir des discours, normalement d'abord axés sur les récits, afin de voir quelles sont les modalités de suivi qui sont signalées par ces personnes et l'importance qu'elles accordent au DVD dans leurs expériences.

Les deux dernières catégories constituent un renversement de perspective. Plutôt que de partir d'un produit DVD d'*anime*, dont il est possible d'ignorer les questions techniques, ou des *animes* eux-mêmes, ce qui permet parfois de simplement même faire l'impasse sur les questions de circulation médiatique, les sites de critiques de DVD, Excessif.com, DVDCritiques.com et Digitaldvd.de, mettent l'accent sur la question de l'expérience audiovisuelle que peut offrir cette technologie de livraison vidéo numérique. Comme il s'agit essentiellement de sites d'information à des internautes cherchant à obtenir des produits dont la qualité technique rend justice au contenu, les discours recueillis ont été publiés par des membres de la rédaction de ces sites. L'analyse de ces discours vise à voir ce que ces gens pensent que le DVD, en tant que technologie, peut amener à l'expérience des *animes*. Le site francophone et le site germanophone de critique de DVD d'*animes*, Animedvd.net et Animeaufdvd.com, ont en commun de donner la parole à des membres de la rédaction de chacun de ces deux sites, qui sont à la fois des fans d'*animes* et des usagers avertis de DVD. L'analyse de leurs évaluations devraient ainsi permettre de voir quelles attentes des fans d'*animes* disposant de bonnes connaissances technologiques peuvent exprimer.

2.2. Choix des *animes* et des éditions DVD

2.2.1. Les critères de sélection

Outre le choix des sites Web, il a aussi naturellement fallu choisir les *animes* pour lesquels des commentaires seraient recueillis. L'autre difficulté résidait dans le nombre d'*animes* à sélectionner. Comme on l'a vu dans les chapitres précédents, les univers narratifs qui constituent le matériel de base pour les *animes* s'adressent à des publics japonais conçus prioritairement en fonction de leur sexe et de leur âge. De plus, ces catégories peuvent être également subdivisées en sous-genres. Du fait des conceptions occidentales sur l'animation, la plupart des séries importées du Japon dans les années 80 relevaient des catégories destinées aux adolescents entre 9 et 15 ans, soit le *shôjo*, pour les filles et le *shônen*, pour les garçons. Par la suite, elles ont été privilégiées par les acteurs industriels au niveau global, ainsi qu'en témoigne la commercialisation intensive de franchises comme *Pokémon* ou *Naruto*. Pourtant, l'industrie japonaise du divertissement s'est véritablement saisie de tous les genres de récits possibles et imaginables, en inventant aussi quelques-uns, tel que le *mecha*, des histoires

mettant en scène des robots ou des armures mécaniques, ou le *maho-shojo*, les "filles magiques", soit des séries racontant les exploits de petites filles ou d'adolescentes dotées de pouvoirs surnaturels. Les maisons d'édition de DVD spécialisées dans l'animation japonaise, généralement dirigées par des passionnés, offrent depuis une dizaine d'années un choix plus diversifié, mais dans lequel les deux premières catégories dominent encore largement.

On perçoit, là, les effets de la fragmentation qui se manifeste aussi parmi les publics de ces univers narratifs et la tentative de l'industrie de satisfaire un grand nombre d'audiences de niche tout en essayant de les réunir. Cette tendance à un découpage fin, qui constitue l'un des éléments majeurs de la toile de fond sur laquelle se déroule cette étude, en représente aussi une des principales difficultés. L'objectif de la thèse portant sur les discours liés aux pratiques de suivi de séries TV et aux usages des divers dispositifs techniques pour y accéder, plutôt que sur la réception stricto sensu de ces récits sérialisés en tant que textes, il a été décidé de privilégier les plus susceptibles de générer un certain nombre de commentaires et il s'agissait naturellement de ceux ayant rencontré le plus grand écho.

Parmi les séries sélectionnées, certaines sont considérées comme « cultes » par les magazines spécialisés, les éditeurs de DVD et les animateurs ainsi que les membres des plates-formes pour fans, notamment *Neon Genesis Evangelion, Elfen Lied* ou *Cowboy Bebop*, d'autres plutôt comme des "*blockbusters*" internationaux, tels que *Naruto, One Piece, Bleach* ou *Pokémon*. Les *animes* dits "classiques" sont aussi susceptibles de recueillir un certain nombre de commentaires sur les divers sites Web sélectionnés. Par "classiques", sont entendues les séries qui ont obtenu un succès conséquent lors de leur diffusion à la télévision entre 1970 et 1990 et sont perçus comme déterminants pour une génération. Cependant, cette catégorie dans le domaine francophone ne regroupe pas forcément les mêmes que dans le domaine germanophone. Ainsi, des séries comme *Cat's Eye*, *Les chevaliers du zodiaque* (*Saint Seiya*), *Lady Oscar, Ken le survivant, Albator 84* sont considérés comme des classiques des années 1980 dans le domaine francophone, tandis que du côté allemand, on trouve plutôt des titres comme *Ranma*$^{1/2}$, *Mobile Suit Gundam*, *Dragon Ball Z*, lesquels datent des années 1990. Les "classiques" plus récents, par contre, ont tendance à se retrouver dans les deux aires culturelles: *xXxholic, Chobits, Vampire Knight*, reflétant l'importance de quelques acteurs éditoriaux au niveau européen, comme Kaze et Dybex, qui vendent leurs produits aussi bien sur les marchés francophones que germanophones. De plus, eu égard à la plus grande ancienneté de la diffusion des *animes* dans l'espace médiatique français, le choix d'*animes* connus du public francophone était aussi plus large. Il en va ainsi des séries comme *Nana*,

Fruits Basket, *Ghost in the Shell - Stand Alone Complex*. Ensuite, à cause d'un autre aspect central du cadre de ce travail, à savoir les modèles synergique et super-synergique ainsi que la capacité de certaines de ces séries à circuler mondialement et à obtenir un succès sur divers marchés, caractérisés par des contextes socio-culturels et technologiques différents, il a été décidé d'inclure quelques séries particulièrement "globalisées" et exploitées dans une optique clairement transmédia. C'est ainsi qu'ont été incluses les séries suivantes: *Naruto*, *Bleach*, *One Piece*, *Pokémon*, *Dragon Ball*, *Dragon Ball Z* et *Death Note*.

Certains titres ont aussi été sélectionnés non seulement pour leur reconnaissance assez large, mais aussi parce qu'ils sont issus de studios ou d'auteurs qui ont réussi à se faire connaître des amateurs d'*animes* européens, tels que le studio *Gainax*, créateur non seulement du mythique *Neon Genesis Evangelion*, mais aussi de *Mahoromatic* et de *FLCL*. Les jeunes femmes du studio CLAMP sont aussi assez réputées. Elles sont à l'origine non seulement de *Cardcaptor Sakura*, *xXxholic* et de *Chobits*, mais aussi de *Tsubasa Reservoir Chronicle* et de *Code Geass: Lelouche of the Rebellion*. Leur cas est particulièrement intéressant, car à l'instar d'autres auteurs fameux, comme Osamu Tezuka ou Leiji Matsumoto (auteur du *manga* à l'origine de l'*anime Albator 84*), elles ont créé un monde imaginaire dans lequel les personnages sont récurrents d'un récit à l'autre. Cela leur permet de constituer un univers fictifs à partir d'histoires variées, mais reliées entre elles par ces passerelles.

Finalement, quelques séries ont été suggérées par des amateurs d'*animes* avec lequel des contacts avaient été établis au cours de la recherche préliminaire pour ce travail. C'est ainsi que les titres suivants ont également été sélectionnés: *Larme Ultime*, *Murder Princess*, *Rave Master*, *Princess Princess*, *Le portrait de Petit Cossette*, *Die Zwölf Königsreiche*, *Ouran High School Host Club* et *Fullmetal Alchemist*. En tout, ce sont donc 38 titres différents qui ont été choisis et pour lesquels des commentaires ont été recueillis sur divers sites. Leur liste complète se trouve en annexe.

2.2.2. La question des éditions DVD et de la comparaison entre *animes*

Une fois cette sélection opérée, un autre problème a émergé : celui du choix de l'édition à analyser pour chaque *anime*. En effet, il existe pour certaines séries, surtout les plus populaires, plusieurs éditions DVD. Comme on l'a vu au chapitre 3, au début des années 2000, les éditeurs fonctionnaient selon un système de double, voire de triple sorties vidéographiques pour le même *anime*. La première édition, souvent dite "simple", consistait en une parution régulière de volumes à l'unité, soit un DVD contenant entre 4 et 6 épisodes. La seconde, en

"coffret", devait proposer plusieurs DVD en même temps, comprenant, par exemple, une saison entière de la série. Enfin, dans un troisième temps, l'éditeur pouvait sortir une édition dite "Collector" ou "Premium", souvent en un ou deux coffrets, comprenant non seulement l'intégralité de la série, mais aussi des contenus additionnels plus ou moins substantiels. Depuis 2008, les éditions à l'unité ont totalement disparu, mais les éditeurs continuent à proposer au moins deux éditions successives des séries marchant le mieux: une édition dite "simple", comprenant essentiellement l'intégral de la série, avec un choix de langues limité, en un ou deux coffrets, et quelques contenus additionnels sommaires; puis une édition "Collector", en aussi peu de coffrets que possible, mais avec un large choix de contenus annexes et de pistes audio ainsi que de sous-titres. Enfin, depuis 2010, dans le cas de plus en plus fréquent où la série ne dépasse pas 30 épisodes, les éditeurs ne sortent plus qu'une seule édition, complète, intégrale et parfois "Collector". Du coup, s'est naturellement posé la question de la prise en compte de l'ensemble des éditions DVD d'un *anime* ou seulement de l'une d'entre elles. Finalement, pour des raisons de temps et d'espace, il a été décidé de n'analyser les discours que pour une seule édition de chaque série, soit celle qui recueillait le plus de commentaires, généralement, la "Collector" pour le corpus francophone, et les "simples" pour le corpus germanophone. C'est en effet une des grandes différences entre les deux corpus : les éditeurs pour le marché germanique semblent privilégier un coût aussi bas que possible pour leurs produits, alors que du côté des Français, ils n'hésitent pas à sortir des produits plus luxueux, parfois comme seule et unique édition.

Enfin, un autre problème a alors émergé. En effet, tous les sites ne proposaient pas forcément des pages concernant chacun de ces *animes* ou leurs éditions DVD. De plus, même quand c'était le cas, toutes les pages n'ont pas non plus recueilli des commentaires. Alors qu'il était initialement prévu de comparer les discours des commentaires sur les divers sites Web pour chaque *anime*, voire une même édition DVD par *anime*, cela s'est avéré impossible. Il a donc été décidé de ne les utiliser que dans une approche statistique, plutôt que qualitative, et de se concentrer sur l'importance quantitative prise par certains discours par rapport à d'autres, sans forcément les mettre en relation avec la carrière commerciale spécifique de chaque *anime*. En d'autres termes, aucune comparaison n'est réalisée entre *animes*. Seuls sont pris en compte les discours émanant des commentaires en fonction des trois axes de la grille de lecture évoquée plus haut. Le contexte de production et d'exportation de certains *animes* sont parfois aussi inclus dans les interprétations des résultats, mais de manière générale, les discours sont abordés pour eux-mêmes et non pas forcément en fonction de la série sur laquelle ils portent.

2.3. Traitement des commentaires et des thèmes

La moisson de commentaires sur les dix-sept sites Web sélectionnés pour cette étude a été fructueuse dans son ensemble, même s'il n'a pas été possible d'obtenir le même nombre de données pour le corpus francophone et le corpus germanophone. En tout, 2571 commentaires ont été recueillis concernant les 38 *animes* (54 produits DVD : 31 pour le corpus francophone et 23 pour le corpus germanophone) de cette recherche, mais seuls 1445 ont été retenus pour les analyses, les 1126 restant ne comportant aucun thème en relation avec les axes d'analyse décrits plus haut. En effet, soit ils étaient trop courts pour que l'on puisse en tirer quoi que ce soit, se contentant d'un jugement positif ou négatif sur la qualité générale de l'*anime* (« A voir absolument! », « Complètement nul! », etc.), soit ils traitaient d'aspects n'entrant pas en ligne de compte dans le sujet de cette étude. Il faut aussi noter que cette sélection a fortement réduit les parts des corpus retenus des sites suisses de vente de CD/DVD et des sites spécialisés dans la vente de produits issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, ce qui a rendu difficile l'interprétation des résultats de l'analyse de ces données. Une bonne partie de ces commentaires proposaient des résumés des récits ou manifestaient le plaisir ou déplaisir éprouvé au sujet du déroulement du scénario. Si ces éléments font certes partie du processus de réception, ils n'aident pas vraiment à comprendre la perception que les auteurs de ces commentaires développent du processus de re-conditionnement de ces séries TV en marchandises culturelles. Cependant, il vaut la peine de remarquer que pour nombre d'amateurs d'*animes*, c'est justement avant tout le récit de ces *animes* qui constitue le principal axe d'audienciation, du moins c'est celui qu'ils mettent particulièrement en avant sur les sites Web étudiés. Et s'il semble peu surprenant que la plupart des commentaires laissés de côté proviennent des sites de critique d'*animes*, puisque ceux-ci encouragent particulièrement des commentaires sur ces séries TV en tant que récits et enjoignent donc indirectement les participants à faire des résumés de ces histoires et à dire ce qui leur a plu ou déplu, il est plus étonnant de constater que certains clients de site de vente de CD/DVD et de DVD d'*animes* ne manifestent aucune préoccupation apparente au sujet du DVD et de la qualité du travail des éditeurs.

Les commentaires ont été recueillis tels quels, sans aucune modification du langage utilisé par leurs auteurs, ni aucune correction orthographique ou grammaticale. Les thèmes énoncés correspondent à des morceaux de commentaires ou « unités de commentaires », comme nous les avons appelés, et ont été codés et classés en fonction des trois axes (X, Y, Z) et des sous-

catégories auxquelles ils sont liés[353]. Le découpage des commentaires en unités de commentaires, auxquelles un thème a été attribué a généré un corpus total de 3995 unités (1730 pour le corpus francophone, 2265 pour le corpus germanophone), classées dans des tableaux Excel.

Tableau 1: Nombre de commentaires recueillis et retenus pour l'analyse de contenu par types de site Web pour l'ensemble du corpus (FR + Alld)

Type de site Web	Nombre de commentaires receuillis	Nombre de commentaires retenus	Pourcentage de commentaires retenus
Sites de vente de détail	680	546	80 %
Sites suisses de vente de CD/DVD	129	44	34 %
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	101	73	72 %
Magazine spécialisé (FR)*	31	28	90 %
Forum spécialisé (Alld) *	36	29	81 %
Sites de critiques d'*animes*	1482	620	42 %
Sites de critiques de DVD	35	31	89 %
Sites de critiques de DVD d'*animes*	77	74	96 %
Total :	**2571**	**1445**	**56 %**

Bien que le nombre de commentaires analysés ne représente que 56 % de l'ensemble des commentaires enregistrés dans la banque de données Excel, leur lecture attentive n'en a pas moins fait émerger une quantité importante de thèmes en lien avec les trois axes d'analyse, signalant par là des modalités d'audienciation, d'accès aux *animes* et d'usages de DVD très diversifiées. Pour faciliter leur traitement, les trois axes, leurs sous-catégories et les thèmes identifiés pour chacune d'entre elles ont été codées de la manière suivante : Chaque commentaire a été lu et analysé en fonction des trois axes susmentionnés. Les parties de commentaires manifestant des thèmes liés à l'un ou l'autre de ces axes ont été surlignés dans la couleur correspondant à l'axe concerné et dans la nuance attribuée à l'une des trois sous-catégories de celui-ci. En tout, plus d'une centaine de thèmes, répartis entre les neuf sous-catégories (trois par axe) ont été identifiés. Puis, chacune de ces unités de commentaires a été classée dans une banque de données Excel, accompagnée du thème qu'elle manifeste, du code symbolisant ce thème (lettre correspondant à la sous-catégorie et un chiffre, ex: x-1), du nom

[353] Il est à noter que les numéros des thèmes correspondent à leur ordre d'apparition lors de l'analyse de contenu, ce qui peut expliquer que des thèmes représentant en réalité des variations d'un autre thème peuvent se voir attribuer un nombre ordinal plus petit.

* Le magazine spécialisé n'apparaît que dans le corpus francophone, tandis que le forum spécialisé n'apparaît que dans le corpus germanophone, mais les deux jouent un rôle similaire, c'est-à-dire, de proposer des opinions avisées de la part de commentateurs avertis à propos des éditions DVD d'*animes* disponibles sur le marché.

et de l'adresse du site d'où provient le commentaire, du type de site dont il s'agit, du nom de son auteur (s'il n'y en a pas, il a été alors qualifié d'anonyme), et du numéro d'identification de l'*anime* sur lequel porte le commentaire[354].

Ces unités de commentaires ont ensuite été comptabilisées par sous-catégories et par thèmes en fonction du corpus (germanophone ou francophone) et du type de site Web. Pour dégager des caractéristiques générales de l'audienciation, des modalités d'accès et des usages des DVD qui émergent des commentaires collectés sur ces sites Web, il a été décidé de rassembler les nombreux thèmes recueillis au cours de cette analyse dans trois à quatre groupes thématiques maximum par sous-catégorie. Cette approche a ainsi permis de voir quel axe, sous-catégorie et thème obtenait quel nombre d'occurrences dans chacun des deux corpus et pour chaque type de site Web.

Tableau 2: Résumé des taux d'occurrences de chaque sous-catégorie par types de site Web dans les deux corpus réunis. (n=3915 unités de commentaires)

Types de site Web	% d'unités de commentaires de chaque type de site	x	xx	xxx	y	yy	yyy	z	zz	zzz
Sites de vente de détail	43 %	3 %	10 %	11 %	9 %	1 %	18 %	42 %	3 %	2 %
Sites suisses de vente de CD/DVD	2 %	5 %	18 %	18 %	3 %	2 %	12 %	35 %	7 %	0 %
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	3%	1 %	17 %	7 %	1 %	1 %	11 %	57 %	3 %	1 %
Magazine/forum spécialisé	5 %	4 %	18 %	8 %	6 %	0 %	18 %	38 %	3 %	3 %
Sites de critiques d'*animes*	32 %	17 %	37 %	6 %	18 %	1 %	18 %	4 %	0.3 %	0.1 %
Sites de critiques de DVD	4 %	1 %	5 %	4 %	4 %	1 %	15 %	41 %	13 %	16 %
Sites de critiques de DVD d'*animes*	11 %	3 %	4 %	5 %	3 %	0.4 %	17 %	39 %	10 %	18 %
Total sous-catég.		8 %	19 %	8 %	11 %	1 %	17 %	30 %	4 %	4 %
Total de chaque axe :		X = 34 %			Y = 29 %			Z = 37 %		

[354] La liste complète de ces thèmes se trouve en annexe 1 à la fin du document.

Tableau 3: Résumé des taux d'occurrences de chaque sous-catégorie par types de site Web dans le corpus francophone. (n=1690 unités de commentaires)

Types de site Web	% d'unités de commentaires de chaque type de site	x	xx	xxx	y	yy	yyy	z	zz	zzz
Sites de vente de détail	33 %	5 %	12 %	8 %	4 %	1 %	12 %	52 %	4 %	3 %
Sites suisses de vente de CD/DVD	0.3 %	0 %	20 %	0 %	0 %	0 %	0 %	60 %	20 %	0 %
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	6 %	1 %	19 %	7 %	1 %	0 %	10 %	59 %	1 %	2 %
Magazine spécialisé	8 %	7 %	11 %	7 %	1 %	0 %	14 %	50 %	4 %	4 %
Sites de critiques d'*animes*	29 %	29 %	42 %	4 %	13 %	0.4 %	9 %	2 %	0.4 %	0.2 %
Sites de critiques de DVD	8 %	1 %	1 %	4 %	3 %	2 %	13 %	44 %	14 %	19 %
Sites de critiques de DVD d'*animes*	16 %	5 %	4 %	5 %	4 %	0.4 %	13 %	36 %	10 %	23 %
Total sous-catég.		11 %	19 %	6 %	6 %	0.5 %	12 %	35 %	5 %	6 %
Total de chaque axe :		X = 36 %			Y = 18 %			Z = 46 %		

Tableau 4: Résumé des taux d'occurrences de chaque sous-catégorie par types de site Web dans le corpus germanophone. (n=2225 unités de commentaires)

Types de site Web	% d'unités de commentaires de chaque type de site	x	xx	xxx	y	yy	yyy	z	zz	zzz
Sites de vente de détail	50 %	2 %	10 %	12 %	12 %	1 %	21 %	37 %	3 %	2 %
Sites suisses de vente de CD/DVD	2 %	5 %	18 %	20 %	4 %	2 %	13 %	33 %	5 %	0 %
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	1 %	3 %	10 %	10 %	0 %	7 %	13 %	47 %	10 %	0 %
Forum spécialisé	3 %	0 %	33 %	11 %	15 %	0 %	27 %	14 %	0 %	0 %
Sites de critiques d'*animes*	34 %	9 %	33 %	7 %	21 %	1 %	24 %	5 %	0.3 %	0 %
Sites de critiques de DVD	1 %	3 %	22 %	3 %	6 %	0 %	22 %	28 %	9 %	6 %
Sites de critiques de DVD d'*animes*	8 %	2 %	5 %	6 %	3 %	1 %	21 %	42 %	10 %	11 %
Total sous-catég.		5 %	18 %	10 %	14 %	1 %	22 %	26 %	3 %	2 %
Total de chaque axe :		X = 33 %			Y = 37 %			Z = 30 %		

Résumé du chapitre 4

La méthodologie décrite ici souligne particulièrement l'importance accordée à trois aspects spécifiques de l'expérience d'univers narratifs déclinés en de multiples versions médiatiques et produits dérivés, tels qu'ils ont été identifiés dans la phase préparatoire de ce travail: le statut attribué à de tels contenus, le positionnement des publics-usagers vis-à-vis des divers modes de circulation d'un contenu médiatique et leur perception du re-conditionnement des *animes* en produit DVD. Elle tient ainsi compte de deux caractéristiques de l'environnement industriel actuel, à savoir la fragmentation des audiences et la démédiation des contenus, qui rend leur statut fluctuant. Elle permet surtout de considérer la ciné-vidéophilie comme un continuum de pratiques variant en fonction des trois axes proposés comme grille d'interprétation de l'analyse thématique des commentaires recueillis sur des sites Web ciblant divers types de publics et usagers. Bien que comprenant certains défauts, notamment l'impossibilité de situer clairement les propos des internautes dans une biographie socio-culturelle spécifique liée à une expérience personnelle de chaque *anime* et édition DVD considérée, elle permet néanmoins de proposer des descriptions nuancées de ces pratiques.

Les deux chapitres suivants exposent les résultats de cette étude et leur interprétation en deux étapes. La première décrit les thèmes relevés durant l'analyse des commentaires, établissant une trame de fond pour la description des pratiques de ciné-vidéophilie. Celle-ci se déploie plus spécifiquement dans le dernier chapitre montrant comment les internautes sur les différents types de site Web expriment leur relation aux *animes* et à la manière dont ils sont importés et traités en Europe

.

Chapitre 5 : Conceptions générales des *animes* et des DVD

Cette première partie du terrain recense les 115 thèmes qui ont émergé de l'analyse de contenu des commentaires recueillis sur les sites étudiés pour les *animes* sélectionnés. Leur interprétation en fonction de la grille de lecture en trois axes permet de décrire la manière dont se manifestent les processus d'audienciation, les modalités d'accès aux *animes* et les usages des DVD, présidant aux diverses pratiques de suivi de ces séries TV.

1. Axe X: Modalités de constitution d'audiences dans un cadre de multiples déclinaisons médiatiques des univers narratifs

1.1. Conceptions de l'industrie des *animes* (sous-catégorie x)

La première sous-catégorie (x) porte sur la manière dont les commentaires représentent le milieu industriel dans lequel naissent les *animes*, dans le but de décrire un premier niveau d'audienciation : c'est-à-dire la perception que développent divers publics vis-à-vis de cette industrie. Il est cependant à noter que sur l'ensemble des deux corpus, et toutes sous-catégories confondues, cette question est relativement peu abordée. On peut donc en déduire partiellement que la plupart des auteurs de commentaires n'ont pas jugé pertinent de s'exprimer sur les éventuelles spécificités qu'ils peuvent percevoir dans cette industrie. Cette sous-catégorie ayant généré 9 thèmes, il a été décidé de les regrouper en trois grandes thématiques. Celles-ci obtiennent des résultats quantitatifs similaires aussi bien dans le corpus francophone que germanophone.

1.1.1. Thématique 1 : une industrie particulière

La première thématique, qui est la plus représentée de cette sous-catégorie, regroupe trois thèmes qui révèlent une approche de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel conçue comme un univers commercial et artistique à part entière, avec ses célébrités, ses studios, mais aussi ses genres spécifiques.

Ces thèmes ressortent de commentaires qui affichent, parfois de manière appuyée, une connaissance approfondie de cette industrie. Elle s'exprime selon deux principales modalités:

soit par des références sémantiques et institutionnelles qui caractérisent cette industrie (thème x-8), soit par l'évocation des genres qui lui sont spécifiques (thème x-7). Dans le premier cas, les commentaires parlent de "japanime" ou de "japanimation", un vocabulaire qui s'adresse à des initiés, ou mentionnent des noms d'auteurs ou de studios considérés comme des piliers de cette industrie, à l'instar de GIROT, dans sa critique d'Albator 84 [FR-16] sur Animeka: « Il faut signaler que les musique sont signées Kikuchi Shunsuke, bien connu pour son travail dans les œuvres de la Toei Anilmation (Goldorak, Daikyu Maryu Gaiking, Kotetsu Zieg, Mazinger Z, Getter Robo etc...) » (s.d.). Dans le second cas, la mise en avant de genres associés strictement avec cette industrie manifeste une volonté similaire. Ainsi, Pegasus Seiya avertit les potentiels acheteurs du premier coffret Collector de *Cardcaptor Sakura* [FR-3] sur Amazon.fr en ces termes : « Cependant, mieux vaut apprécier le genre magical girls quand même (ce qui ne signifie aucunement "réservé aux filles" bien entendu, les spectateurs masculins pouvant tout autant l'apprécier, d'autant que la série est de qualité), la série étant une valeur sûre de ce genre. » (20.12.2009)

Enfin, le thème x-1*, portant sur la désignation de certaines séries comme porte d'entrée dans les univers de cette industrie, peut servir à souligner l'ancienneté de l'expérience du commentateur, ou alors, expliquer en quoi telle ou telle série serait particulièrement emblématique des spécificités de cette industrie. Le commentaire de l'internaute germanophone s1mpLe, sur le site anisearch.de, qui parle de *Cowboy Bebop* [D-15] comme d'une des premières séries dont il était conscient de l'origine industrielle particulière, en témoigne : « Cowboy Bebop war wohl einer der ersten Animes, die ich ganz bewusst als Anime geschaut habe. » (20.09.2007)

1.1.2. Thématique 2 : Revendication d'une audienciation distincte

La deuxième thématique regroupe les thèmes portant sur les comparaisons opérées par les auteurs de commentaires entre divers *animes*, ce qui leur permet d'afficher une connaissance approfondie de la production industrielle de ce secteur dans son ensemble. Elle se manifeste généralement dans le but d'aider les lecteurs à situer les séries sur lesquels portent les commentaires dans une masse de titres issus de cette industrie. Ce type de discours permet

---

*Pour la liste des thèmes et leurs intitulés, voir l'annexe 3, en fin de document. Comme déjà évoqué en p. 173, tous les commentaires sont cités tels que rédigés par leurs auteurs, avec les éventuelles fautes d'orthographe, de grammaire et de syntaxe. Les commentaires en allemand sont introduits par un résumé en français. Les pseudonymes des internautes sont aussi reproduits tels quels, certains usant des majuscules et des minuscules de manière créative.

aussi d'affirmer son propre positionnement en tant que public connaisseur, à l'instar de Svia qui affiche fièrement son ancienneté en la matière :

> Dragon Ball fait partie de ces animes qui ont bercé notre enfance et qui participent de notre consternation devant les séries jeunesse du moment (Bob l'Eponge, Pokémon et compagnie). Forts de notre belle expérience de la japanimation, nous nous pinçons le nez avec force mépris et déclarons, tels des vétérans du Golfe à nos petits cousins scotchés devant leur télé : "Ah nous à notre époque les dessins animés c'était pas les niaiseries de maintenant". Avant de tourner le pas, vibrant de nostalgie et de dédain consommé. (29.03.2008, sur Anime-kun, à propos de Dragon Ball [FR-2])

La comparaison peut se faire sur la base d'analogies avec d'autres récits désignés comme appartenant au même genre ou traitant de sujet similaire (x-9), ainsi que l'illustre le propos de DevilsPlaything, à propos d'*Elfen Lied* [D-16], qui estime que cet *anime* s'inscrit dans une ligne de séries ayant polarisé les opinions : « Elfen Lied" reiht sich gnadenlos die Serie polarisierender Animes wie Gantz oder Naruto ein. » (Anisearch.de, 06.12.2007). Elle peut également se manifester sous la forme d'une hiérarchisation, qui vise soit à distinguer un *anime* du reste de la masse des productions (x-5), en le qualifiant de *culte*, de *classique*, d'*incontournable*, etc., soit à le situer par rapport à d'autres grands succès (x-4).

1.1.3. Thématique 3 : Situer l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel dans la globalisation

Enfin, la troisième thématique rassemble les thèmes concernant le positionnement de l'industrie japonaise dans les flux transnationaux du divertissement audiovisuel. Les rares commentaires qui s'y intéressent la situent selon trois modalités : son intégration dans les circuits globaux de mouvements des contenus audiovisuels (x-3) ou dans l'imaginaire global (x-10) et sa réception par ce qu'on appelle le grand public (x-6).

Certains internautes tiennent ainsi à mettre en avant leurs connaissances de l'environnement commercial et éditorial dans lequel circulent ces univers narratifs (x-3), à l'instar d'AlainVic, à propos de *Naruto* [FR-1]:

> Naruto... en voila une série qui aura fait parler d'elle! Après le manga papier qui rencontra un succès immense sur notre territoire, c'est la version animée qui débarquait début 2006 en DVD, après plus de 2 ans d'attente ! Cerise sur le gâteau, c'est Kana Home Vidéo qui créait son propre label d'animation pour l'occasion, promettant que le traducteur de l'anime serait le même que celui du manga... Voyons donc le résultat (08.03.2010, sur Amazon.fr).

D'autre part, quelques internautes tentent d'établir un lien entre les *animes* concernés et un imaginaire populaire global, comme l'illustre cet extrait du commentaire de s00N à propos de *Vampire Knight* [D-28] qu'il compare aux adaptations cinématographiques de *Dracula* et à la trilogie vampiresque récente de *Twilight*:

> Wenn man an Vampire denkt hat warscheinlich der gröte Teil die alteingesessenen Stereotypen a la Dracula im Kopf. Hässlich und stehts in der Nacht agierend saugen sie ihre wunderschönen Opfer aus, um ihren Blutdurst zu stillen. Spätestens seit Twilight hat man aber gesehen das es auch anders geht. Ändert man nähmlich die Vampire in wunderschöne Wesen und fügt dem ganzen noch ein Schulszenario hinzu wird es modernisiert. Muss dieses aber auch zwingend gut sein? Zu Twilight hat jeder wohl seine eigene -negative-Meinung *hust*. (01.08.2009, sur Anisearch.de).

Cette analyse montre que le petit nombre d'internautes qui s'expriment sur leur relation à cette industrie se situent dans une perspective de distinction qui s'exprime selon trois types de discours : une connaissance pointue des piliers et du fonctionnement du secteur des *animes*, un choix des récits en fonction de leur statut par rapport à la masse de productions moins ou peu intéressantes, et une familiarité avec le reste de la création mondiale de contenus audiovisuels. De plus, les auteurs de ces commentaires s'adressent généralement à des gens supposés connaître les personnalités, studios, genres, œuvres, etc. qu'ils évoquent. Il se manifeste donc quand même, en filigrane, une conscience d'appartenir à un public délimité par un répertoire d'informations et de références culturelles spécifiques.

1.2. Perceptions des stratégies transmédia de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel (sous-catégorie xx)

Cette deuxième sous-catégorie porte sur un deuxième niveau d'audienciation, celui qui concerne la conscience, voire la connaissance du fonctionnement de cette industrie engagée dans une stratégie transmédia plus ou moins élaborée. L'importance statistique de cette sous-catégorie montre que les ressorts de l'adaptation d'un univers narratif d'une version à une autre occupe une position importante dans les discours d'audienciation autour des *animes*.

Les 18 thèmes retenus peuvent être rassemblés dans trois thématiques qui font ressortir quelques grandes lignes du positionnement de ces internautes par rapport aux diverses versions existantes de ces univers narratifs. Mais, leur apparition dans les deux corpus varie beaucoup d'un point de vue quantitatif.

1.2.1. Thématique 1 : Transposition d'un univers narratif d'un secteur médiatique à l'autre

La première thématique regroupe 9 thèmes concernant les questions de la transposition d'un univers narratif à divers secteurs médiatiques et semble préoccuper beaucoup plus les commentaires en français qu'en allemand.

Plusieurs de ces thèmes regroupent des commentaires affichant une connaissance de la chaîne d'adaptations, en désignant ce que l'on peut appeler l'"œuvre originale", à savoir la première incarnation médiatique d'un univers narratif, le plus souvent le *manga* (xx-16), même s'il arrive une fois que ce soit un roman (xx-2), l'*anime* (xx-10) ou un jeu vidéo (xx-23), lequel peut alors donner lieu à une adaptation en *manga* (xx-3) ou en *anime* (xx-4). Le thème xx-16, posant le *manga* comme incarnation originale d'un univers narratif donné, indique non seulement la conscience qu'ont ces internautes du fait que l'*anime* critiqué représente une œuvre insérée dans un ensemble, mais aussi de la chaîne de production de ces diverses versions. D'ailleurs, ce thème émerge surtout de propos comparant favorablement ou pas la version *anime* au *manga*, ainsi que l'illustre ce passage du commentaire posté par Jailin, sur la page FNAC du premier coffret de la saison 1 de *Tsubasa Reservoir Chronicle* [FR-18]: « La réalisation est inégale, souvent médiocre et le tout manque cruellement de dynamisme pour un shonen. […] En deux mots : grosse déception. Préférez le manga original, bien plus beau et mieux réalisé. » (01.10.2006)

Les thèmes xx-5, xx-6 et xx-7, concernant l'adaptation du *manga* en *anime*, et plus spécifiquement, sous l'angle visuel et narratologique, témoigne d'une vision hiérarchisée des diverses portes d'entrée dans ces univers narratifs. En effet, la plupart des internautes qui abordent ces thèmes semblent considérer l'*anime* comme une version secondaire, dérivée d'une œuvre originale qui sert de référence principale et qu'elle se doit de respecter au maximum. Nombre d'entre eux s'attendent même à ce que l'*anime* donne vie à des personnages originellement de papier, statique et silencieux. L'exigence de fidélité à l'original peut aller très loin, comme l'exprime Yetzirah, dans un commentaire sur *Death Note* [D-24], posté sur la page Amazon.de du premier volume DVD de la série, qui s'attend à une sorte de dédoublement presque mot pour mot et image pour image du *manga* en *anime* : « Bis jetzt entspicht der Anime 1:1 dem Manga, ich bin gespannt ob es dabei bis zum Schluss bleibt oder ein alternatives Ende gewählt wird, was bei Anime Umsetzungen ja nicht allzu selten ist. » (30.09.2008)

1.2.2. Thématique 2 : Localiser l'*anime* dans une expérience transmédia

La deuxième thématique rassemble les thèmes illustrant les diverses manières dont les internautes situent l'*anime* dans leur expérience médiatique de ces univers narratifs.

Il arrive aussi que certains semblent confondre les concepts de *manga* et d'*anime* (xx-12), considérant le second comme un *manga* animé, ce qui pourrait suggérer une perception de ces ensembles médiatiques comme particulièrement étroitement intégrés, au point de ne plus distinguer entre les secteurs dont ils sont issus. Bien que rare, cette confusion n'en demeure pas moins intéressante dans la mesure où elle semble exprimer une approche globalisante de ces univers narratifs, ne distinguant plus aussi nettement entre leurs diverses formes d'expression.

De manière générale, cependant, le thème xx-17, portant sur la nature transmédia de ces univers narratifs, revient le plus souvent dans les deux corpus, dans la mesure où les commentaires n'expriment pas de manière claire la chronologie de leur expérience, laissant d'ailleurs souvent entendre qu'ils expérimentent ces univers narratifs dans plusieurs versions simultanément, suivant ainsi les injonctions marketing de l'industrie. Les jugements sur les diverses versions de ces univers narratifs dépendent d'ailleurs en partie de l'expérience avec la version qui a servi de porte d'entrée dans ceux-ci.

Dans le cas du thème xx-9 (*anime* comme premier point d'entrée dans l'univers narratif), l'*anime* est souvent jugé pour lui-même, sans passer par la comparaison avec d'autres versions, comme l'illustrent les propos de Michiko-kun, à propos de *Bleach* [FR-6], sur Anime-kun : « Et puis bon, l'anime m'a donné envie de prendre de mon temps pour lire le manga à temps perdu, ce qui n'est pas peu dire puisque j'étudie en littérature et je n'ai pas de temps perdu pour lire autre chose que des trucs pour mes cours. » (26.05.2009)

1.2.3. Thématique 3 : Importance de la cohésion narrative entre versions médiatiques

La troisième thématique, portant sur la question de la cohésion narrative entre les diverses versions médiatiques, réunit trois thèmes abordant la question de la relation qu'elles entretiennent les unes avec les autres dans la constitution d'un univers narratif transmédia. Sont traités notamment les problèmes de cohérence narrative entre les versions (xx-19) et parfois, le refus par certains internautes d'un quelconque décalage entre les versions (xx-20), ou, au contraire, l'appréciation de ce que chacune, légèrement ou très différente de l'autre, peut apporter à la richesse de l'univers narratif (xx-21). Ces thèmes manifestent ainsi deux formes

contradictoires de réception de ces stratégies transmédia. D'une part, certains refusent une quelconque déviation narrative de l'*anime* par rapport à l'œuvre originale, généralement, le *manga* . Il constitue alors la référence principale de l'ensemble de l'univers narratif, les autres versions, notamment l'*anime*, ne représentant alors qu'une transposition du récit d'un mode d'expression à un autre. Les propos d'AngelMJ, au sujet de *Chobits* [FR-20], publiés sur Anime-Kun, l'expriment clairement :

> Ce qui est en réalité dommage, c'est que le staff a en gros gardé l'univers, les persos et les grandes lignes, a mixé le tout, et pouf! Vous obtenez une série avec les codes du manga mais qui au final est très différente. Et c'est cette différence que je trouve parfois gênante. En plus de ne pas respecter la chronologie du manga, le staff a complètement délaissé le double de Chii (qui est pour moi un des persos les plus travaillés) et ils ont même modifié la fin! Alors là c'est un sacrilège. Ajoutez à cela des épisodes complètement inutiles (genre Chii va acheter des culottes ou Chii à la mer -_-") et du coup, les seuls épisodes qui valent le coup sont en réalité ceux qui viennent directement du manga (et oui!) (09.09.2005).

Mais, d'autres internautes ont adopté une vision de la stratégie transmédia dans laquelle chaque version apporte sa propre contribution au récit de façon complémentaire. Ces internautes notent ainsi qu'une version permet d'apporter des réponses aux questions laissées ouvertes par une autre ou de compléter un récit, à l'instar de ce que dit Alexandra Wittl de l'*anime xXxHolic* [D-18] dans sa critique du premier coffret digipack de la série sur Animeversand:

> Ich empfehle auch Tsubasa Chronicles (bzw. Tsubasa Reservoir Chronicle) dazuzukaufen, weil die Serien eng miteinander verwoben sind und auch Gastauftritte der jeweiligen Hauptchars in beiden Serien vorhanden sind. Man versteht die Materie einfach besser, wenn man beides hat, und ich persönlich mag TRC mindestens genauso viel (auch wenn die Mangaserie zum Stand des heutigen Tages äußerst haarsträubend geworden ist, und ich bin auf dem aktuellsten Stand). (24.01.2009)

Les thèmes qui ont émergé de l'analyse des commentaires regroupés dans cette seconde sous-catégorie laissent apercevoir une sorte d'ambivalence chez certains internautes vis-à-vis de ce fonctionnement industriel consistant à décliner un même univers narratif en de multiples versions médiatiques. Nombre d'entre eux expriment encore une approche de ces univers narratifs selon une plongée progressive et linéaire, en partant de l'œuvre d'origine pour ensuite expérimenter les versions secondaires, qui s'opposent à la logique transmédia de l'industrie.

En effet, bien qu'ils adhèrent à l'idée d'expérimenter un récit sous diverses formes, ils continuent de les hiérarchiser. La préoccupation avec la détermination du point de départ de la carrière d'un univers narratif se perpétue, particulièrement dans les unités de commentaire en français, malgré la tendance de l'industrie à encourager une immersion aussi complète que possible par l'achat de toutes les versions et incarnations disponibles. Pour de nombreux internautes, l'*anime* n'est qu'une adaptation du *manga* et à ce titre, n'a pas d'existence propre, et cela qu'ils aient lu la version *manga* ou pas. Il ne peut donc être évalué qu'en relation avec son modèle dont il n'est qu'une reproduction, le plus souvent imparfaite et même décevante. Par contre, certains commentaires montrent que leurs auteurs ont intégré l'idée qu'un univers narratif, du moins ceux issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, est forcément décliné en plusieurs incarnations. Ceux-ci expriment alors une certaine exigence de cohérence et de complémentarité entre ces versions, allant ainsi dans le sens d'une stratégie de super-synergie toujours plus raffinée depuis le début des années 2000.

1.3. L'utilité du DVD comme technologie de livraison vidéo digitale dans le suivi des *animes* (sous-catégorie xxx)

Les résultats montrent que cette sous-catégorie est très peu évoquée (8 %) dans l'ensemble des unités de commentaires collectées dans les deux corpus sur l'ensemble des sites Web étudiés. Il en ressort donc que la question de l'utilité du DVD dans le suivi des *animes* semble peu pertinente aux internautes de ces corpus. Cette sous-catégorie se décline quand même en 15 thèmes, qu'il est possible de regrouper, comme on l'a fait pour ceux de la sous-catégorie xx, en quelques grandes thématiques qui manifestent les grandes lignes de l'utilisation du DVD dans le cadre du suivi des *animes* chez ceux qui traitent de cette question.

1.3.1. Thématique 1 : Le DVD comme moyen de collectionner des *animes*

La première thématique regroupe les thèmes renvoyant en partie aux discours d'accompagnement sur les apports du DVD à l'expérience audiovisuelle, notamment au niveau de la qualité du son et de l'image, ainsi que sur sa capacité à proposer une nouvelle forme d'audienciation d'un univers narratif, en offrant par exemple une autre perspective sur celui-ci grâce aux contenus additionnels (généralement désignés par le terme « bonus » ou « extra »). Ils reflètent une certaine acceptation de la logique de la transformation d'une série en un produit de collection, dans une version augmentée par rapport à ce qu'elle était au moment de sa diffusion télévisée.

Le thème xxx-8 porte tout particulièrement sur l'utilité du DVD comme moyen de collecter l'intégralité des épisodes d'une série et de préserver ainsi une archive personnalisée d'un univers narratif. Le commentaire de Pegasus Seiya à propos du premier coffret collector de *Cardcaptor Sakura* [FR-3] illustre ce re-conditionnement : « Une série qui vaut le détour, même s'il vaut mieux la voir dans son intégralité pour vraiment saisir les nombreux enjeux de l'intrigue (qui ne commencent à se dévoiler qu'à la fin de la saison 2 et prendront une véritable importance durant la saison 3, la meilleure à mon goût). » (Amazon.fr, 20.12.2009) Le thème xxx-1, constitue une variation sur le thème xxx-8 et émerge de commentaires qui estiment que seuls des *animes* de qualité valent la peine d'être collectés en DVD et que celui-ci constitue la technologie la plus appropriée pour les préserver. Puisqu'il existe d'autres possibilités, généralement moins coûteuses et parfois plus pratiques, d'accéder à ces *animes* ou même simplement aux univers narratifs dont ils sont issus, l'achat d'*animes* en DVD signale une certaine forme d'audienciation indiquant un réel attachement à ces séries. Il arrive même que certains se présentent comme avant tout des collectionneurs avertis de DVD d'*animes*, qui sélectionnent alors précieusement ce qui peut y entrer ou pas, à l'instar de Sven, commentant l'édition Slimline d'*Elfen Lied* [D-16] sur Amazon.de :

> Ich hoffe die paar Punkte haben gereicht um euch zu überzeugen dieses Meisterwerk zu kaufen. Zur DVD Sammlung an sich: Slimline ist bekanntlich nicht so wunderschön wie größere DVD Editionen, doch kann man sich diese Packung getrost ins Zimmer stellen, denn die Motive sind klasse! (20.05.2009).

Le thème xxx-2 apparaît dans les quelques commentaires qui évoquent les contenus additionnels, souvent proposés par les éditions DVD, dans l'expérience du suivi d'un *anime*. Néanmoins, sa rareté dans le corpus indique que pour la plupart des publics, cet aspect spécifique du DVD ne semble pas constituer un élément significatif, ou du moins pertinent, de leur approche de leur audienciation. Et ceux qui le font, ne voient pas forcément l'utilité de ces « extras », à l'instar de Minerva, qui s'exprime à propos du premier coffret de *Vampire Knight* [D-28], sur Amazon.de : « Immerhin kaufe ich die DVD wegen der Serie und nicht wegen Extras, die ich mir meist eh nie anschaue. Geiz ist nicht immer geil. » (06.05.2005)

Le thème xxx-4 n'apparaît aussi que rarement, dans des commentaires qui reflètent une audienciation fondée en partie sur des exigences de qualité audiovisuelle, par laquelle certains internautes estiment qu'une édition DVD doit proposer une bonne qualité de son et d'images, même s'il ne faut pas absolument que ce soit de la haute définition. La remarque de Martin Hübner à propos du premier coffret DVD de *Dragon Ball Z* [D-9], posté sur Amazon.de,

illustre cette posture : « Es muss nicht High Definition sein, aber es muss die bestmögliche Qualität sein!! Wer keine Qualität braucht, kann ja bei seiner VHS -Aufzeichnung bleiben. » (01.12.2009) Cette rareté signale aussi que, de manière générale, les considérations techniques liées au rendu audiovisuel ne constituent qu'un aspect très marginal des attentes de ces amateurs d'*animes*.

1.3.2. Thématique 2 : Expérience des *animes* en plusieurs langues

La deuxième thématique concerne un autre aspect de l'audienciation de fictions circulant de pays en pays : la possibilité d'offrir le même contenu en plusieurs langues audio et de proposer plusieurs sous-titrages contribue à regrouper autour d'un même produit divers types de publics. Ceux-ci se distinguent par la relation qu'ils établissent avec des univers narratifs étrangers, certains exigeant de les expérimenter dans leur version originale, tandis que d'autres préfèrent un accès plus direct, selon les termes d'Abe Nornes (2007), soit dans leur propre langue.

La plupart des internautes s'exprimant sur la question exigent d'avoir accès à plusieurs langues (xxx-7), manifestant par là une forme d'audienciation plurilinguistique, par laquelle certains internautes expriment le plaisir de comparer les diverses versions audio et sous-titrées entre elles ou même, dans certains cas, leur désir d'améliorer leur maîtrise linguistique. Ainsi, InpragusMania, qui s'exprime sur le premier coffret de *Dragon Ball Z* [D-9], rêve d'un coffret intégral regroupant l'ensemble des séries animées de la franchise *Dragon Ball* et comprenant des versions en allemand, en anglais et en japonais:

> Ich träume von Einer sogennaten Complete Box die das Komplette Dragonball Universum (Dragonball, Dragonball Z, Dragonball GT) beinhaltet, die Ungeschnitten und im Deutschen, Englischen, Japanischen Tonspur rauskommt, die dazu gehörigen Filme wären Cool sind aber nicht Pflicht, auf Bonus Material kann Ich verzichten. Wäre auch bereit dafür 600 Euro dafür auszugeben! -ausnahmsweise^^ (29.09.2009).

Certains internautes exigent au minimum d'avoir accès à une version originale sous-titrée (xxx-6), faisant de sa présence sur une édition une sorte de norme, et vont jusqu'à estimer que le DVD d'un *anime* ne vaut la peine d'être acheté que s'il fournit une VOST, comme l'exprime sur le site de la FNAC cet anonyme à propos du premier coffret de *Naruto* [FR-1]: « La serie est super, mais le DVD ne va valoir le coup que si on peut regarder en version originale sous titrée […]. » (19.01.2006)

Le thème xxx-5, exigeant spécifiquement une version doublée, n'apparaît que dans quelques commentaires, essentiellement germanophones, manifestant une forme d'enracinement dans le contexte local. De manière générale, il reflète un désir d'accéder directement au récit sans être dérangé par la barrière linguistique et l'obligation de lire des sous-titres, ainsi que l'illustrent les propos de E. Hasslacher "Hellraiser" sur *Naruto* [D-29], postés sur Amazon.de :

> Es ist zwar die ungeschnittene Version mit deutschen Untertitel auf dieser DVD nur wenn man schon Geld für eine DVD ausgibt will man nicht mehr Untertitel lesen, zumindest geht es mir so. Nur hat man bei dieser DVD keine andere Wahl, da die TV version so hirnrissig geschnitten und so was von schlecht editiert wurde (und das sieht man seht oft)das es schon eine Beleidignung ist (30.10.2010).

1.3.3. Thématique 3 : Le DVD comme prolongement du média et dispositif télévisuel

Dans la troisième thématique, apparaissent des thèmes qui reflètent l'inscription du DVD dans une lignée de pratiques remontant déjà aux années 80, à savoir la possibilité d'expérimenter un contenu de manière différée, hors des contraintes programmatiques imposées par la télévision.

Le thème xxx-9, portant sur la possibilité offerte par le DVD de découvrir des séries originellement destinées à la télévision, reflète bien la logique à l'œuvre dans l'importation des *animes* en Europe, à savoir la distribution de ces contenus directement aux publics, sans passer par l'étape de la diffusion télévisuelle. Ce thème émerge des quelques commentaires qui expriment la problématique liée à ce processus : pour les internautes, il s'agit à chaque fois d'un investissement incertain, puisqu'ils n'ont pas eu l'occasion de se faire une idée de la série à la télévision, avant de l'acheter en DVD, et se fondent généralement sur des recommandations d'autres personnes. En l'absence de recommandations, les internautes doivent alors faire appel à leur propre jugement et connaissance de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, comme l'illustre cet extrait de commentaire de Marharbal, trouvé sur Anisearch.de, qui a choisi d'acheter le DVD de *Mahoromatic* [D-1], dans l'espoir que la série soit à la hauteur des autres productions des studios Gainax (réalisateurs du mythique *Neon Genesis Evangelion*) :

> Als Schnäppchen ergattert und mit der Hoffnung, dass GAINAX schon keinen Müll auf den Markt wirft, habe ich mich vor kurzem also dazu durchgerungen die DvDs von Mahoromatic in den Player zu legen und mit einem lauten „BANZAI!“ in für meine Verhältnisse doch eher ungewohntes Gebiet vorzustoßen. Was folgte waren ein paar vergnügliche Stunden, bei denen mir aber auch der ein oder andere Seufzer über die Lippen kam (20.03.2010).

Le thème xxx-13, concernant la capacité des éditions DVD à réparer les erreurs d'édition commises par les chaînes de télévision, s'inscrit aussi dans cette logique de la prolongation de l'expérience télévisuelle. Il ressort notamment des commentaires portant sur la possibilité offerte par une édition DVD de compléter le suivi d'une série qui n'a été que partiellement diffusée à la télévision ou a été fortement éditée, notamment dans le sens d'une censure. De manière générale, la plupart des commentaires rassemblés sous ce thème refusent les éditions qui reprennent simplement les versions censurées et éditées par la télévision, à l'instar de Tarmiel, à propos de *Dragon Ball Z* [D-9] :

> Oh mein Gott! Das finde ich ja dreist! Der einzige Grund, warum ich mir diese DVD's kaufen würde, währe der, dass sie ungeschnitten sind und ich mir hin und wieder mal die recht gute deutsche Synchro anhören kann oder deutsche Untertitel zur Japanischen Sprachausgabe bekomme (Amazon .de, 29.05.2010).

Les thèmes xxx-10 et xxx-15 prennent le contre-pied de xxx-13 et manifestent une autre posture d'audienciation, dans le prolongement de l'expérience télévisuelle, à savoir respectivement le désir de revivre les bons moments télévisuels de sa jeunesse et de retrouver les séries telles qu'elles ont été diffusées à la télévision. Il en ressort une conception du DVD, qui correspond à celle qui prévalait au sujet de la VHS, en faisant du support vidéographique un simple appendice de la télévision. Ce thème émerge de certains commentaires manifestant une fidélité à une expérience qui a marqué. De fait, nombre d'internautes expriment une véritable fidélité à une chaîne plus encore qu'à l'*anime*. Pour eux, l'édition DVD se doit donc de respecter le travail de la chaîne, comme l'illustre cet extrait du commentaire de LittleGirl qui a vu *Ranma*$^{1/2}$ [D-31] sur RTL II et qui refuse de prendre connaissance des épisodes qui n'ont pas été diffusés par la chaîne, afin de conserver intact et de revivre le plaisir qu'elle a ressenti à l'époque :

> Leider, typisch für RTL 2, wurden die restlichen Folgen nicht mehr ausgestrahlt. Deswegen werte ich mit Komplett, weil RTL 2 dem Anime selbst ein Ende gesetzt hat, so ist es für mich auch ein Ende, denn ich will mir nicht noch die restlichen mehr als 50 Folgen "antun" (Amazon.de, 12.11.2007).

Enfin, le thème xxx-18 apparaît dans des commentaires manifestant une certaine impatience quant à la sortie en DVD d'un *anime*, considérée comme une suite logique de sa vie commerciale et éditoriale. On y retrouve notamment le lien presque organique entre la diffusion télévisuelle et le secteur vidéographique. Le commentaire de cet anonyme, posté sur la page Amazon.de du premier coffret de *Ranma*$^{1/2}$ [D-31], illustre assez bien cette posture :

« Wer kennt RAnma 1/2 nicht aus den Mangas oder der TV-Serie auf RTL2. Und nun hat das Warten ein Ende. Ranma 1/2 die Serie gibt es jetzt auf DVD. » (01.11.2003)

1.3.4. Thématique 4 : Le DVD et le respect de l'intégrité des *animes*

Finalement, la quatrième thématique, deux fois plus fréquente dans le corpus germanophone, regroupe les deux thèmes portant sur l'édition DVD en général dans le sens d'une préservation de l'intégrité des *animes*, à savoir l'exigence d'une édition non-censurée (xxx-3) et d'un produit proposant le contenu tel qu'il a été expérimenté par les publics d'origine au Japon (xxx-16).

Le thème xxx-3 apparaît dans des commentaires traitant du bien-fondé de la présence de versions doublées complètes et non-censurées. Il s'agit là d'une exigence de localisation mais dans le respect de l'œuvre originale, comme l'illustre cet extrait de commentaire de Chiisette à propos du premier volume de *Naruto* [D-29], posté sur Animexx.de, dans lequel l'absence d'une version doublée intégrale est fortement regrettée comme un manquement sérieux pour une édition DVD standard :

> Ich bin von der DVD echt ziemlich enttäuscht, gegen die deutsche Synchro hab ich eigentlich nichts, aber manno, wenn man schon ne DVD macht dan aber auch richtig! Die deutsche Fassung geschnitten raufzugeben ist echt schwach -.- Wenigstens von ner DVD würd ich mir erwarten das alles ungekürzt oben ist sonst ist es nur so ne halbe Sache (15.11.2006).

Le thème xxx-16, assez rare, constitue une variation sur le thème xxx-3, puisqu'il concerne des commentaires abordant la question de la préservation du contenu original jusque dans ses moindres détails. Ainsi, par exemple, Joe Gillian, dans son évaluation du premier coffret collector de *Cats'Eye* [FR-11], sur DVDAnime.net, désapprouve le retrait de la version japonaise des encarts annonçant le titre de l'épisode au début de chacun d'entre eux :

> Ce n'est pas vraiment un problème, mais je regrette toujours un peu l'absence des "vrais" titres japonais, ce qui parfois donne des choses bancales lorsque l'on regarde en VO (pour les épisodes 7 ou 23 par exemple). Ce n'est qu'un détail, mais il aurait été intéressant de proposer dans ces rares cas les noms japonais (ou mieux, de proposer les titres français/japonais pour tous les épisodes) (22.08.2006).

Dans l'ensemble, les thèmes relevés dans les unités de commentaires regroupées sous cette sous-catégorie reflètent une certaine diversité de postures quant au rôle du DVD dans le suivi d'*anime*. Il ressort néanmoins de ces discours deux tendances transversales. La première pose

le DVD comme une technologie de livraison permettant de faire le lien entre le contexte médiatique japonais et les internautes qui s'expriment et attendent d'une édition standard qu'elle reproduise au plus près l'expérience audiovisuelle originelle. La seconde s'exprime plutôt chez des internautes, aussi bien germanophones que francophones, qui considèrent le DVD comme une prolongation de l'expérience télévisuelle telle qu'ils l'ont vécue, dans la logique du visionnement différé et à convenance, inhérente aux usages du lecteur vidéo rattaché à la télévision. Ainsi, bien que le DVD constitue aujourd'hui un des principaux modes d'accès légaux aux *animes*, il n'en reste pas moins que l'utilité qui lui est attribuée dans le cadre du suivi de ces séries dépend aussi de la manière dont les divers publics d'*anime* conçoivent leurs expériences de celles-ci, notamment vis-à-vis du dispositif télévisuel.

1.4. Une audienciation « sériephile »

Face à la logique transmédia mise en œuvre par l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, il apparaît que les internautes s'exprimant sur leur audienciation oscillent entre de multiples postures, reflétant ici bien le problème de la fragmentation des audiences et des publics.

En premier lieu, même si cela n'apparaît qu'en filigrane dans les commentaires regroupés dans la sous-catégorie x, soit celle concernant la reconnaissance des particularités de l'industrie des *animes*, un certain nombre d'internautes recensés dans cette étude semble pourtant se considérer comme un public spécifique. Cette appartenance se manifeste dans l'affirmation d'une connaissance plus ou moins poussée non seulement des acteurs importants de cette industrie, notamment les studios, mais aussi de certains traits de fonctionnement, comme par exemple la palette de genres particuliers. Mais, elle se dessine aussi dans une partie des thèmes réunis dans la sous-catégorie xx, concernant les stratégies commerciales consistant à décliner un même univers narratif en différentes versions médiatiques. Il est en effet assez marquant de voir qu'il s'agit quand même de la seconde sous-catégorie la plus évoquée dans les unités de commentaire des deux corpus. Si certains voient l'adaptation d'un univers narratif comme un processus de transposition d'une forme médiatique à une autre qui se doit d'être d'une extrême fidélité, permettant, par exemple, de donner vie aux vignettes statiques du *manga*, d'autres, au contraire, acceptent les modifications apportées par les responsables de chaque secteur médiatique, reconnaissant même parfois qu'ils y sont bien obligés, soumis qu'ils sont à des logiques commerciales différentes. Comme le révèlent certains thèmes, qui n'émergent pourtant pas très souvent, la cohérence et la complémentarité entre les diverses versions

médiatiques qui constituent chaque univers narratif, jouent aussi un rôle dans la capacité des amateurs de ces récits à s'y immerger complètement.

En deuxième lieu, et de manière transversale, se dessine deux grandes lignes d'audienciation: celle qui s'oriente par rapport à ce qui est considéré comme une œuvre originelle, avec un point de départ spécifique, qu'il s'agit de respecter dans toute son originalité, et celle qui se concentre avant tout sur le plaisir du récit tel qu'il a été proposé en Europe, notamment par les chaînes de télévision, mais aussi, par l'*anime* même. Cette tendance se retrouve surtout dans les commentaires en allemand. On voit alors émerger deux attitudes d'audienciation assez distinctes, la première considérant ces univers narratifs comme des œuvres issues d'une culture spécifique, et la seconde les considérant avant tout comme une forme de divertissement aux multiples incarnations, permettant un plaisir sans cesse renouvelé.

Plusieurs thèmes de la sous-catégorie xx soulignent la logique linéaire encore souvent adoptée, qui consiste à aborder un récit en commençant par son incarnation originelle, c'est-à-dire, la première étape de sa carrière médiatique, cette version d'origine étant alors positionnée comme principal point de référence dans l'évaluation de l'ensemble de l'univers narratif. On retrouve une attitude similaire dans certains thèmes de la sous-catégorie xxx, concernant le rôle joué par le DVD dans l'expérience des *animes*, qui montrent que le désir d'une expérience culturelle aussi proche de celle d'origine se manifeste chez certains amateurs d'*animes*. Le DVD joue alors le rôle de passeur entre ces deux contextes. Dans les deux cas, ces thèmes reflètent un souci du respect de l'œuvre en tant que création originale, concrétisant un travail d'auteur, baignant dans un contexte spécifique, auquel il s'agit de rester aussi fidèle que possible. Bref, ces thèmes laissent entrevoir une attitude que certains qualifieraient d'élitiste, ce qui peut sembler paradoxal dans le cadre de ce qui peut être considéré comme du pur divertissement. On voit, là, se dessiner les contours d'une forme de cinéphilie appliquée au domaine des séries TV d'animation japonaise, soit l'idée d'appartenir à un public se distinguant de la masse et détenteur d'une connaissance approfondie de ces produits considérés comme participant d'une culture particulière.

Cependant, d'autres thèmes de la sous-catégorie xxx signalent des postures, sinon opposées, du moins divergentes de ces exigences de fidélité à l'œuvre originelle. La plupart du temps, ils émergent de commentaires germanophones au sujet d'*animes* diffusés à la télévision dans les années 90 et au début des années 2000, ayant bercé la jeunesse de ces internautes. Ces discours évoquent alors soit une fidélité à des chaînes de télévision dont le mérite d'avoir

permis à ces internautes de connaître ces univers narratifs passionnants est fortement souligné, soit la nostalgie d'une expérience télévisuelle de jeunesse. On retrouve là une attitude plus proche de la vidéophilie telle qu'elle pouvait s'exprimer dans les années 1980 et 1990, soit le désir d'une expérience télévisuelle différée, même des années plus tard, et à sa propre convenance.

Dans ces deux optiques, le DVD s'inscrit dans une continuation de la logique qui gouvernait déjà l'usage de la cassette vidéo, à savoir la préservation d'un morceau de flux audiovisuel particulièrement apprécié, dans le but de visionnements répétés et différés, caractéristiques des pratiques de vidéophilie. Il apparaît ainsi que le DVD se présente comme un moyen de restituer une expérience télévisuelle et culturelle particulière qui fait de ces produits des marchandises culturelles à part entière, que ces expériences se vivent dans une optique interculturelle et transnationale ou purement dans le prolongement de pratiques de jeunesse.

Dans l'ensemble, les thèmes relevés dans les trois sous-catégories de cet axe tracent les contours de publics ayant intégré une logique d'appropriation linéaire de ces univers fictionnels, qui contredit l'effort de l'industrie consistant à proposer des ensembles narratifs englobant et à multiples entrées, sans hiérarchie particulière entre elles. En effet, le *manga* tend à rester le point de référence principal pour l'évaluation de ces univers narratifs, même pour les internautes qui ne les ont pas lus et sont entrés dans ces fictions par d'autres versions médiatiques (*animes* ou films d'animation, plus rarement, des jeux vidéo). Cette logique de sérialisation s'exprime aussi dans les thèmes relevant de la collection, soit des diverses versions médiatiques du même univers narratif, soit des épisodes des *animes* en DVD. Cette pratique de la collection s'exprime notamment dans les commentaires appelant à compiler soit l'intégralité des épisodes, soit l'ensemble des séries de la même franchise en DVD, si possible dans la même édition, voir un seul coffret. D'ailleurs, la notion d'intégralité, c'est-à-dire, dans le sens de la préservation du produit d'origine dans son entier, y compris des éléments *a priori* inutiles sur des éditions DVD, comme par exemple les "*eye-catch*" ou les annonces des prochains épisodes, revient dans les sous-catégories xx et xxx. Cette analyse montre que la logique de sérialisation préside au processus d'audienciation à tous les niveaux : narratologique, dans la mesure où la plupart des internautes cherchent quand même à obtenir l'ensemble des épisodes constituant le récit d'une même version médiatique ; médiatique, dans le sens de la compilation des diverses incarnations de ces fictions ; matérielle, en affichant la collection d'objets éditoriaux de qualité, donnant accès à une expérience culturelle souvent conçue comme originale et différente de ce que propose le reste de l'industrie. Il apparaît donc

une palette d'attitudes d'audienciation oscillant entre une cinéphilie appliquée à des récits sériels et une forme de vidéophilie s'exprimant dans le rattachement des animes au média télévisuel et à son dispositif de réception, le poste téléviseur.

2. Axe Y: Modalités sociotechniques de réception des *animes* dans le cadre d'une multiplication des technologies de diffusion et de livraison

Le deuxième axe de cette analyse vise à étudier les discours concernant les modalités d'accès aux *animes*, tout particulièrement sous l'angle de la temporalité, dans le suivi de ces séries, et de la tension entre logique d'accès et logique de possession. Le but est de voir dans quelle mesure les internautes sont dans une perspective de rendez-vous avec la série ou dans celle de l'accumulation et de la collection de leurs épisodes.

Au niveau quantitatif, on perçoit ici une des grandes différences entre les deux corpus, celle-ci pouvant en partie s'expliquer par le décalage temporel et médiatique dans l'importation des *animes* en Allemagne et en France. En effet, comme on l'a vu au chapitre 3, les *animes* ont fait leur début sur les chaînes françaises dès la fin des années 70, pour atteindre leur pic vers la fin des années 1980, alors que les chaînes allemandes ont longtemps refusé de diffuser ces dessins animés, jugés de mauvaise qualité. Ce n'est qu'à partir du milieu des années 90 que des chaînes privées, comme RTL II, ont commencé à programmer un choix assez conséquent d'*animes*. Ce décalage dans le temps et l'exposition à ces produits médiatiques se ressent aussi dans l'offre sur le marché allemand, moins étoffé et plus lent. Aussi bien pour les chaînes que pour les éditeurs allemands, la décision d'importer un *anime* relève plus du défi que pour leurs collègues français qui peuvent au moins compter sur deux types de publics : les trentenaires ayant grandi avec les "dessins animés japonais" diffusés à la télévision dans les années 1970-1980 et les plus jeunes, qui constituent des audiences importantes pour des chaînes thématiques consacrées aux enfants, diffusant des séries leur étant destinées, telles que *Pokémon* ou *One Piece*. Si les éditeurs germaniques proposent aussi sur leurs marchés des *animes* mondialement connus comme ceux précités, leurs décisions de commercialiser en allemand des séries destinées à des publics plus âgés et diversifiés sont plus délicates.

2.1. Considérations techniques et commerciales sur les divers canaux médiatiques d'accès aux *animes* (sous-catégorie y)

La sous-catégorie "y", concernant la disponibilité des *animes* sur divers canaux de diffusion ou technologies de distribution, vise à rendre plus explicite les considérations des amateurs

d'*animes* sur les dispositifs commerciaux et techniques existant. En effet, comme on l'a remarqué au premier chapitre, les conditions techniques et économiques d'accès à un contenu influencent aussi son expérience par ses publics. Ainsi, visionner un *anime* à la télévision, un jour et à une heure donnée, ne constitue pas la même expérience que le voir en DVD, sur son ordinateur, à un moment qui convienne à la personne et avec la possibilité d'interrompre son déroulement ou de sauter à un autre épisode. Alors que le suivi d'un *anime* à la télévision consiste à attendre le prochain épisode en fonction de la programmation par la chaîne, sur le Web, ce suivi est conditionné par la mise à disposition des épisodes soit par des plates-formes officielles, soit par des sites illégaux, tandis que l'achat de DVD fractionne le suivi souvent non pas par épisodes, mais par saisons entières, avec des délais de sortie plus ou moins rapprochés. La temporalité de l'expérience de ces séries TV reconditionnées en produits éditoriaux de distribution constitue ainsi fil conducteur de l'analyse des commentaires regroupés dans cette sous-catégorie. Pour synthétiser les choses, cette sous-catégorie a été, elle aussi, déclinée en quatre thématiques.

2.1.1. Thématique 1 : Perceptions des modalités de diffusion des *animes*

Cette thématique aborde le rôle joué par la diffusion télévisuelle, dans l'expérience des *animes* des internautes dont on a recensé les commentaires.

Les thèmes ayant émergé de ces commentaires font état de l'importance des chaînes de télévision, en tant que média, dans l'exposition aux *animes* et leur suivi, et ce, alors que leur majorité est aujourd'hui distribuée en DVD. Les télévisions nationales (y-7), surtout privées, constituent ainsi encore souvent le premier point d'accès aux *animes*, comme l'illustre ce commentaire de Sven Krebs "Elfen Freund" qui a vu *Elfen Lied* [D-16] d'abord à la télévision et l'a suivi assidûment : « Ich sah Elfen Lied zum ersten Mal im Fernsehen und konnte es nicht abwarten bis eine Woche später die nächste Folge lief. » (11.03.2010)

Pour cette raison, les internautes qui abordent cette question expriment parfois une sensibilité aux politiques éditoriales adoptées par ces chaînes (y-17 et y-18). Un des problèmes fréquemment évoqués concerne la censure exercée par les responsables de ces programmes afin d'adapter les *animes* aux publics ciblés, à savoir généralement des enfants entre 7 et 12 ans. Certains les dénoncent, tandis que d'autres trouvent ces adaptations appréciables, à l'instar de Morwen, qui s'exprime sur le premier volume de *One Piece* [D-13] : « Ich weiß, dass das nicht üblich ist, aber ich muss hier einmal die deutsch TV-Umsetzung der Serie „One Piece" verteidigen. » (Amazon.de, 10.06.2003) De fait, si les auteurs de ces commentaires

n'attendent évidemment pas une diffusion en VOST, ils exigent clairement une édition qui respecte les intentions des créateurs de la série.

Enfin, quelques rares commentaires font état d'une connaissance de la carrière internationale de ces séries (y-6), comparant les politiques éditoriales de chaînes de télévision de différents pays. Certains remarquent que la censure, dans le but d'adapter des *animes* pour des publics enfantins, ne s'exerce pas de la même manière partout. D'autres rappellent le « circuit » suivi par une série à travers les chaînes de télévision de plusieurs pays et les liens qui peuvent lier des institutions commerciales les unes aux autres, à l'instar de Phantom1, s'exprimant sur *Dragon Ball Z* [D-9], qui nous apprend, dans son commentaire posté sur Amazon.de, que les versions allemandes proposées par RTLII et Tele5 constituent une reprise de celle éditée et diffusée par la télévision française:

> Die franzosen haben damals uncut material gekauft, die franzosen haben dann die serie aber mehrmals geschnitten und RTL2 hat diese version dann gekauft und in deutsch synchronisiert. Die deutsche erstausstrahlung von RTL2 und die erste Tele5 ausstrahlung sind fast identisch (bis auf 2 folgen aus der cell saga und die letzten 20 folgen aus der buu saga war bei tele5 mehr zu sehen, ansonsten identisch) (24.11.2009).

2.1.2. Thématique 2 : Perceptions des modalités de distribution vidéographiques

La seconde thématique (T2) identifiée concerne la circulation des *animes* sous forme vidéographique, légale ou pirate. Les discours qui y sont recueillis soulignent particulièrement une des conséquences du re-conditionnement, officiel ou pas, de ces séries TV en marchandise culturelle : l'individualisation de l'expérience audiovisuelle. Les deux thèmes qui y sont regroupés couvrent deux types d'usages des enregistrements vidéo.

D'une part, le thème y-14, qui émerge le plus souvent des commentaires de cette sous-catégorie, signale, souvent sans précision de la technologie utilisée, le désir de contrôler l'expérience dans sa temporalité. Ainsi, outre que l'usager n'est plus soumis à la grille horaire des chaînes télévisées, il peut aussi décider du rythme de suivi de la série et rompre avec la logique de l'attente entre deux épisodes. Ainsi, beber souligne que le medium vidéographique permet de regarder une série d'une seule traite ou presque, comme il l'a fait pour *Elfen Lied* [FR-34], qu'il a commenté sur le site Anime-kun : « Le scénario nous offre 13 épisodes de visionnage bien agréable et Elfen Lied fait partis de ces séries visionnées dans un espace temps réduit. » (06.01.2007) D'autres encore relèvent la possibilité de contrôler le déroulement même du visionnement, notamment celle de sauter des scènes ou d'accélérer le défilement du

récit, comme le dit PetiteAkatsuki à propos de *Fruits Basket* [FR-25] : « Perso, j'ai plutôt apprécié dans l'ensemble, même si j'avoue avoir sauté quelques scènes que je trouvais un peu trop niaises ou qui n'apportaient pas de réel intêret à l'intrigue. » (Anime-Kun, 06.02.2010) Dans une veine similaire, de nombreux commentaires font aussi référence au visionnement multiple, que ce soit pour le plaisir de revivre un récit qui a captivé lors de sa découverte, ou encore, comme dans le cas d'une narration complexe, pour en développer une meilleure compréhension. C'est ainsi que Dodonpachi recommande de revoir *Neon Genesis Evangelion* [FR-5] afin d'arriver à en saisir tous les tenants et aboutissants : « - Dernier point : je pense que pour vraiment comprendre, ou du moins pour comprendre la totalité de subtilités de cet anime, un second visionnage est presque obligatoire. » (Anime-Kun, 22.05.2007)

D'autre part, le thème y-9 émerge d'un petit nombre de commentaires abordant la question de la distribution internationale d'*animes*. La plupart du temps, la lenteur d'obtention des droits de licence pour le pays dont est issu l'auteur d'un commentaire constitue la principale justification de la recherche d'autres éditions, légales ou illégales en-dehors du marché national. C'est ainsi qu'HerV recommande de se procurer la série *Ghost in the Shell - 2nd GiG* [FR-22] en import, c'est-à-dire, soit une édition officielle réalisée dans une autre zone que celle dans laquelle la France est incluse (zone 2), soit une édition pirate, généralement sans encodage de zone (VCD) : « 2nd GIG n'est pas licencié en France comme l'est la saison 1. Vu le rythme relativement longuet de diffusion de la série en France, je vous invite à vous jeter sur l'import. » (Anime-Kun, 02.11.2005)

La différence de rythme de distribution d'un *anime* entre différents pays permet aussi à certains internautes de le découvrir et de s'en faire une idée avant d'acheter l'édition DVD officielle proposée sur le marché national, à l'instar de ??? "Angel" qui a d'abord regardé *Code Geass: Lelouche of the Rebellion* [D-36] en anglais avant de se procurer l'édition allemande, estimant que cet *anime* méritait d'entrer dans sa collection tellement il était passionnant : « Hab den Anime zwar schon komplett in englisch gesehen, aber er ist so spannend, dass ich ihn einach in meine DVD-Sammlung aufnehmen muss. » (Amazon.de, 01.12.2009) Enfin, pour certains, le recourt à l' « import » (de versions légales ou illégales) constitue un moyen de contourner une offre limitée à des reprises d'éditions télévisées, souvent dénoncées pour les coupures et les adaptations de type « *dépneumatisation* » (extraction de l'esprit ou de l'âme du récit pour le transformer en quelque-chose de totalement différent, cf. chap.3, partie 3.3.1). A ce sujet, la polémique entre les clients d'Amazon.de sur la page du premier coffret de *Dragon Ball Z* [D-9] reflète cette ligne de fracture entre les adeptes de la série telle qu'elle a été diffusée par

RTL II et Tele5, et ceux qui exigent une édition qui, au contraire, propose la série dans son intégralité, en doublage allemand (ce qui impliquerait une nouvelle synchronisation allemande des dialogues pour une bonne partie de la série) ou en version originale sous-titrée.

2.1.3. Thématique 3 : Le coût de l'accès aux *animes* et la recherche de la gratuité

La troisième thématique réunit des thèmes traitant de l'élément économique, un aspect significatif du positionnement des amateurs d'*animes* vis-à-vis des diverses options d'accès à ceux-ci, dont certaines se justifient justement par le fait qu'elles soient disponibles gratuitement.

Les thèmes y-1 et y-11 émergent de commentaires soulevant la question de l'accès à de la distribution gratuite, c'est-à-dire à des sites de téléchargement, qu'ils soient légaux ou illégaux. Le thème y-1 apparaît surtout dans des commentaires faisant simplement état du recours de certains internautes à ces canaux de distribution, tandis que le thème y-11 fait référence à l'expression d'une réelle préférence pour la distribution gratuite souvent dans l'optique d'un refus de la logique commerciale de l'achat d'un produit et privilégie l'idée de l'accès à la demande. Il ressort de ces commentaires que le visionnement d'*animes* en téléchargement permet essentiellement de tester gratuitement une série que l'on ne connaît pas encore ou du moins, un *anime* dont on ne sait pas encore s'il a été bien fait ou pas. Les propos de cet anonyme qui s'exprime au sujet de la série *Chobits* [D-35], sur Animexx.de, sont assez caractéristiques de ce type de commentaires : « Ich hab die Komplette Serie und ich find sie einfach nur genial! » (17.12.2002) Cet *anime* ayant été diffusé à la télévision japonaise en 2002, il était impossible que cet internaute ait eu accès à celui-ci autrement que par Internet. Et comme ces propos semblent faire état d'une possession de la série, on peut en déduire qu'elle a été téléchargée. De fait, cette personne a véritablement découvert cet *anime* sur le Web.

Il apparaît aussi que les internautes ne jugent pas utile de dépenser de l'argent pour telle ou telle série. Mais, dans d'autre cas, le refus de payer pour une édition DVD est justifié par un jugement négatif du travail réalisé par les éditeurs, notamment au niveau des traductions. Ainsi, Dreak, à propos de *One Piece*, sur Anisearch.de, estime qu'il vaut mieux se tourner vers les versions contenant des « fansubs », soit des sous-titrages réalisés par des fans (sans aucune autorisation des ayants droits) et incrustés dans des fichiers vidéo numériques mis ensuite à disposition gratuitement sur des sites de partage ou de téléchargement : « Aber das

war mir anschließend egal ich habe mir den Fansub gezogen auch für die Folgen die ich gesehen hab und nochmal von vorne begonnen. » (27.02.2008)

Les thèmes y-10 et y-12 émergent, eux, de commentaires indiquant un recourt aux « flux » gratuits pour suivre des *animes*. Par flux gratuit, on entend aussi bien la diffusion télévisuelle, pour laquelle une redevance est certes prélevée, cependant seulement une fois par année, mais aussi les sites de « streaming », c'est-à-dire, de visionnement de vidéo en ligne, tels que sur YouTube , par exemple. Ainsi, pour Black-Mogry, qui s'exprime à propos de *Vampire Knight* [D-28], YouTube permet de compenser l'absence d'édition DVD disponible dans son pays (dans ce cas, l'Autriche) : « ja es is ur super ^^ weiß wer wo ich das herbkomme die dvds? wohn in österreich und nirgendwo hab ich sowas gefundn...hab einige folgen berreits auf youtube gesehn und ich finds ur super ^^ » (Animexx.de, 23.09.2009)

2.1.4. Thématique 4 : Décalage temporel et commercial dans le re-conditionnement médiatique

La quatrième thématique soulève les diverses contraintes et difficultés de la circulation et de l'adaptation d'un produit conçu pour un contexte médiatique et commercial spécifique aux conditions de marchés différents.

Les thèmes y-2 et y-3, qui apparaissent relativement peu souvent dans les commentaires regroupés dans cette sous-catégorie, manifestent la conscience de la distance commerciale qui existe entre le Japon et leur propre pays. Celle-ci peut s'exprimer au travers de l'impatience de voir un *anime* commercialisé sur le marché auquel le commentateur a accès (y-2). Ainsi, cet anonyme, qui s'exprime au sujet du premier volume de *Naruto* [FR-1] sur le site de la FNAC, manifeste sa frustration d'avoir dû attendre aussi longtemps pour pouvoir acheter une série aussi connue, mais aussi son contentement de la voir au moins éditée en France : « Mais la encore il faut prendre sont mal en patience car les sorties entre chaques coffrets sont très très longues mais au moins ca sort en France et c'est déjà bien lol. » (09.04.2006) Le thème y-3, qui apparaît très rarement, émerge de commentaires portant sur des points de détails résultant de la distance culturelle entre les deux contextes médiatiques. Ainsi, la monne, répondant au commentaire d'un autre client d'Amazon.fr au sujet du premier volume de l'édition Collector de *Saint Seiya* [FR-9], souligne la manière dont ces éléments ont été retirés des adaptations françaises :

> rem, ta remarque prouve que tu es un néophyte en ce qui concerne Saint seiya et les séries japonaise en VO. Sache que ces coupures "jeux vidéo" comme tu

> le dis s'appellent des "eye catch". ils servent à prévenir de la pause publicitaire au japon. toutes les séries ou presque en ont. ça n'a donc pas été rajouté. c'est la france que virait les "eye catch" à l'époque (tout comme ils viraient les écrans titres) (13.02.2009).

Le thème y-15, plus fréquemment évoqué, porte sur les obstacles techniques, socio-culturels et commerciaux rencontrés par les acteurs qui importent des *animes*, soit pour une diffusion TV nationale, soit pour une commercialisation directement sur le marché de la vidéo du pays d'importation. Ces commentaires révèlent donc une certaine conscience chez les internautes des difficultés liées à l'importation d'une série étrangère. Les questions soulevées peuvent concerner, par exemple, la segmentation d'une série par les éditeurs DVD, à l'instar des propos de cet anonyme, qui s'exprime sur la page FNAC du premier volume de *Naruto* [FR-1] et s'inquiète de savoir si celui-ci contient une saison entière ou pas : « Juste,on dit qu'"il y a 13épisodes mais ca veut dire 13x20min?Ou c tte la saison un ? » (26.01.2006) Mais, de manière générale, les commentaires dans lesquels apparaît ce thème relève le non-respect du produit original par les éditeurs du pays d'importation. En effet, nombre d'internautes, surtout germanophones, considèrent les modifications apportées par les responsables allemands des chaînes de télévision et des maisons d'édition de DVD comme vraiment problématiques. Ainsi, Alexander Titze "Paladin Fenris" qui évalue le premier volume de *Naruto* [D-29] sur Amazon.de, estime que l'on ne saurait tenir Panini, l'éditeur, responsable de la censure et des modifications apportées au scénario et aux images-mêmes de la série, et qu'il n'a fait que reprendre une version de l'*anime* épurée de tout ce qui était jugé inapproprié pour des enfants :

> Panini trifft keine direkte Schuld an der miesen TV-Umsetzung, das ist wegen der "Jugendschutzbestimmmungen" von RTL 2, die offenbar aussagt, dass Anime nur was für Kinder sind und demzufolge jede Form von Gewalt in Anime verharmlost/verniedlicht werden muss, um die Einnahmen zu steigern und die Fans zu verhöhnen!!! (23.10.2006).

Le thème y-16, qui apparaît relativement peu souvent, concerne la transition de la diffusion télévisuelle nationale d'un *anime* à sa distribution sur le marché de la vidéo des pays dont sont issus les auteurs des commentaires. Les questions soulevées portent notamment sur la politique des éditeurs DVD qui, souvent des années plus tard, peuvent soit reprendre la version télévisuelle telle qu'elle a été diffusée, ou, au contraire, proposer une nouvelle édition. De manière générale, les auteurs de ces commentaires n'apprécient guère qu'un éditeur reprenne simplement la version initialement diffusée par la télévision de leur pays, comme l'illustre cet extrait de commentaire de Kaori, à propos du premier volume de *Naruto* [D-29], sur Amazon.de :

> Die Mängel, die zu dieser DVD angesprochen werden sind absolut nachvollziehbar, da die Synchro echt grottig ist und RTL2 diesen tollen Anime regelrecht zerstümmelt hat, dadurch dass jeder kleinste Tropfen Blut zensiert wird. Die ganze Geschichte wurde dadurch fälschlicher Weise geändert.. Personen sterben hierbei nicht, sie "verschwinden". Deshalb schließe ich mich der Kritik der anderen an, denn das ist wirklich eine Frechheit! (31.12.2009)

De manière générale, les commentaires réunis sous cette sous-catégorie y indiquent que pour une bonne partie des internautes, surtout germanophones, les chaînes de télévision nationale et les éditeurs DVD constituent les principales entités d'importation des *animes* dans leurs pays respectifs. Non seulement cela, mais il ressort aussi que la diffusion télévisuelle constitue toujours une étape importante de la réception des *animes*, surtout dans les unités de commentaire en français, puisqu'elle permet aux amateurs de se faire une idée, gratuitement, d'une série avant d'acheter leurs éditions vidéo. De fait, il apparaît que les dispositifs vidéographiques, même à l'ère du DVD, conservent malgré tout leur position de dernière étape dans la réception d'un contenu audiovisuel, qui doit d'abord passer à la télévision. Dans le cas où les *animes* ne sont pas diffusés sur une chaîne accessible depuis leurs pays ou lorsque les internautes ont raté leur diffusion télévisuelle, surtout du côté des germanophones, le téléchargement ou le streaming, le plus souvent illégal, depuis des sites Web de partage, permet de combler cette lacune. Il en découle que le recours aux ressources du Web permet de remplacer le visionnement télévisuel. Les vœux exprimés par certains pour une diffusion sur une chaîne nationale, dans leur langue maternelle, d'*animes* uniquement édités en DVD, confirment cette vision, du moins dans leurs cas. De fait, contrairement à ce qui est souvent prétendu, l'usage du Web pour accéder à des *animes* ne se justifie pas autant par sa gratuité que par l'impression, développée par beaucoup d'internautes, que les chaînes de télévision et les éditeurs, surtout en Allemagne, ne sont pas en mesure de répondre à leurs exigences.

Leur motivation ne se situe donc pas autant au niveau d'un rejet complet d'une logique commerciale, même s'il peut s'exprimer dans le cas de séries dont ils jugent qu'elles ne valent vraiment pas la peine d'être payées, que dans le rejet de certaines politiques éditoriales. Parmi les exigences, on retrouve non seulement celle d'un respect du produit original, n'admettant que très mal les modifications apportées pour l'adapter à un public auquel il n'était pas forcément destiné, mais aussi le désir d'expérimenter le récit dans diverses langues, la sienne mais aussi celle de la version originale ou de versions plus complètes, ainsi qu'une certaine régularité dans la sortie des épisodes. Si aucun commentaire ne demande une immédiateté

dans l'accès, nombre d'entre eux ne comprennent pas pourquoi il peut parfois s'écouler des années entre la sortie au Japon et celle dans leur propre pays, ou de longues périodes entre la diffusion sur une chaîne nationale et la distribution en vidéo. Il apparaît ainsi que pour compenser ces diverses lacunes et contourner des contraintes dont ils ont l'impression qu'elles leur sont imposées par le haut, ces internautes sont prêts à s'initier à divers dispositifs techniques vidéographiques et y avoir recourt.

2.2. Modalités d'immersion sensorielle (sous-catégorie yy)

La sous-catégorie « yy » renvoie à une question centrale des discours d'accompagnement des nouveaux dispositifs numériques, à savoir leur grande qualité de rendu sonore et visuel. Elle concerne donc plus spécifiquement l'aspect sensoriel de la réception des *animes*. Il s'agit de la sous-catégorie la moins représentée dans les deux corpus de toutes les sous-catégories, puisqu'elle ne regroupe que 1 % de l'ensemble des unités de commentaires. Ce résultat n'est pas si surprenant, car, ce travail porte sur des contenus audiovisuels, pour lesquels, comme on l'a vu au chapitre 2, il n'existe *a priori* pas d'attentes particulières en matière de qualité de son et d'images. En effet, une des raisons qui a longtemps fait de la télévision une expérience dégradée par rapport à celle qu'offraient les salles de cinéma relevait justement de la différence entre les deux dispositifs technologiques et le type d'immersion sensorielle qu'ils permettaient. A cause de la rareté de son évocation dans les commentaires, cette sous-catégorie n'a généré que 4 thèmes, portant ainsi essentiellement sur des caractéristiques techniques des dispositifs matériels utilisés dans le cadre du suivi des *animes*.

Le thème yy-1 émerge de commentaires faisant référence à des dispositifs permettant la lecture en haute définition (HD). Celle-ci est devenue un des chevaux de bataille marketing des fabricants de matériels électroniques, les plus mis en avant ces dernières années, notamment d'écrans plats et de supports vidéographiques, dont le DVD. De manière générale, les internautes qui s'intéressent à cette question s'attendent à trouver un format d'image en 16:9 sur les éditions DVD, même pour des séries qui n'ont pas été créées pour des écrans plats et rectangulaires. Ainsi, Chin Linus, en décrivant le premier coffret digipack de *xXxHolic* [D-18], remarque que l'image est au format cinématographique en 16:9, à l'instar de ce qui se fait pour les nouvelles séries télévisées : « Das Bild ist - wie bei vielen neuen Serien - im Kino-16:9-Format. » (Amazon.de, 31.10.2007) Marlis J., de son côté, se plaint que l'édition simple de *Naruto* [D-29] ne propose pas une compression de l'image compatible avec des écrans haute définition :

> die Bildqualität ist zwar für "normale" Fernseher ausreichend, grade bei LCD- und Plasmabildschirmen weist sie aber Schwächen auf (Fragmente). Bei einer TV-Fassung frage ich mich sowieso warum sie "Interlaced" und nicht "Progressive" auf die DVD gepresst wurde (Amazon.de, 23.11.2006).

Le thème yy-3 comprend des unités de commentaire ayant une portée plus large, s'intéressant à la qualité générale du rendu audiovisuel (son + image). Ces quelques commentaires reflètent une aspiration à une expérience audiovisuelle supérieure, permise non seulement par les dispositifs techniques actuels, mais aussi par la décision de certains studios de « remastériser » leurs séries, c'est-à-dire, de proposer un original de meilleure qualité en vue d'éditions adaptées aux potentiels des supports optiques et des écrans actuels. Ainsi, Wetter encourage, dans son évaluation de *Death Note* [D-24] de regarder cet anime avec un système audio capable de gérer la norme 5.1. Surround pour une meilleure immersion auditive : « Sowas nochmal mit 5.1 Sound genießen dürfen... woar das dürfte das Erlebnis in dieser Episode nochmals um das X-fache ansteigen lassen. » (Anisearch.de 04.07.2007). Par ailleurs, lorsqu'il existe une version « remasterisée », comme par exemple pour la série *Neon Genesis Evangelion* [FR-5], dont la production remonte à la première moitié des années 1990, certains internautes, à l'instar de Panzer Faust, recommandent alors de la regarder dans cette nouvelle mouture :

> Le graphisme est lui aussi réussi : chaque personnage est identifiable au premier coup d'oeil et les décors sont magnifiques. En tout cas, cela ne fait pas trop "vieillot" pour une série datant de 1995 (Je vous conseille tout de même, les différentes versions remasterisées) (Anime-kun, 04.12.2006).

Les thèmes yy-5 et yy-6 concernent la question du transfert respectivement des bandes-son et des images des versions destinées à la télévision aux versions pour l'édition vidéo. Ils signalent non seulement une préoccupation au sujet de la qualité sensorielle de l'expérience audiovisuelle, mais aussi souvent une connaissance plus poussée des questions techniques liées au travail d'édition vidéographique. De manière générale, il émerge aussi ici une attente de la part de ces internautes vis-à-vis des éditeurs DVD pour une amélioration de la qualité de l'image et du son original. Il arrive néanmoins ici ou là que certains internautes estiment qu'il n'y a aucune raison de retravailler le son et l'image d'un *anime* qui a été créé pour des conditions audiovisuelles qui correspondaient aux dispositifs en usage lors de leur création. Ainsi, Martin Hübner, dans son évaluation du premier volume de *Dragon Ball Z* [D-9] sur Amazon.de, estime qu'il est normal qu'un *anime* des années 1980-1990 soit édité dans ses formats audiovisuels d'origine : « 4:3 ist das Originalformat, also kein Mangel (Bildqualität

ist wieder ein anderes Thema...[355]) Ton für eine Serie aus den 80ern... Absolut in Ordnung und kein Mangel. » (01.12.2009)

La rareté des unités de commentaires évoquant cette sous-catégorie semble suggérer que la plupart des internautes recensés dans cette étude seraient peu sensibles à question de la réception sensorielle des *animes*, en fonction des divers dispositifs auxquels ils sont accès. Il est en effet à noter que parmi tous ceux qui ont fait référence à du téléchargement, aucun ne mentionne la question de la qualité, pourtant souvent mauvaise, voire très mauvaise, du son et de l'image de ces fichiers vidéo. Comme on le voit dans les statistiques d'occurrences des thèmes de cette sous-catégorie, peu de gens relèvent ce sujet dans le cadre de leur suivi des *animes* à la télévision et seulement quelques-uns ne la mentionnent pas dans leur usage du DVD. Cependant, les internautes qui évoquent ces questions réclament presque tous une qualité audiovisuelle qui corresponde aux capacités techniques des dispositifs numériques actuels, à savoir une bonne résolution d'image, un format au moins de 16:9, et des canaux sonores permettant une certaine immersion auditive, notamment la norme 5.1.

2.3. L'accès linguistique et les diverses politiques de traduction (sous-catégorie yyy)

La traduction, dans son sens étymologique premier, *traducere*, soit l'idée de faire traverser quelqu'un ou quelque-chose d'une rive à l'autre, constitue un des éléments centraux de la circulation culturelle des contenus le long des voies commerciales établies par les entreprises impliquées dans l'industrie du divertissement audiovisuel. La sous-catégorie yyy vise justement à regrouper les unités de commentaire manifestant les thèmes liés à ces questions. En effet, comme l'a montré Abe Nornes dans son ouvrage sur la circulation mondiale des films de cinéma, une des principales lignes de partage entre publics sépare les diverses relations qu'ils établissent vis-à-vis des œuvres issues d'une production étrangère. Il montre tout particulièrement les oppositions entre adeptes de ce qu'il appelle l'*expérience directe du texte*, à savoir une immersion dans celui-ci qui se fasse sans aucun obstacle, nécessitant alors le doublage du film dans la langue-cible, et les partisans d'une approche dite « *non-médiée* » de l'œuvre originale, basée sur le sous-titrage[356]. Cette sous-catégorie ayant généré treize thèmes, il a aussi été décidé de les regrouper dans trois grandes thématiques.

---

[355] http://forum.anime-virtual.de/forum_anime/topic.asp?TOPIC_ID=1412 2.0
[356] Abe Mark Nornes, *Cinema Babel*, *op. cit.*, p. 117.

2.3.1. Thématique 1 : Evaluations des doublages traduits

La première thématique (T1), qui compte le plus grand nombre d'unités de commentaires issus de cette sous-catégorie, porte sur le travail de traduction et de doublage dans la langue de destination des marchés européens francophones et germanophones. Les commentaires s'expriment le plus souvent de manière générique (yyy-3), mais ils peuvent aussi se faire plus précis et aborder cet aspect de l'expérience des *animes* sous deux angles : d'une part, la qualité de la traduction (yyy-2) ainsi que les difficultés de ce processus qui peuvent mener à une forme de trahison (yyy-9) ; d'autre part, le choix des voix et le travail des acteurs francophones (yyy-5), anglophones (yyy-6) et germanophones (yyy-7), et parfois, une préférence pour le doublage traduit (yyy-8). Dans l'ensemble, les propos sur les doublages traduits restent très généraux et c'est donc le thème yyy-3 qui ressort le plus souvent, non seulement dans cette thématique, mais aussi de la sous-catégorie en générale. Ainsi, l'extrait de commentaire de cet anonyme, qui s'exprime sur le premier coffret de *Naruto* [FR-1], se contente simplement de signaler sa détestation de la version française : « Et enfin, mention spéciale NULE à la bande son Francaise avec des doublages HORRIBLE !!! » (15.11.2006)

Le thème yyy-2 ressort de commentaires qui prétendent évaluer les doublages traduits en fonction de leur fidélité aux dialogues d'origine, à l'instar de Pegasus Seiya qui s'exprime sur le doublage français d'*Albator 84* [FR-16] sur la base son expérience de la série en elle-même :

> La qualité médiocre du doublage (bien que de nombreux comédiens du très bon doublage d'Albator 78 reviennent) contribue à décourager le choix de la VF, d'autant que la VF va jusqu'à se permettre de modifier complètement le sens de certains passages en improvisant des monologues ou des dialogues qui n'ont rien à voir, de près ou de loin, avec une quelconque traduction de la VO (et cela dès la scène d'ouverture du film L'Arcadia de ma Jeunesse, comme quoi ils n'ont vraiment aucun scrupule. lol !). A noter que l'excellent Richard Darbois laisse sa place au regretté François Leccia dans le rôle d'Albator (Darbois reprendra ensuite le rôle dans Harlock Saga et Captain Herlock: The Endless Odyssey - Outside Legend). Les passages censurés à l'époque passent en VOst (Amazon.fr, 28.08.2009).

Cet extrait de commentaire résume d'ailleurs à lui-seul plusieurs des éléments que l'on retrouve aussi dans les propos d'autres internautes concernés par ce sujet, à savoir non seulement les modifications de dialogues dans le doublage, mais aussi une naturalisation abusive du récit, et l'expédient consistant à réinsérer des scènes autrefois coupées dans les versions télévisées, mais uniquement en VOST. Cette opération résulte dans d'étranges

ruptures en cours de lecture, puisque l'on passe soudainement du français ou allemand au japonais pour quelques échanges de dialogue, avant de revenir au français ou à l'allemand.

Le thème yyy-9 émerge de propos relevant aussi bien les difficultés à traduire certaines formulations japonaises pour lesquelles aucun équivalent n'existe dans la langue-cible, mais aussi à rendre certains éléments oraux, tels que l'usage d'accents japonais spécifiques pour donner une teinte plus typée à certains personnages. Ainsi, pour ces internautes, le passage du doublage japonais au doublage français semble impossible sans risquer de gâcher totalement l'expérience de l'*anime*, comme l'illustre le propos de Tobias Hößl et Marcus Tièschky, relèvant l'impossibilité de rendre en allemand le dialecte d'Osaka utilisé par un des personnages de *Cardcaptor Sakura* [D-26] : « Ansonsten wurde Keros Osaka-Dialekt aber nicht weiter umgesetzt - er spricht klares Deutsch, womit leider ein paar Anspielungen auf seinen Slang in den Dialogen verloren gehen. » (Animexx.de, 29.12.2002)

Les thèmes yyy-5, yyy-6 et yyy-7 manifestent spécifiquement une sensibilité pour la qualité du travail des doubleurs respectivement allemand, anglais et français qui est souvent évaluée en fonction de leur capacité à incarner leurs personnages, comme le montre cet extrait de commentaire d'AlainVic à propos du premier coffret de *Naruto* [FR-1] :

> Le coffret comprend les 13 premiers épisodes avec Vf et Vostfr. Rien à redire sur la Vo qui est très bonne, mais la Vf n'est pas exempt de défauts. C'est dommage sachant que c'est surtout la voix de Naruto qui est crispante, notamment à cause de la doubleuse qui a tendance à trop surjouer en mâchant ses mots. On savait que Naruto était impulsif, mais quand même... Au passage, chapeau au doubleur de Sasuke qui joue son rôle à merveille (Amazon.fr, 08.03.2010)!

De manière générale, l'évaluation du doublage dans leur langue maternelle se fait en fonction de ce que les internautes savent de la version originale, qui sert alors de principal point de référence. Le jeu des acteurs est ainsi évalué en fonction de la performance des *seiyus* (les acteurs japonais).

Enfin, un petit nombre d'internautes affirment une préférence pour les versions doublées traduites (thème yyy-8), prenant ainsi le contre-pied de ceux qui ne jurent que par les versions originales sous-titrées et se caractérisent ainsi comme de « vrais » fans. Cependant, les auteurs de ces commentaires se sentent quand même obligés de justifier leur position, que ce soit en invoquant la qualité exceptionnelle des doublages dans leur langue maternelle, leur capacité à mieux rendre une ambiance non-japonaise ou tout simplement en signalant que les sous-

titres, accompagnant une VO, peuvent parfois être complètement faux et rendre l'histoire incompréhensible à ceux qui ne maîtrisent pas le japonais. C'est l'argument invoqué par Daniele Borello à propos du premier volume de *Death Note* [D-24] :

> Insofern man nicht perfekt japanisch spricht, wäre man auch bei Originalton auf die Untertitel angewiesen, welche genauso falsch sein könnten. Und wenn 95% von dem gesagten falsch wäre, würde man überhaupt nichts mehr von der Story verstehen, was aber ziemlicher Quatsch ist (28.06.2009, Amazon.de).

2.3.2. Thématique 2 : Evaluations des doublages originaux

La seconde thématique (T2) réunit les thèmes portant sur le travail des *seiyus* ayant prêté leur voix à la version originale des *animes*. Ils mettent en avant la connaissance de certains internautes au sujet du travail et du statut particulier de ces acteurs, mais aussi des postures critiques, se permettant parfois de jauger négativement leur jeu (yyy-4) ou, au contraire, recommandant la version originale (yyy-10).

Le thème yyy-4 concerne un aspect particulier de la réception linguistique des *animes*, à savoir la sensibilité aux performances des *seiyus*. Celle-ci manifeste une capacité à se projeter au-delà de sa propre culture afin d'expérimenter une autre production médiatique. Si dans l'ensemble les critiques restent vagues, se contentant de parler de la version originale, sans donner plus de détails, il arrive que certains commentaires mentionnent directement un(e) *seiyu*, que ce soit pour chanter ses louanges ou, au contraire, pour dénigrer sa prestation. Ainsi, Scalix semble détester l'actrice qui incarne le personnage principal dans *Naruto* [FR-1] : « J'en place une petite sur les doubleurs, ou plutôt sur Junko Takeuchi, doubleuse de Naruto : ON TE DETESTE TOUS ! Sa voix devient insupportable très rapidement, à tout le temps crier, ronchonner... Une horreur. » (Anime-kun, 12.10.2005)

Le thème yyy-10 émerge de commentaires recommandant explicitement le suivi de l'*anime* en VOST, et rejetant souvent d'office la version doublée dans une autre langue. De manière générale, la version originale sous-titrée y est souvent présentée comme la meilleure manière de goûter l'*anime*, les doublages proposés par les éditeurs européens étant considérés comme presque systématiquement mauvais. Certains internautes expriment alors plus clairement la principale justification pour cette préférence, à savoir une distinction entre « vrais » fans et les autres. Ainsi, N. Dehn, dans son commentaire à propos du premier volume de *Death Note* [D-24] posté sur Amazon.de, base cet argument sur une analogie avec les cinéphiles. Pour cet internaute, tout comme un « vrai » fan de films ne les regarde qu'en VOST, un « vrai » fan

d'*animes* (particulièrement souligné par l'usage de majuscules) les regarde aussi en japonais sous-titré, dans la mesure où même le meilleur doublage allemand ne pourra jamais avoir la même qualité sonore que la version japonaise, sans compter la mauvaise prononciation des noms japonais ou des termes préservés dans la traduction :

> Ist aber leider Fakt. SO wie wahre Film-Fans immer nur Originalton gucken, so hat ein WAHRER Anime-Fan immer stets seine animes in japanisch zu gucken. Die deutsche Synchro kann noch so gut klingen wie sie will, übersetzt wird zu 95% alles total falsch und die japanischen Namen werden katastrophal ausgesprochen (09.06.2009).

2.3.3. Thématique 3 : Evaluation des sous-titres

La troisième thématique (T3) regroupe les thèmes liés à la traduction dans les sous-titres (yyy-11) et à leur réalisation (yyy-13), mais aussi à la comparaison avec les *fansubs* (yyy-12), c'est-à-dire, des sous-titres amateurs proposés par les fans, et à l'expression d'une préférence pour ceux-ci (yyy-14).

Le thème yyy-11 réunit les unités de commentaires traitant de la qualité de la traduction utilisée dans les sous-titres. Un des principaux griefs des internautes concerne généralement des fautes de traduction qui rendent l'histoire difficilement compréhensible. Un autre problème fréquemment relevé concerne la tendance, chez certains éditeurs, à simplement reprendre, par écrit, la traduction utilisée pour les doublages. De manière générale, les internautes attendent des sous-titres une traduction plus littérale que dans les doublages, l'idée étant qu'il est plus facile de retranscrire par écrit la lettre d'un dialogue que par oral, surtout s'il faut correspondre aux mouvements des lèvres. Ainsi, Alexander Titze "Paladin Fenris", dans son évaluation du premier volume de *Naruto* [D-29], exprime sa satisfaction de ne pas être confronté à des sous-titres qui soient une simple reprise d'un doublage dont il juge la traduction vraiment mauvaise, mais une traduction directe du japonais : « Die deutschen Untertitel sind auf die japanische Fassung hin übersetzt und sind KEINE Dub-Untertitel von der wirklich, wirklich misslungenen Deutschen TV-Synchro. » (Amazon.de, 23.10.2006)

Le thème yyy-13 porte sur un aspect plus spécifique de l'évaluation des sous-titres, à savoir leur clarté et leur synchronisation avec le déroulement des dialogues et des images. Ce thème n'apparaît que peu souvent, mais certains internautes ont relevé des problèmes de lisibilité, à l'instar du rédacteur d'AnimeaufDVD.info à propos du premier volume de *FLCL* [D-2], qui juge les sous-titres faciles à lire et à suivre : « Die Untertitel sind in weiß gehalten und sind jederzeit gut lesbar. Auch das Timing ist immer einwandfrei und lässt dem Zuschauer

ausreichend Zeit zum Lesen. Zudem unterscheiden sie sich von der deutschen Synchro soweit, dass man sie nicht als Dubtitel bezeichnen kann. » (s.d.)

Les thèmes yyy-12 et yyy-14 émergent de commentaires, francophones pour la plupart, évoquant le suivi d'*animes* grâce à des versions téléchargées du Web et ayant bénéficié de *fansubs*, soit de sous-titrages réalisés par les fans, qui ont non seulement traduit les dialogue, mais ont aussi intégré les sous-titres dans des fichiers numériques, souvent extraits d'édition DVD. Généralement, la justification de cette pratique réside dans un rejet de sous-titres officiels jugés mauvais ou même bâclés, comme l'illustrent les propos de dr-gonzo2 à propos du premier volume de *Naruto* [FR-1] sur Amazon.fr : « Donc si vous ête un minimum exigeant (pour le prix,je pense que oui)si vous faite partie de cette grande majorité de gens qui ne regardent qu'en vo la japanime rabattez vous sur le fansub, c'est ces mecs la qui devraient faire les dvd on aurait de la qualité !!!! » (01.02.2006) Dans d'autres cas, au contraire, les internautes préfèrent les traductions officielles, à l'instar de Xanatos, dans son commentaire sur le coffret intégral Collector d'*Albator 84* [FR-16] :

> Je leur fais mille fois plus confiance dans ce domaine que les "fansubbers". Si certains d'entre eux parlent couramment japonais et font des traductions soignées, il y en a aussi beaucoup d'autres qui se contentent de traduire à partir de fansubs anglais, sans être certains que la traduction anglaise soit à la hauteur (13.03.2009).

Dans l'ensemble, les thèmes déclinant cette sous-catégorie portant sur l'accès linguistique font émerger des discours qui établissent la version originale japonaise comme le point de référence pour toute évaluation des adaptations commercialisées en Europe. Cette perspective donne lieu à une distinction entre deux grands types de public, qui rappelle les observations d'Abé Mark Normes (2007) : d'une part, les adeptes d'une expérience aussi authentique que possible, passant par une reconstitution reprenant au plus près les conditions de visionnement originel, et d'autre part, les partisans d'un accès direct au récit, passant par un doublage traduit de bonne qualité. De manière générale, les premiers se sentent autorisés à se présenter comme les « vrais » fans d'*animes*, tandis que les seconds sont obligés de défendre leur droit ce statut, en justifiant leur préférence pour des versions doublées dans leur langue maternelle par divers arguments, dont, notamment, la difficulté à suivre des sous-titres. Il apparaît donc que le suivi des *animes* en VOST s'impose pratiquement comme une norme dans cette pratique. Présentée comme la meilleure manière de s'immerger non seulement dans le récit, mais aussi dans

l'ambiance culturelle qui le caractérise, elle devient ainsi la marque d'une forme d'élitisme, qui reflète celui que l'on trouve dans d'autres pratiques culturelles parallèles, notamment dans la cinéphilie. Cet élitisme se caractérise par des compétences linguistiques, médiatiques et culturelles permettant à ces internautes de développer une expérience approfondie de ces productions industrielles. De fait, ces derniers se montrent volontiers très critiques sur la qualité des traductions et de la présentation graphique des sous-titres, dans la mesure où leur expérience narratologique dépend en grande partie du soin que les éditeurs apportent à ce passeur.

2.4. La vidéophilie comme lien entre loyauté au média télévisuel et cinéphilie appliquée aux séries

L'analyse des thèmes attribués à l'axe Y permet de dessiner les contours de pratiques qui, si elles préservent certaines habitudes héritées des usages des dispositifs vidéographiques des années 1980 et 1990, à savoir la cassette vidéo et le lecteur-enregistreur reliés à un poste de télévision, s'enrichissent aussi d'une diversité de dispositifs de visionnement et d'enregistrement vidéo et des compétences requises pour les utiliser. Ainsi, il est intéressant de noter que la télévision, en tant que média, continue de jouer un rôle central dans l'accès aux *animes*, comme produit audiovisuel créé dans un autre contexte commercial et sociétal que ceux dont sont issus les internautes de cette étude, et ce, malgré le fait que le DVD soit aujourd'hui le principal véhicule de circulation internationale des *animes*. Il apparaît donc que pour nombre d'internautes, les *animes* restent avant tout des produits télévisuels, même quand ils sont distribués sous forme vidéographique. Dans leur esprit, la diffusion d'un *anime* à la télévision constitue encore une étape marketing permettant aux amateurs d'*anime* de prendre connaissance d'un titre, de le jauger, puis de décider, en sus des évaluations trouvées sur des sites spécialisés, comme ceux étudiés ici, de le collectionner en vidéo, légale ou illégale. Cette façon de considérer les *animes* comme définitivement liés à l'univers télévisuel explique peut-être en partie la rareté des commentaires portant sur la qualité de la réception sensorielle (sous-catégorie yy).

Dans cette analyse thématique, le Web apparaît comme un dispositif hybride et intermédiaire, entre les pratiques de suivi télévisuel et celles de divertissement individualisé à la demande. Il peut à la fois jouer le rôle de la télévision, permettant aux amateurs de découvrir un *anime* qui n'a jamais été diffusé sur une chaîne de télévision, afin qu'ils puissent décider de le collectionner, et de ressources en vue de se procurer les *animes* eux-mêmes, par

téléchargement, légal ou pas. Il ressort de ces discours que beaucoup d'internautes de cette étude refusent d'acheter quelque chose qu'ils ne connaissent pas, ce qui correspond aussi aux usages recensés des cassettes vidéo préenregistrés et des DVD qui s'inscrivent dans une chaîne commerciale et marketing qui en fait des produits finaux. Dans leur majorité, ils ne semblent donc pas rejeter une quelconque logique commerciale, mais expriment plutôt le besoin de contourner certains obstacles qui dérangent leurs propres habitudes.

D'un autre côté, la dissociation entre la série TV et la logique télévisuelle de grille horaire, imposant son rythme de visionnement au téléspectateur, occasionnée par la possibilité de collectionner les épisodes sur un support vidéographique, matériel (DVD) ou immatériel (fichiers numériques), réactualise des attentes préexistantes et liées aux pratiques de divertissement audiovisuel vidéographique. Il s’agit notamment du contrôle de la temporalité du visionnement ainsi que de son rythme, afin de pouvoir plonger à volonté dans le récit. De nombreux commentaires font ainsi état du plaisir ressenti par les internautes d'avoir pu regarder des dizaines d'épisodes d'une série à la suite et de la posséder sous forme de coffrets-saison ou même intégraux. L'idée est donc non seulement d'échapper à la grille programmatique de la télévision, mais aussi de contrôler son immersion dans l'histoire. Dans certains cas, il s’agit aussi de contourner la censure télévisuelle ou les problèmes de diffusion. Si les internautes ne désirent pas une immédiateté impossible à réaliser par les acteurs industriels, ils exigent néanmoins un rythme de sortie "raisonnable" (selon leurs propres critères, qui peuvent naturellement varier beaucoup d'un individu à l'autre). De fait, ils n'hésitent pas alors à chercher leur bonheur hors des frontières de leur pays, que ce soit sur le Web ou en se procurant des éditions DVD à l'étranger. Le téléchargement, légal ou illégal, se prêtant autant à la collection d'épisodes que l'achat de DVD, le choix de l'un ou de l'autre semble donc dépendre non seulement de considérations de coût, mais aussi et surtout d’accès technique et linguistique.

Justement, sur cette question de langue, l'analyse thématique des discours fait ressortir des attitudes élitistes que ne renieraient pas des cinéphiles. Il apparaît ainsi que pour la plupart des internautes ayant abordé ce sujet, un véritable fan d'*animes* se doit non seulement de le regarder en japonais, avec ou sans sous-titres, mais aussi de développer les compétences culturelles et cognitives nécessaires pour arriver à les suivre de cette manière-là. Du coup, ceux qui préfèrent les versions doublées apparaissent en quelques sortes comme des publics moins assidus ou même carrément illettrés.

De manière générale, confrontés à la promotion à la fois d'une logique d'accès (télévisuel ou en-ligne) et d'une logique de possession (collection de produits vidéographiques), les internautes recensés ici manifestent une capacité à combiner les deux, dans une optique pragmatique. Pour nombre d'entre eux, ce qui compte avant tout, c'est la possibilité de suivre un *anime* au fur et à mesure de sa parution, soit au Japon, pour les plus zélés, soit dans leur propre pays, sans trop de ruptures dans la programmation. La télévision et le Web permettent ainsi de prendre connaissance de la série et de décider de son intérêt. Par la suite, les versions vidéographiques constituent un moyen de conserver dans une collection personnelle les *animes* préférés et de les expérimenter sur un mode personnalisé, de façon à favoriser une immersion narratologique à convenance. Si les éléments de vidéophilie prédominent dans cette partie de l'analyse, il semblerait que ce soit souvent au service d'attitudes que l'on associe plutôt aux publics les plus fidèles d'œuvres cinématographiques. Ainsi, l'exigence d'une édition linguistique qui soit au plus près du récit d'origine afin de pouvoir en tirer une expérience aussi ‘authentique’ que possible relève-t-elle d'une exigence culturelle élitiste par laquelle un *anime* est conçu comme une œuvre.

3. Axe Z: Evaluations du travail de re-conditionnement des *animes* en produits DVD

Le dernier axe d'analyse concerne les usages des DVD en tant que produit basé sur un support numérique et résultant d'un re-conditionnement de son contenu. Comme on l'a vu dans le chapitre 2, les éditions DVD de contenus sériels permettent de conserver sous une forme tangible un flux télévisuel autrement dépendant de la programmation décidée par le diffuseur et donc éphémère. Elles servent ainsi à le reconfigurer, faisant d'un élément créé initialement pour s'insérer dans une grille télévisuelle et donc un dispositif médiatique de flot et de rendez-vous collectif, une marchandise culturelle à collectionner individuellement, afin de reconstituer dans un cadre sous contrôle privé et individuel un long récit découpé en épisodes.

La collecte d'*animes* en DVD sert surtout à posséder l'entier du récit et à contrôler le rythme ainsi que la temporalité de son visionnement. De fait, l'hypothèse de la ciné-vidéophilie vise à articuler deux attitudes *a priori* irréconciliables, aussi bien d'un point de vue de la hiérarchie des pratiques culturelles, que des usages. En effet, la question est de savoir ce qui se passe lorsque des gens, amateurs de contenus télévisuels, sont confrontés à des produits éditoriaux

qui les reconfigurent dans une optique plutôt de cinéphilie, à savoir d'acquisition d'une culture pointue autour de contenus normalement essentiellement destinés au divertissement. Cependant, le divertissement, du moins dans le cadre du suivi des *animes*, ne se limite pas uniquement à une simple évasion dans un monde de fiction. De nombreux internautes affichent une volonté de s'immerger dans ces récits qui peuvent rappeler les discours de certains cinéphiles sur la nécessité de se plonger entièrement dans le film, manifestant un plaisir d'accumuler des connaissances sur les conditions de production et sur les récits eux-mêmes, mais selon une approche pluri-médiatique. Même si ce genre de connaissances n'est pas aussi valorisé que les savoirs de type plus académique que l'on peut trouver chez les cinéphiles, il apparaît malgré tout un certain parallèle entre la démarche de ces amateurs d'*animes* et celle des passionnés de cinéma, qui pourrait justement servir de point d'articulation entre la cinéphilie et la vidéophilie, et s'incarner dans les logiques présidant aux usages du DVD appliqués au suivi des *animes*. L'analyse des thèmes regroupés sous cette catégorie devrait justement permettre d'évaluer jusqu'à quel point on peut parler de ciné-vidéophilie pour décrire les usages du DVD par les amateurs d'*animes* qui se sont exprimés sur les sites Web étudiés.

3.1. Evaluation du re-conditionnement en marchandise culturelle d'un *anime* (sous-catégorie z)

Cette première sous-catégorie z aborde la manière dont les amateurs d'*animes* conçoivent leur relation vis-à-vis de ce produit éditorial qu'est le DVD dans le cadre de leur suivi de ces séries TV. Sont abordées surtout les questions liées aux éléments de la présentation des *animes*, comprenant notamment le rythme des sorties, la dispersion des épisodes sur plusieurs volumes ou coffrets, le choix des contenus secondaires et matériels, mais aussi le soin apporté à l'emballage ainsi que la politique des prix. Cette sous-catégorie ayant généré une vingtaine de thèmes, il a également été décidé de les regrouper dans quatre grandes thématiques qui couvrent ces divers aspects.

3.1.1. Thématique 1 : Le DVD, objet de collection ou d'accumulation d'épisodes

La première thématique, qui comprend presque la moitié de l'ensemble des unités de commentaires de cette sous-catégorie, se manifeste d'une part selon des comparaisons génériques entre éditions, et d'autres parts dans des discours faisant la part belle au DVD en tant qu'objet de collection et de re-conditionnement de séries en marchandises culturelles.

Le thème z-3 regroupe les propos visant à comparer les diverses éditions qui peuvent exister autour d'un même *anime*, que celles-ci soient issues d'une seule maison d'édition soient commercialisées sur le même marché linguistique (édition francophone, édition germanophone, édition anglophone, etc.) ou dans une autre zone de standard (Amérique du Nord - zone 1, Europe et Japon - zone 2, etc.). On le retrouve surtout dans le corpus germanophone. Il émerge de commentaires comparant l'édition critiquée avec d'autres produits DVD, soit pour le même *anime*, soit pour d'autres, soit même simplement avec d'autres produits vidéo, hors du champ des *animes*. Il se manifeste surtout par des comparaisons entre les éditions allemandes avec des éditions réalisées dans d'autres aires linguistiques, notamment anglophones ou francophones. Ainsi, yamatoking, dans son évaluation de *Cardcaptor Sakura* [D-26], sur Animexx.de, affiche une préférence pour l'édition française de cette série, notamment parce que l'éditeur a laissé plusieurs chansons japonaises apparaissant dans certains épisodes, alors qu'apparemment, elles ont été supprimées de l'édition allemande : « Die Franzosen haben sogar verschiedene Lieder die während den Episoden kommen komplett auf japanisch gelassen!^^ » (13.01.2003)

Le thème z-10, qui obtient le plus grand nombre d'occurrences sur les deux corpus, regroupe les unités de commentaires faisant du DVD un objet culturel à collectionner, manifestant une acceptation du re-conditionnement de la série TV d'animation japonaise en contenu d'un certain statut, et qui vaut donc la peine d'être préservé. La notion de fan est fréquemment évoquée pour justifier l'idée de collection de tels contenus en DVD. Les discours parlent alternativement de « fans d'*animes* » ou de « fans » d'un titre en particulier. Le « fan d'*animes* » apparaît comme un collectionneur, ainsi que l'illustre king-didou, à propos du premier coffret de *Naruto* [FR-1], sur Amazon.fr : « bref à posséder pour tout fan de Japanime qui se respecte !!! Vivement la suite :) » (21.01.2006) D'autres mettent l'accent sur le fait que le type d'édition est véritablement destiné à servir la préservation d'une série de qualité, comme l'illustrent les propos de Yunie48, au sujet du premier coffret de l'édition Collector de *Ranma*$^{1/2}$ [FR-10], sur Amazon.fr : « Pour conclure, c'est un très bon coffret collector pour tous les nostalgiques (ou pas!) à un prix très abordable ! Vivement la suite !!! » (05.01.2009)

Les internautes se prononcent aussi parfois sur la capacité des éditeurs de DVD à rendre justice aux *animes* (z-21) et donc, à respecter leur public (z-23). Ces commentaires portent souvent sur le rôle joué par les éditeurs dans la restauration de séries, considérées comme complètement dénaturées par les responsables des programmes TV, à l'instar de cet anonyme qui s'exprime sur le premier coffret Collector de *Saint Seiya* [FR-9] : « ENFIN UNE

EDITION DINGNE DE LA SERIE ORIGINAL terminé les 10 minutes de résumé sur les 20 minutes de l'épisodes et une vrai image restaurée et non une copie baclée de la VHS sur DVD. » (FNAC, 11.12.2007) Par ailleurs, certains auteurs de commentaires se montrent très sensibles aux ratés d'un travail d'édition visant à adapter à un jeune public des *animes* destinés à des audiences plus âgées. Ainsi, Eskiya, à l'instar d'autres fans de *Naruto* [D-29] ne peut s'empêcher de dénoncer le travail de Panini, l'éditeur DVD de cet *anime* en Allemagne, qui le transforme en dessin animé pour enfants : « Was sich Panini dabei gedacht hat, einen Anime Kindgerecht zu machen, der von Ninjas handelt, und somit Kampf, Blut, Leid und Emotionen beinhaltet, ist mir Rätselhaft. Es ist doch von vornherein klar, dass der Kampf (Blut und Waffen) im Mittelpunkt steht (grob betrachtet). » (Amazon.de, 22.10.2006)

Enfin, l'esthétique et la solidité de l'emballage constitue aussi un sujet de discussion chez certains internautes. En effet, en tant qu'objet de collection mais aussi éventuellement d'exposition. Les boîtiers ou coffrets se doivent donc d'afficher une certaine esthétique (z-9) et une bonne qualité matérielle (z-18). Comme il s'agit de préserver dans la durée un contenu auquel les internautes tiennent, il faut aussi que cet emballage soit solide (z-11).

La question de l'apparence des emballages s'incarnent souvent dans des commentaires portant sur les sérigraphies utilisées pour illustrer les coffrets ou les boîtiers contenant les DVD. La plupart du temps, les internautes se contentent de souligner l'élégance (ou au contraire la laideur) de la présentation extérieure. Une mauvaise présentation de l'emballage peut constituer un problème, comme le montre cet extrait de commentaire de cet anonyme, à propos du premier coffret de *Saint Seiya - Hadès: Le sanctuaire* [FR-9b] : « Gros bémol, le coffret par lui même est lamentable !!! Pas de livret, une pauvre bote "bricolée!" en carton de mauvaise qualité, avec 2 boites de dvd qui se balladent à l'interieur, et pas de bonus. A acheter pour l'histoire qui est tout de même vraiment excellente Vivement la suite !!! » (29.05.2008) De fait, lorsque le matériel utilisé est jugé de mauvaise qualité ou bien peu digne de l'*anime*, certains ont l'impression que les éditeurs bâclent leur travail. Par ailleurs, les commentaires peuvent aussi porter sur la solidité des emballages (z-11), à l'instar d'Ikkakumon, de DVDAnime.net, à propos de l'édition Collector de *Cardcaptor Sakura* [FR-3] : « Les DVD sérigraphiés et le livret sont placés dans un digipack similaire à celui des autres titres de la Collection Nostalgie, le système d'attaches est pratique, mais un peu fragile. » (02.08.2009)

3.1.2. Thématique 2 : Politique de parution et de prix des éditeurs

Cette thématique réunit les thèmes portant sur des aspects de consommation, tels que les prix des diverses éditions, comparant les éditions critiquées avec les prix pratiqués sur le marché du DVD en général (z-4) ou entre les diverses éditions d'un même *anime* (z-5), mais aussi les critiques des politiques de parution (z-8) ainsi que la question de la répartition des épisodes (z-20) et du respect de l'intégralité de la série (z-22). Elle aborde donc la question de la négociation entre la pratique de la collection et les habitudes de consommation.

La question des prix pratiqués apparaît relativement peu fréquemment dans les commentaires, mais elle manifeste une attitude essentiellement de consommateur. Elle s'exprime surtout dans une pondération entre la quantité de contenus que l'édition peut proposer et la valeur à attribuer à l'*anime*. En d'autres termes, la collecte des épisodes d'une série ne doit pas ruiner le consommateur. Olivier, sur le site *Animeland*, résume cette attitude dans son commentaire au sujet de l'édition intégrale Collector d'*Albator 84* [FR-16] : « Je ne cherche pas à excuser l'éditeur, mais il faut comprendre aussi que c'est difficile voire impossible de faire un coffret parfait et que tout à un cout, en temps ou en argent. Ce coffret est vendu 30 euros et je pense qu'on en a quand meme pour son argent. » (10.03.2009)

Dans un petit nombre de commentaires, ressortent aussi des questions de politique de parution, notamment celles de la sortie annoncée et tant attendue d'une édition d'un *anime* non-diffusé à la télévision ou de l'intervalle entre chaque DVD ou coffret d'une édition (z-8). Bien que peu fréquent, ce thème n'en manifeste pas moins une transposition de la logique du rendez-vous télévisuel au secteur de la vidéo. Sauf que, dans ce cas, le rendez-vous n'est pas forcément pris ou déterminé à l'avance, alors que la programmation télévisuelle impose une régularité assez rigide aux épisodes d'une série. Il se manifeste notamment dans des commentaires reflétant l'attitude d'un public, qui après s'être plié à la grille horaire télévisuelle de la diffusion de l'*anime*, exprime une certaine impatience pour une sortie vidéo considérée comme une étape logique, voir obligée, de sa vie éditoriale :

> L'édition que de nombreuses personnes attendaient! C'est pour dire, la série a été diffusée pour la première fois en 2001 il me semble... Mais encore une fois, on note les repousses habituelles de la part de Dybex... Annoncé mi-mars dans ANIMELAND, ensuite annoncé le 26 avril... et ensuite, mi mai... Si cela continue, nous l'aurons sous le sapin (anonyme, 30.04.2007, FNAC, à propos de Cowboy Bebop [FR-44])!

Parfois lié à cette question de rythme de sortie vidéographique, le thème z-20, porte sur la répartition des épisodes sur un ou plusieurs coffrets ou volumes à l'unité pour une même édition. Il émerge cependant surtout de propos liés au prix des éditions. Le thème se retrouve évidemment dans des interventions concernant des séries longues, voir très longues, notamment *Naruto* qui compte, au bas mot, plus de 400 épisodes, sans compter les OAV. Or, au vu des capacités de stockage d'un DVD, ces internautes ont parfois l'impression que les éditeurs se moquent d'eux. neoalex182, qui intervient sur la page Amazon du premier coffret de *Naruto* [FR-1], résume assez bien cette opinion : « 13 épisodes pour 40 euros avec la répartition suivante (5 épisode sur le premier dvd et 4 sur les 2 derniers, pourquoi pas remplir complétement les dvd et mettre 15 épisodes?). » (19.02.2006) Mais, même pour des séries beaucoup plus courtes, les internautes préfèrent largement des éditions qui ne subdivisent pas excessivement les épisodes en de multiples DVD. De fait, moins la série est longue, plus cette politique éditoriale est négativement ressentie.

Enfin, le thème z-22, concernant le respect de l'intégralité de la série dans une édition, n'apparaît que relativement peu, parfois aussi en lien avec la question de la répartition des épisodes entre plusieurs DVD unitaires ou coffrets. Celui-ci se retrouve aussi bien dans des commentaires déplorant l'absence de certains épisodes « spéciaux » et d'éléments caractéristiques de la diffusion TV tels que les annonces des épisodes suivants, que le fait qu'une édition ne se présente pas en un seul coffret intégral. C'est notamment le cas pour des séries ne dépassant pas 26 épisodes, un format assez fréquent. Ainsi, Michael Schaefer, s'exprimant sur le premier coffret de *Mahoromatic* [D-1] sur Amazon.de, regrette que cette édition ne propose pas la série complète en un seul coffret : « ...leider nicht "komplett", sondern nur die 1. Staffel. Schade das die 2. Staffel nicht aufzutreiben ist und es sie nur in einer wirklich kompletten Box gibt… » (15.12.2008)

3.1.3. Thématique 3 : Le choix des versions linguistiques

La troisième thématique concerne le choix des versions linguistiques, avec des commentaires portant sur la présence de diverses pistes audio ou de sous-titrages (z-2), ainsi que la question de la présence d'une VOST (z-15) et d'une version doublée en plus de la version originale (z-16).

Le thème z-2 n'apparaît que rarement et s'exprime surtout dans des commentaires affichant le désir pour un choix qui dépasse l'habituelle alternative entre la version originale et une version traduite dans sa propre langue. Cet extrait du commentaire de Mücke l'illustre bien puisqu'il

précise que l'édition allemande de *Neon Genesis Evangelion* [D-27] contient non seulement la version originale sous-titrée (dont il précise qu'elle est naturellement le premier choix pour les « vrais » fans), mais aussi une version en anglais et en allemand : « DVD beinhaltet eine japanische Tonspur (für echte Fans die erste Wahl!), die englische Tonspur und die deutsche. » (Amazon.de, 18.12.2004)

Les thèmes z-15 et z-16, aussi rares, se manifestent dans des commentaires mettant en avant l'idée qu'une édition DVD ne saurait être complète sans proposer au minimum le choix entre une version originale sous-titrée et/ou une version doublée dans la langue de destination. De manière générale, l'absence de l'une ou l'autre peut dégrader la valeur d'une édition, notamment si elle se veut « Collector », comme l'illustre ce commentaire de Grouick et Yann, à propos du coffret intégral de *Fruits Basket* [FR-25] : « Le fait de ne pas avoir de version française sur ce coffret collector est néanmoins dommage. » (AnimeDVD.net, 12.02.2003) Cependant, il arrive, beaucoup plus rarement, que la présence de la VOST soit conçue comme un facteur de renchérissement d'une édition. Ainsi, Jessica Bergmann "Yashika" estime que son ajout aux coffrets de *Dragon Ball Z* [D-9] mettrait cette édition hors de portée de nombreuses bourses : « Wegen dem originalton möcht ich noch anmerken, dass wenn es diesen auf der Box geben würde, diese für normal sterblich kaum bezahlbar wäre, daher finde ich diesen schritt von Anime Virtual mehr als nachvollziehbar. » (Amazon.de, 19.11.2009)

3.1.4. Thématique 4 : Les contenus additionnels et les suppléments matériels

Enfin, la quatrième thématique (T4), qui représente 20 % de l'ensemble des unités de commentaires de cette sous-catégorie, porte sur un aspect important du DVD, à savoir les "boni", qui peuvent se présenter sous deux formes: les contenus additionnels (z-6), soit l'ensemble des textes "secondaires" sur les DVD-mêmes, et les suppléments matériels, soit les livrets, photos, cartes postales, morceaux de pellicules, figurines et autres objets en lien avec l'*anime* qui peuvent accompagner les DVD (z-24). Il arrive que les deux thèmes soient abordés dans la même phrase, ce qui a rendu la catégorisation des unités de commentaire un peu compliquée, mais le plus souvent, les internautes font la distinction entre les deux.

Le thème z-6 émerge des commentaires portant sur l'ensemble des contenus audiovisuels accompagnant le texte principal du DVD, dans notre cas, les épisodes d'un *anime*. Comme le résume assez bien les propos d'O. Boeck "anima01", qui s'exprime à propos du second DVD unitaire de *Neon Genesis Evangelion* [D-27], la pauvreté ou même l'absence de ces compléments audiovisuels sur le DVD peut, dans certains cas, fortement diminuer l'attrait

d'une édition, quelle que soit la qualité de l'*anime*. Ainsi, cet internaute a décidé de retirer deux étoiles à cette édition, tout en reconnaissant le statut culte de l'*anime* : « Deshalb und wegen immer noch magerem Extra zwei Stern abzug. » (Amazon.de, 03.03.2005) Le manque de compléments est d'autant plus fortement ressenti par certains internautes si l'édition se veut Collector .

D'autre part, les internautes qui soulèvent cette question semblent en effet considérer que ces « additions » font normalement partie du prix d'un produit DVD et que leur absence contribue à renchérir encore l'édition, comme le montre l'extrait du commentaire de cet anonyme à propos du premier coffret Collector de *Tsubasa Reservoir Chronicle* [FR-18] : « L'édition ne comporte aucun bonus et vu que cette série sera très longue (au moins trois saisons) c'est un peu cher. » (FNAC , 01.10.2006) Rarement, mais dans le cas de très longues séries, les contenus additionnels sont perçus comme un facteur de renchérissement d'une édition sans forcément apporter quoi que ce soit d'utile ou d'appréciable. Ainsi, S. Tafelski ne regrette pas l'absence de ces compléments dans le premier coffret de *Dragon Ball Z* [D-9], l'important étant d'abord la série en elle-même, si possible pour un prix aussi abordable que possible : « Ich kann die Box jedem empfehlen der die Serie immer mit voller Spannung verfolgt hat. Es geht hier um die Serie an sich und nicht um 500 Extras um die DVD noch zu füllen. » (Amazon.de, 06.02.2010)

Le thème z-24, qui apparaît souvent en même temps que z-6, se retrouve donc dans à peu près autant d'unités de commentaires, mais plus souvent chez les francophones que chez les germanophones. Cependant, il ressort de ceux-ci une hiérarchie entre les contenus additionnels et les suppléments matériels qui donne la priorité et la préférence aux premiers, comme l'illustre cet extrait des propos de M. Bartel "I love Anime and Manga!^_^" qui trouve que les contenus additionnels du premier coffret de *Princess Princess* [D-40] ne sont pas suffisants et que les suppléments matériels ne compensent pas vraiment cette lacune. Cet internaute aurait ainsi préféré des entretiens avec les acteurs, l'auteur du *manga* ou un reportage sur la réalisation de la série :

> Die DVD-Box selber ist sehr mager ausgefallen und beinhaltet nur ein Booklet über die drei Hauptfiguren und deren Prinzessinnen-Kostüme und ein paar Kurzcomics von Tsuda. Ich hätte mir da lieber ein paar Interviews mit den japanischen Synchronsprechern, der Manga-Zeichnerin oder ein Making of der Serie gewünscht (Amazon.de, 31.01.2008).

Parfois associé à l'emballage, le supplément matériel constitue alors un critère d'évaluation de la présentation générale du produit DVD en tant qu'objet. Ils sont aussi parfois conçus comme des "trésors" incorporés à l'emballage, à l'instar de cet anonyme qui s'exprime à propos du coffret Collector intégral de *Lady Oscar* [FR-13] sur le site de la FNAC : « Merveilleux, Sensationnelle, voilà les mots que l on peut annoncer pour ce coffret collector car celui ci contient des trésors haute gamme comme les cartes collector les esquises. » (10.12.2006) Dans ce genre de cas, les suppléments matériels constituent un des critères d'importance pour qualifier la valeur de collection d'une édition, à l'instar de Frédéric à propos de l'édition Collector intégrale de *Chobits* [FR-20] :

> L'un des seuls vrais collectors dignes de ce nom sortis récemment. Je reste admiratif devant le packaging qui utilise de très belles illustrations, avec un goût certain. Les 2 illustrations fournies font apparaitre l'héroïne et sont fournies dans un embalage plastifié, ce qui est une bonne idée. L'artbook comporte pour moitié une présentation détaillée de la série et des personnages, le reste est iches en illustrations plus belles les unes que les autres (Manga Discount, 16.11.2006).

Les thèmes recueillis dans cette première sous-catégorie manifestent clairement un désir de préserver sous forme tangibles un contenu initialement conçu pour une diffusion éphémère et en flot continu. Les attitudes qui émergent de cette analyse thématique des commentaires suggèrent des pratiques se rapportant à des pratiques de ciné-vidéophilie, où l'aspect cinéphile ou vidéophile peut varier.

En effet, une partie des internautes s'exprimant sur les qualités des éditions DVD les considèrent comme de véritables moyens de se constituer des collections d'*animes* conçus comme des œuvres, mais aussi comme une passerelle leur permettant de s'immerger dans une expérience culturelle particulière, notamment grâce à la présence d'une version originale sous-titrée. Désirant plonger plus profondément dans l'univers narratif, ils apprécient aussi beaucoup les compléments audiovisuels et matériels, même si leur préférence va aux premiers. Ils considèrent donc ces produits comme des marchandises culturelles à collectionner, raison pour laquelle ils font également attention au soin apporté par les éditeurs à l'emballage. Le tout doit être contenu dans un écrin qui rende justice au contenu. Ces internautes manifestent une ciné-vidéophilie par laquelle ils appliquent des éléments caractéristiques de la cinéphilie à des contenus télévisuels conservés sous forme vidéographique.

D'autres, par contre, continuent de considérer les *animes* comme des produits télévisuels, soumis à une logique de rendez-vous. Pour eux, les éditions DVD constituent essentiellement une autre manière d'accéder à ces séries. Leurs commentaires reflètent beaucoup plus une attitude vidéophile, portant sur le contrôle de la temporalité de l'expérience audiovisuelle. Leur but n'est pas tant de collectionner une marchandise culturelle que de collecter dans des produits aussi peu coûteux que possible, l'ensemble des épisodes de ces séries, parfois très longues. De fait, il apparaît que les éditions intégrales en un nombre limité de coffrets sont les plus appréciées, non seulement parce qu'elles sont généralement moins coûteuses que les éditions à l'unité ou à multiples coffrets, mais aussi parce qu'elles prennent moins de place et permettent d'utiliser au mieux les capacités de stockage du disque optique en réunissant des séries entières, ainsi que leurs contenus additionnels, dans un minimum d'espace physique. Pour eux, l'important est essentiellement de pouvoir apprécier un contenu aussi complet et authentique que possible. Ils exigent donc aussi souvent au minimum la présence d'une VOST et d'une version doublée dans leur langue, et des contenus complémentaires, qu'ils soient audiovisuels ou matériels, mais plutôt dans une optique d'exhaustivité. Il s'agit d'en avoir pour son argent. La logique est donc moins celle de la collection d'œuvre, que de l'accumulation de contenus dans un espace aussi réduit que possible. Cependant, un travail d'édition jugé bâclé est dénoncé comme un manque de respect du public et l'éditeur DVD est alors soupçonné de vouloir exploiter la série sous un angle purement commercial, négligeant alors totalement sa qualité.

3.2. Perceptions de la qualité audiovisuelle proposée par les éditions DVD (sous-catégorie zz)

La seconde sous-catégorie, zz, porte sur un autre aspect de l'évaluation des éditions DVD d'*anime*s, à savoir le rendu audiovisuel des contenus édités sur cette technologie de livraison numérique. En effet, que se passe-t-il quand une technologie de livraison vidéo louée pour sa capacité à reproduire aussi fidèlement que possible l'expérience sensorielle d'un film de cinéma est utilisé pour distribuer des contenus diffusés initialement dans des conditions qui ont toujours été considérées comme inférieures à celles des salles obscures, au point de qualifier d'expérience dégradée la diffusion télévisuelle ou en VHS de films de cinéma? Contrairement aux films de cinéma qui sont conçus pour de grands écrans rectangulaires, jusqu'à tout récemment, la plupart des séries TV, d'animation ou pas, étaient réalisées dans l'optique d'un affichage sur un écran beaucoup plus petit et carré, avec une assez mauvaise résolution visuelle et un son médiocre. C'est tout particulièrement le cas des *animes*, dont la

production industrielle visant à constamment réduire les coûts, a exploité de manière extensive le format et le langage spécifique au petit écran. Le peu d'unités de commentaires recueillies dans cette sous-catégorie (seulement 3 % de l'ensemble du corpus) traduit donc très probablement l'absence d'attente particulière de la part de la majorité des internautes de cette étude vis-à-vis des éditeurs qui travaillent avec des contenus à la qualité visuelle de qualité moyenne, voire mauvaise dès leur naissance.

Puisque seuls quatre thèmes ont été dégagés de l'analyse des unités de commentaire rassemblées sous cette sous-catégorie, aucun regroupement thématique n'a été opéré. Les quatre thèmes couvrent les critiques de la qualité audiovisuelle, formulés en termes généraux et courants, c'est-à-dire, non-techniques (zz-1), les évaluations en termes spécialisés de la qualité audiovisuelle (zz-2), la qualité de rendu des sous-titres (zz-3) et le traitement des fichiers audiovisuels (zz-3), c'est-à-dire, les opérations d'amélioration et de compression des images et du son.

Le thème zz-1 permet de faire ressortir une certaine sensibilité pour le rendu audiovisuel exprimée par une petite partie des internautes, mais en termes génériques. Il émerge de commentaires qui abordent la question le plus souvent juste en passant. Manga-News exprime assez bien le type d'attente moyenne que ces internautes peuvent avoir à l'égard d'un éditeur d'*anime* en DVD. Ils n'attendent pas des images ou un son d'une précision et d'une résolution particulière, mais qui mettent le récit bien en valeur : « […] la qualité de cette édition ne s'arrête pas là : les deux pistes stéréo sont de qualité, les voix sont très claires, parfois un peu trop. » (FNAC, s.d., à propos de *Cardcaptor Sakura* [FR-3]) Dans certains cas, des internautes notent de grosses différences entre les éditions VHS précédentes d'un *anime* et leur équivalent en DVD, à l'instar de cet anonyme qui attendait avec impatience une édition qu'il juge digne de *Saint Seiya* [FR-9] : « […] une vrai image restaurée et non une copie baclée de la VHS sur DVD. » (FNAC, 11.12.2007) L'édition DVD constitue ici l'occasion d'une restauration d'une image télévisuelle qui avait été dégradée dans sa version en cassette vidéo, dans le sens d'un re-conditionnement de l'*anime*, le faisant passer d'un contenu télévisuel au rendu très moyen à un produit vidéo de bonne qualité.

Le thème zz-2 regroupe des unités de commentaires évaluant la qualité audiovisuelle des éditions DVD dans des termes techniques, affichant ainsi une certaine maîtrise, si ce n'est de la technologie-même, du moins de son vocabulaire. Il émerge de propos manifestant une double sensibilité, à la fois esthétique et technophile. Pour cette raison, on le trouve surtout

sur des sites portant spécifiquement sur le DVD, même si certains commentaires proviennent aussi des sites de vente. Dans le cas des sites de critique de DVD, les évaluations se font tout de suite plus longues et plus détaillées, alternant jargon et vocabulaire courant. Ainsi, Algol propose une critique assez élaborée du premier coffret de *Naruto* [FR-1]:

> On bénéficie d'un master impeccable, dénué d'artefacts. L'image est nette et précise, les couleurs vives, et on ne note ni scintillement ni effet arc-en-ciel. Même le bruit vidéo se fait très discret. Le seul petit reproche que l'on pourra adresser est le léger manque de fluidité des travellings et scrollings. […]Les deux pistes présentes n'ont révélé aucun défaut particulier lors de l'écoute. Dans les deux cas, il s'agit d'une stéréo ample et dynamique, avec une excellente spatialisation et un bon équilibre. La version japonaise a juste un peu plus de présence (DVDanime.net, 04.02.2006).

Le thème zz-3, concernant la qualité visuelle des sous-titres, est très rare et concerne presque exclusivement le corpus germanophone. Il émerge de commentaires portant sur leur lisibilité, mais aussi leur non-intrusion dans le champ de vision. On peut penser que s'il est si rare, c'est que les éditions officielles soignent généralement cet aspect au point que la plupart des internautes de cette étude ne jugent même pas pertinent d'en parler. Il va de soi que les sous-titres doivent être faciles à déchiffrer et défiler en rythme avec les dialogues et les scènes. De manière générale, ce thème s'inscrit dans des critiques longues et très détaillées des éditions DVD, faisant le tour de l'ensemble des éléments caractéristiques d'un DVD et de ce que ces internautes estiment qu'ils sont en droit d'attendre de la part d'un éditeur faisant correctement son travail. Ainsi, Chin Linus remarque, après une longue description du premier coffret de *xXxholic* [D-18], que les sous-titres sont particulièrement lisibles, puisqu'ils sont dans une couleur jaune cerclés d'un trait noir et que les sous-titres traduisant des éléments de l'image (panneaux, signes,…) restent discrets tout en étant suffisamment visibles :

> Die Untertitel sind fehlerfrei, gut lesbar und was mir besonders gut gefällt - es gibt jetzt endlich auch Untertitel in der Synchro, so dass auch Hintergrundinfos wie Schilder verständlich sind. Bei Tsubasa Chronicle war das nämlich noch nicht der Fall (Amazon.de, 31.10.2007).

Enfin, le thème zz-4, à propos du traitement numérique des fichiers audiovisuels, est encore plus rare et apparaît également presque uniquement dans le corpus germanophone. S'il est si rare, c'est qu'il manifeste une connaissance très pointue des potentiels techniques du disque optique qui sert de support à la technologie DVD. Les commentaires qui l'abordent traitent notamment du problème de la quantité de contenu et de la qualité de son traitement numérique. Ainsi, Hyperion, qui s'exprime à propos du premier coffret de *Naruto* [D-29] sur Amazon.de,

estimant que le trop grand nombre d'épisodes qu'il contient a eu pour conséquence une dégradation de la qualité de l'image et du son :

> Das Bild zeugt nicht gerade von Qualität, was aber auch daran liegt, dass die DVD übervoll ist, weil eigentlich 10 Folgen drauf sind (5 geschnittenen auf Deutsch, 5 in OmU -> OmU = Original mit Untertitel). Die Tonqualität ist nicht berrauschend, aber gerade noch ertragbar (24.11.2006).

Quelques-uns font également mention de problème de compression des données audiovisuelles au moment de la numérisation. En effet, la plupart des *animes*, jusqu'à relativement récemment, se composaient, comme n'importe quel contenu audiovisuel, de pellicule de photogramme. Il faut donc les transformer en paquets digitaux puis retraiter les fichiers ainsi obtenus pour qu'ils soient adaptés aux formats en usage sur les DVD. C'est ainsi que le rédacteur d'Animeaufdvd.info estime que l'éditeur du coffret de *Princess Princess* [D-40] semble avoir rencontré des problèmes de contraste dans son traitement de l'image, malgré un bon travail de compression : « Von daher wäre ein knackigerer Schärfegrad sehr wünschenswert gewesen. Die Kompression leistet solide Arbeit, so dass dem ungeübten Auge keine großartiges Vorkommen von Artefakten auffallen wird. » (s.d.)

Les commentaires réunis sous cette sous-catégorie montrent qu'il existe une sensibilité technophile, voir DVDphile, parmi les internautes de cette étude, mais qu'elle est fortement minoritaire, s'exprimant essentiellement sur des sites de critiques de DVD et de ventes de DVD. Si leurs discours reflètent des attentes qui font écho aux discours d'accompagnement de la technologie DVD, leur rareté laisse supposer que les questions vraiment techniques du rendu audiovisuel sont peu pertinentes dans l'évaluation d'un DVD d'*anime* et l'expérience sensorielle qui lui est associée. Il se peut aussi que la plupart des internautes n'attendent pas une qualité audiovisuelle particulière d'un DVD d'*anime*, l'objectif d'une série TV n'étant, par définition, pas une expérience sensorielle particulièrement englobante, mais essentiellement narrative. Tous ces éléments semblent contribuer à une sorte d'invisibilisation de l'aspect technique du suivi d'*animes* et à les reléguer dans le domaine de ce qui va de soi. De fait, c'est aussi lorsque surviennent des défauts ou des problèmes que les usagers en deviennent le plus conscients.

3.3. La maniabilité de l'interface du DVD et la personnalisation de l'expérience vidéographique (sous-catégorie zzz)

La sous-catégorie zzz vise à expliciter la manière dont une autre question associée aux technologies numériques en général, et au DVD en particulier, est formulée sur les sites étudiés : l'interaction avec l'interface digitale. En effet, les discours d'accompagnement du DVD ne promettaient pas seulement une meilleure qualité de rendu audiovisuel que les technologies de livraison vidéo précédente, mais aussi une expérience d'interaction accrue avec le contenu. Comme on l'a vu dans le chapitre 1, l'interface du DVD imite le fonctionnement d'une page Web, avec une organisation du contenu sous forme d'arbre et une sélection des liens et des options par pointage, soit d'une télécommande, soit d'une souris. L'objectif de cette sous-catégorie est donc de voir dans quelle mesure les questions de maniabilité de l'interface du DVD sont évoquées et quels éléments de pratique ces unités de commentaires peuvent révéler.

A l'instar de la sous-catégorie zz, celle-ci apparaît relativement peu dans l'ensemble des unités de commentaires et toutes sous-catégories confondues. A nouveau, ce sont sur les sites de critiques de DVD et de DVD d'*anime* que cette sous-catégorie est la mieux représentée par rapport aux autres sous-catégories. De toute évidence, c'est une question qui préoccupe relativement peu la plupart des auteurs des commentaires recueillis sur les sites Web étudiés, sauf, sans trop de surprise, sur ceux consacrés spécifiquement au DVD. Il semble qu'il s'agisse d'une question purement technique que les visiteurs des autres sites Web ne considèrent pas comme pertinentes à mentionner dans leurs évaluations. Les sites de critique de DVD d'*animes*, de vente de détail et de critiques de DVD sont donc ceux qui fournissent le plus d'occurrences dans cette sous-catégorie.

3.3.1. Thématique 1 : Manipulation de l'interface du DVD

La première thématique regroupe les thèmes abordant divers aspects de la prise en main du DVD, à savoir la description graphique du DVD (zzz-1), la maniabilité de l'interface (zzz-7) et la navigation dans les contenus (zzz-8). Elle porte donc sur les premières impressions de l'usager après avoir chargé le DVD dans son lecteur, que celui-ci soit rattaché à un écran de télévision ou soit incorporé à un ordinateur.

Le thème zzz-1, le plus fréquent parmi les unités de commentaires de cette sous-catégorie, surtout représenté dans le corpus francophone, concerne la première impression visuelle et

esthétique à l'affichage de la page principale des menus de l'interface du DVD. Ce thème émerge donc de commentaires portant sur le soin accordé par les éditeurs au travail dit d' « auteuring », soit la présentation graphique du contenu du DVD et la signalétique mise en place pour aider l'usager à se diriger dans les menus. Certains internautes, comme Algol de la rédaction du site DVDAnime.net, à propos du premier coffret de *Naruto* [FR-1], font même le lien entre les choix visuels du menu et les illustrations utilisées pour l'emballage : « Les menus respectent la charte graphique de la jaquette et sont accompagnés d'un fond musical. » (04.02.2006) D'autres font plutôt le lien avec l'esthétique de l'*anime*-même, à l'instar d'Yvan WEST LAURENCE, à propos du premier coffret de *xXxHolic* [FR-19] : « En parfait accord avec l'esprit de la série, les menus rappellent le thème du papillon que l'on retrouve dans le générique et qui est souvent en rapport avec Yûko (le papillon représente, entre autres, l'âme des défunts). » (Animeland, 05.09.2008)

Le thème zzz-7, de nouveau surtout présent dans le corpus francophone, émerge d'unités de commentaires concernant des questions de maniement de l'interface, soit le pointage de souris ou de télécommande, la compatibilité entre DVD et appareil de lecture, la transition entre menus, etc. De fait, il apparaît surtout lorsque les commentateurs signalent des problèmes de prise en main, à l'instar d'Elodie Leroy et Valérie Frot à propos du coffret intégral Collector de *Chobits* [FR-20] sur le site Excessif.com : « Ces menus sont malheureusement quasiment illisibles ! Il vous faudra vous approcher de votre écran pour pouvoir les déchiffrer, ce qui ne facilite pas la navigation. » (s.d.)

Enfin, le thème zzz-8, plus fréquent que zzz-7, mais aussi surtout dans le corpus francophone, ressort de commentaires portant sur le confort de sélection des diverses options de paramétrage de l'expérience audiovisuelle. De manière générale, ce qui semble importer le plus est la facilité d'utilisation de ces menus, comme l'illustre cet extrait de commentaire de Barry Lundermun, à propos du second DVD de *Neon Genesis Evangelion* [D-27], dont il apprécie la rapidité de chargement du menu principal : « Ich legte die DVD ins Laufwerk und sah sogleich das überaus gelungene Menü. » (Amazon.de, 04.10.2005)

3.3.2. Thématique 2 : La « navigation » dans les contenus

La seconde thématique réunit les thèmes concernant les différentes manières d'accéder aux contenus d'un DVD: le chapitrage des épisodes (zzz-2) et la navigation entre les épisodes (zzz-5).

Le thème zzz-2 n'apparaît que dans 10 unités de commentaires essentiellement en français, portant sur un des éléments caractérisant pourtant le DVD, à savoir la possibilité de sauter d'un « chapitre » à l'autre, au lieu de devoir faire défiler le contenu. De manière générale, ces commentaires signalent et décrivent simplement la manière dont le contenu est organisé. Ainsi, l'un des évaluateurs de DVDAnime.net, Yann Mermet, décrit ainsi la possibilité de naviguer dans les épisodes de *Ranma*$^{1/2}$ [FR-10] de l'édition Collector en 3 coffrets : « Chaque épisodes est indexé en 5 parties : Générique de début, première et seconde partie, Générique de fin et enfin le Teaser. » (26.12.2008)

Le thème zzz-5 apparaît encore plus rarement (seulement 4 unités de commentaire, toutes issues de sites de critique de DVD ou de DVD d'*anime*) et porte sur le menu-même des épisodes, à savoir une page sur laquelle apparaissent des liens vers chaque épisode individuel de l'*anime*. Les propos se contentent d'une description, comme ceux de l'éditeur de la fiche Excessif.com du premier coffret de *Rave Master* [FR-27] : « Le menu Episodes se présente sous la forme d'un simple menu numéroté. » (s.d.)

3.3.3. Thématique 3 : Les paramétrages de la lecture du contenu

La troisième thématique rassemble les thèmes sur les diverses manières de personnaliser la lecture du principal contenu : les options linguistiques (zzz-3) et les options en cours de lecture (zzz-6).

Le thème zzz-3, qui se retrouve surtout dans le corpus germanophone, apparaît un peu plus fréquemment, mais reste malgré tout assez rare. De manière générale, ce thème n'émerge que de commentaires évoquant des problèmes de fonctionnement ou lorsque les internautes ne sont pas satisfaits des options proposées. Ainsi, Pegasus Seiya signale des défauts dans le fonctionnement de la version française sur les DVD de l'édition intégrale Collector d'*Albator 84* [FR-16] :

> La VF accumule donc de nombreux couacs, mais un défaut gênant apparait également dans le DVD du film: sélectionner la version française dans le menu des langues déclenche également les sous-titres liés à la VO. Pour passer outre ce problème, il faut lancer le film directement, sans passer par le menu des langues (Amazon.fr, 28.08.2009).

Enfin, le thème zzz-6, qui n'apparaît qu'une dizaine de fois et généralement dans des commentaires portant sur l'activation ou la désactivation des génériques ou encore la possibilité de changer les paramètres linguistiques en cours de lecture. B. Gardinville

"rickman-addict" s'exprime ainsi, à propos des paramètres du DVD du coffret intégral Collector de *Lady Oscar* [FR-13] : « Les menus des DVD permettent de choisir les versions non censurées et de visionner avec ou sans générique. » (Amazon.fr, 06.03.2009)

Etant donnée la rareté des thèmes rassemblés sous cette sous-catégorie, concernant les questions d'interactivité avec l'interface du DVD, on peut en déduire que les discours d'accompagnement à ce propos n'ont que peu d'échos dans ceux de la plupart des internautes de cette étude. Seuls les rédacteurs des sites de critique de DVD ou de DVD d'*animes* ainsi que quelques individus, intervenant notamment sur les sites d'Amazon, semblent intégrer cet élément à leur expérience des DVD d'*animes*. De plus, à l'exception de commentaires concernant la prise en main du DVD, qui peuvent effectivement être assez élaborés, la plupart des propos portant sur les autres aspects de l'usage de l'interface DVD sont généralement assez brefs et finalement généraux. Il apparaît donc que ce sont essentiellement la facilité et le confort d'usage du DVD ainsi que l'esthétique visuelle des menus qui retiennent l'attention de ces rares internautes à s'exprimer sur le sujet.

3.4. La ciné-vidéophilie et le re-conditionnement d'un contenu de flux en une marchandise culturelle

Tout comme pour l'axe X et Y, il faut reconnaître aussi une réelle diversité de discours sur le travail des éditeurs de DVD, qui a généré une trentaine de thèmes, dont certains ne recueillent même pas une dizaine d'unités de commentaires. Mais, deux tendances principales se dégagent de l'analyse thématique des unités de commentaires concernant les usages du DVD dans le suivi des *animes*. D'une part, il ressort une sensibilité à l'aspect esthétique visuel comme un critère d'importance pour évaluer la valeur d'une édition DVD, qu'il s'agisse de l'objet matériel, qui s'affiche dans une collection physique, ou de l'apparrence graphique de l'interface. D'autre part, on constate une forme d'invisibilisation des aspects techniques de la technologie de livraison vidéo qu'est le DVD, puisque seule une minorité des commentaires, essentiellement issus de site Web consacrés aux DVD, mentionnent des considérations en relation avec ces questions.

Les belles éditions DVD reviennent très fréquemment dans les propos réunis sous cet axe, aussi bien en tant que véhicule éditorial de contenus spécifiques, c'est-à-dire, selon les termes de Patrice Flichy, une *marchandise culturelle*, qu'en tant qu'objets esthétiques. Les amateurs d'*animes* qui s'expriment sur les éditions DVD disponibles font clairement attention à la

manière dont l'œuvre qu'ils suivent est traitée et mise en valeur par les éditeurs, dans l'optique d'une collection. Ces questions prédominent, y compris sur les sites de critiques de DVD et de DVD d'*animes*, dont les rédacteurs sont, en plus, très sensibles aux graphismes et aux illustrations. Ils ne collectionnent pas seulement une œuvre sérielle, extraite du flot télévisuel et matérialisée sous forme tangible, mais aussi des objets d'une qualité évaluée en grande partie sous l'angle de leur présentation formelle. De fait, on peut en déduire qu'une partie des internautes de cette étude entre effectivement dans cette logique de « re-conditionnement » de l'*anime*, qui, de programme télévisuel inséré dans une grille horaire continue et potentiellement infinie, devient un contenu sériel fini, à collecter de manière complète. Mais, l'exhaustivité ne s'arrête pas à la série elle-même. Suite aux mauvaises expériences d'adaptations d'*animes* considérées par de nombreux amateurs comme dénaturant le récit initial, la présence de plusieurs versions linguistiques (audio et sous-titres), notamment d'une version originale sous-titrée, constitue une garantie que le récit sera entier. Le fait de pouvoir l'expérimenter dans d'autres langues, y compris la sienne propre, offre une autre forme d'exhaustivité sur fond de transnationalisme culturel.

De plus, en tant que produit éditorial, présenté comme multi-contenu, c'est-à-dire, ayant la capacité de contenir des « textes » supplémentaires, le DVD permet de compléter, en quelque sorte, l'expérience narrative en l'étendant à d'autres domaines : journalistique (interview, documentaires, reportages), artistique (galeries d'images) ou biographiques (détails supplémentaires sur les personnages, leurs univers), etc. Même si, au final, peu d'internautes, parmi ceux qui mentionnent ces contenus additionnels, ne les décrivent par le menu ou ne proposent de véritables évaluations de ceux-ci, laissant ainsi penser qu'ils ne les regardent pas vraiment, on comprend néanmoins, que pour eux, une édition complète se doit de proposer de tels contenus, surtout si celle-ci prétend à une qualification supérieure, telle que "Collector" ou "Premium". Enfin, des "suppléments matériels", intégrés à l'emballage, peuvent se révéler bienvenus comme éléments permettant de compléter l'ensemble éditorial, en étendant l'expérience narrative dans le monde empirique des amateurs d'*animes*, qu'il s'agisse de livrets contenant des dessins, des story boards, des descriptions du contenu, des morceaux de pellicule (rare), des cartes postales autographiés par les auteurs de l'*anime* ou même du *manga* dont il est tiré, ainsi que de divers objets issus du récit même (par exemple, des "cartes d'identité" en plastique des protagonistes des séries *Ghost in the Shell - Stand Alone Complex* [FR-21/22]), et répartis en "série" dans les boîtiers ou coffrets à collectionner. De fait, la ciné-vidéophilie exprimée par ces thèmes se concentre essentiellement sur le contenu et sa

présentation esthétique. Elle combine d'une part le désir de préserver, sous une forme solide et durable, un récit sériel extrait du flot télévisuel (vidéophilie), mais aussi l'exigence d'un bel objet qui offre des possibilités supplémentaires d'expérimenter d'autres aspects de ce récit (cinéphilie).

L'élément technique est lui, par contre, le plus souvent occulté ou ignoré et ne se manifeste que rarement. Néanmoins, il se dégage des thèmes évoqués par les quelques internautes, issus surtout des sites Web spécialisés dans la critique de DVD (d'*animes* ou en général), une forme de cinéphilie technophile. Celle-ci se manifeste dans les propos concernant la qualité audiovisuelle des éditions DVD, c'est-à-dire, du travail réalisé par les éditeurs sur le son et l'image, mais également dans les commentaires concernant la présentation visuelle de l'interface. Cette dernière est parfois mise en lien avec non seulement ce que les auteurs de ces commentaires perçoivent comme l'esprit de la série, mais aussi avec les illustrations utilisées pour l'emballage. Il semble donc que pour certains internautes, le produit éditorial DVD forme un tout comprenant aussi bien le travail réalisé sur l'objet extérieur (boîtiers ou coffrets renfermant les disques) que sur l'interface. On peut donc parler de ciné-vidéophilie poussée, dans la mesure où, pour ces personnes, l'expérience ne se limite pas à une plongée dans le récit, mais inclut aussi une immersion dans un univers techno-sensoriel, même si celui-ci est loin de rivaliser avec ce qu'attendrait un cinéphile équipé d'un dispositif de cinéma à domicile. Mais, les exigences manifestées dans ces commentaires ressemblent beaucoup à celles que l'on attribue commodémment aux "*geeks*", soit aux passionnés à la fois de technologie et d'univers narratif fantastiques, qui tirent de leurs connaissances avancées des dispositifs techniques, une expérience audiovisuelle et narrative beaucoup plus approfondie. Le petit nombre d'internautes et de commentaires entrant dans cette catégorie reflète la rareté de ces publics technophiles par rapport à ce que l'on appelle le grand public ou même les fans qui se concentrent avant tout sur le récit.

Les questions économiques jouent néanmoins un rôle important dans les décisions de collectionner un *anime* en DVD. De fait, l'exigence d'exhaustivité se manifeste aussi sous l'angle quantitatif. Il s'agit d'obtenir l'*anime* dans son intégralité, mais au meilleur prix possible, et il apparaît alors, dans ces considérations, des attitudes plus vidéophiles que cinéphiles. Si les compléments, sous forme audiovisuelle ou matérielle, continuent d'être exigés, c'est avant tout parce qu'ils permettent de rentabiliser un achat considéré comme souvent cher, voir excessivement cher. Mais, c'est surtout la subdivision des éditions en de multiples produits (plusieurs coffrets ou même des DVD à l'unité) qui posent problème à des

internautes au budget limité. Certains éditeurs se voient ainsi reprocher une politique de prix, dont certains ont l'impression qu'elle reflète une exploitation purement commerciale et financière de la passion de ces publics. Il apparaît ainsi que pour nombre d'internautes, le plus important est bien de collecter la série, dans une édition la plus compacte possible, la préférence allant alors aux éditions complètes en un seul coffret. Ces thèmes font ainsi remonter une attitude beaucoup plus centrées sur la série à collectionner que sur les objets qui permettent cette pratique, donnant ainsi la prééminence à l'aspect vidéophile.

Il apparaît ainsi que l'usage du DVD s'intègre dans trois formes différentes de ciné-vidéophilie: une ciné-vidéophilie très cinéphile, basée sur la collection d'œuvres renfermées dans de beaux écrins, une ciné-vidéophilie façonnée par une grande sensibilité technique et sensorielle et enfin, une ciné-vidéophilie penchant fortement du côté de la vidéophilie, voyant dans le DVD essentiellement un successeur de la VHS fort commode pour recueillir l'ensemble des épisodes d'une série TV, dans un espace physique minimal.

4. Conclusions de la 1ère phase d'analyses

L'analyse des thèmes identitifiés dans les 1445 commentaires sélectionnés pour le corpus montre qu'il n'existe généralement pas de grandes différences dans les postures relatives aux divers aspects du suivi des *animes* entre les propos en allemand et ceux en français. Ainsi, par exemple, la préoccupation au sujet de la cohésion et de la complémentarité entre les diverses versions médiatiques qui constituent un univers narratif produit par l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel (sous-catégorie xx, 2ème thématique), se manifeste aussi fréquemment parmi les internautes germanophones que francophones. Il arrive même que les thèmes soient exprimés en termes très similaires dans les deux corpus linguistiques, ce qui laisse à penser que l'on a à faire à des attitudes qui semblent, au moins partiellement, s'affranchir des contextes socio-culturels spécifiques dans lesquels évoluent ces internautes. Ceci résulte en partie du fait que le succès des *animes*, ces dernières années, a été porté par des communautés transnationales d'amateurs, dont les sources d'information sont essentiellement des magazines spécialisés et les acteurs eux-mêmes de l'importation de ces produits japonais en Europe, soit les éditeurs de *manga* et de DVD d'*animes*. Cela ne signifie pas pour autant que l'on peut complètement mélanger les deux corpus. En effet, les analyses ont montré un certain nombre de différences.

Sur un plan purement quantitatif, quelques grandes lignes se sont dégagées qui ont ensuite été précisées avec l'analyse thématique des discours recueillis sur les sites de cette étude. D'une part, les unités de commentaires des deux corpus combinés se répartissent de manière assez similaires entre les trois grands axes, puisque l'axe X en représente 34 %, Y 28 % et Z 38 %. Des différences apparaissent néanmoins clairement lorsque l'on prend chaque corpus séparément, notamment dans les proportions de l'axe Y et l'axe Z. Le premier, concernant les modalités d'accès aux *animes*, obtient le taux d'occurrence le plus élevé dans le corpus germanophone, alors que dans le corpus francophone, c'est celui qui concerne l'évaluation des éditions DVD (Z) qui occupe cette position. Cette divergence s'explique en partie par les spécificités des marchés français et allemand, les points de référence des éditeurs et des importateurs de ces séries pour les aires francophones et germanophones en Europe. Comme on l'a vu au chapitre 3, la présence des *animes* sur les chaînes françaises (accessibles généralement dans les autres pays partageant cette langue) est plus ancienne que sur les chaînes allemandes (aussi disponibles en Autriche, au Lichstenstein, en Belgique et en Suisse), et de fait, l'exposition à ces contenus y a aussi été plus longue. L'accès à un large

choix d'*animes* est donc favorisé dans les régions francophones par l'existence de publics déjà bien fidélisés et en renouvellement.

De plus, comme le montre l'analyse des propos regroupés dans la sous-catégorie « y », comprenant une plus grande proportion d'unités de commentaires du corpus germanophone, les interventions parfois très invasives pratiquées par les éditeurs allemands, qu'il s'agisse de DVD ou de chaîne de télévision, constituent un plus grand sujet de préoccupation sur le Web germanique, parce que, très souvent, ce sont les seules versions disponibles sur ce marché. Il est plus difficile pour un amateur d'*animes* d'Allemagne, d'Autriche ou de Suisse allemande d'accéder à ces séries par des moyens légaux que pour ceux qui parlent français. A ce sujet, il paraît alors aussi logique que la sous-catégorie xxx, portant sur l'utilité du DVD dans le suivi des *animes* soit plus fréquente parmi les unités de commentaires germanophones, parce que la question de l'accès aux *animes* et à des versions intégrales de ceux-ci constitue un plus gros problème pour ces internautes que pour ceux qui vivent dans les régions francophones. Par contre, l'évaluation des éditions DVD constitue une préoccupation plus importante chez les internautes du Web en français, probablement parce qu'ils ont un choix plus conséquent, sans compter souvent une expérience plus longue et approfondie de cette industrie.

Cette première partie a permis de brosser les grandes lignes qui serviront de base pour caractériser dans le prochain chapitre les diverses formes de ciné-vidéophilie qui émergent de la confrontation des publics d'*animes* avec les produits constituant ces univers narratifs. S'il n'est donc pas encore possible à ce stade de définir une ou des formes de ciné-vidéophilie précise, ces analyses font néanmoins apparaître un certain nombre d'attitudes face à la logique de sérialisation poussée parfois à l'extrême par l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, aux chamboulements dans la chaîne habituelle de marketing des *animes* en tant que séries TV et à leur re-conditionnement en une marchandise culturelle tangible et à collecter.

Tout d'abord, il ressort des discours étudiés l'adoption d'une logique de sérialisation à tous les niveaux : contenu, versions médiatiques et produit éditorial (DVD). D'une part, il apparaît que les internautes, aussi bien francophones que germanophones, perçoivent les univers narratifs produits par l'industrie japonaise comme des ensembles cohérents, formant un tout unitaire, comprenant diverses versions médiatiques qui représentent autant de portes d'entrée différentes dans ces récits, mais qui constituent une matrice narratologique, se déroulant selon un modèle hiérarchique et linéaire. En ce sens, leur posture d'audienciation semble contredire

en partie les stratégies marketing dite de « super-synergie », ou même simplement de « synergie » (« spontanée » ou « coordonnée ») qui consistent à mettre sur un pied d'égalité toute les versions médiatiques d'un récit et à les commercialiser comme de simples compléments à un monde imaginaire potentiellement extensible à l'infini. Or, les internautes qui évoquent les questions liées aux diverses incarnations éditoriales d'un univers narratif adoptent au contraire une perspective d'exhaustivité et de finitude. Leur but ou leur espoir est de pouvoir arriver un jour à faire le tour complet d'une histoire et, pour certains d'entre eux, de pouvoir la conserver dans une collection de ses multiples versions médiatiques. Il y a certes parfois un désir d'immersion, dans le sens d'un approfondissement de l'expérience aussi bien narrative, que sensorielle et intellectuelle, mais jamais dans un sens infini. La logique de sérialisation transparaît également dans les attitudes face aux modalités d'accès médiatique aux *animes*, puisqu'il ressort une conception de la vie éditoriale de ces séries TV, qui en plus de conserver au média télévisuel sa place de point de départ de l'expérience de la version *anime*, s'inscrit aussi dans une temporalité linéaire. L'idée est de pouvoir accéder à l'ensemble des épisodes de la série dans un rythme qui respecte le déroulement du récit. Enfin, elle se manifeste dans le désir d'une collection exhaustive de l'*anime* sous forme tangible, l'exhaustivité s'étendant à d'autres contenus afférents, tels que les compléments que l'on trouve dans les éditions DVD.

Cependant, en considérant les trois axes, on voit se dessiner deux grandes lignes transversales distingant deux types d'approches des *animes*.

Pour une partie des internautes, les *animes* restent des contenus intrinsèquement liés au média télévisuel et une forme narratologique, la série, qui implique une certaine forme d'audienciation, à savoir un suivi selon un rythme qui permette de s'immerger dans le récit sans trop de ruptures entre les épisodes. De plus, ils s'insèrent dans un ensemble lui aussi sérialisé et se doit donc de tenir sa place dans celui-ci. Cela signifie non seulement un minimum de fidélité à l'œuvre originale (généralement le *manga*), mais aussi le respect d'un certain rythme narratologique et industriel (éviter, par exemple, les épisodes dits « filler », soit du remplissage permettant d'allonger le récit en attendant que le *manga* rattrape l'*anime*). L'important pour eux est de prendre connaissance du récit de façon aussi fluide que possible et s'ils peuvent avoir envie de collectionner ses diverses incarnations et produits, c'est essentiellement pour pouvoir l'expérimenter à leur convenance, dans un but d'immersion intensive. Dans cette optique, le DVD permet d'augmenter ces expériences, mais le contenu, les *animes*, reste malgré tout un produit télévisuel et ne nécessite pas forcément une édition

luxueuse au point de trop renchérir le produit, même si des « extra » sont parfois appréciés comme valeur ajoutée. Par contre, la question de la qualité audiovisuelle et sensorielle est totalement secondaire, quand elle n'est pas purement et simplement ignorée. Cette catégorie d'internautes, laquelle regroupe quand même une palette d'attitudes relativement préoccupées par des questions de consommation, penche plutôt dans le sens d'une vidéophilie telle qu'elle se pratique depuis les années 1980 et 1990, à savoir la possibilité d'expérimenter un contenu télévisuel en différé et à sa convenance ainsi que de pouvoir s'en faire une archive personnelle. Le DVD s'inscrit dans une prolongation de la VHS dans le domaine digitale et le re-conditionnement qu'il permet est essentiellement vu en terme quantitatif : la possibilité de reconstituer l'intégrité, y compris linguistique et narratologique, d'une série hors du contrôle télévisuel et au meilleur prix possible.

Mais, d'autres internautes considèrent les *animes*, ainsi que les univers narratifs dont ils sont issus, comme de véritables œuvres à collectionner, aussi bien en termes épisodiques que de produits médiatiques. Il s'agit bien de reconstituer non seulement l'intégralité de ces ensembles narratologiques sérialisés, mais aussi une expérience culturelle originale, respectant autant que possible la forme initiale de sa première commercialisation au Japon. Certes, le rythme de publication reste important, mais c'est surtout la qualité du travail éditorial qui compte ainsi que la mise à disposition de contenus afférents permettant de prolonger l'expérience de ces récits en les étendant à d'autres domaines plus instructifs. Dans ce cas, le DVD est vraiment perçu comme un moyen de transformer le statut des *animes* qui, de contenus télévisuels éphémères, deviennent des textes à part entière à collectionner, si possible dans un bel écrin, même si cela peut coûter cher. Cette technologie de livraison permet non seulement une immersion narratologique intense, mais aussi sensorielle, en permettant aux éditeurs de retravailler et d'améliorer la qualité du son et de l'image. Certains, quoique rares, demandent même une adaptation du rendu audiovisuel aux capacités techniques actuelles des dispositifs de lecture et de visionnement, et ce même si ces séries n'ont pas été initialement conçues pour une telle qualité.

La multiplication des canaux d'accès, avec l'adoption généralisée de la circulation de contenus vidéographiques sur le Web et l'édition numérique sur des supports tels que les disques optiques, a néanmoins fait aussi naître un désir d’une plus grande palette d'options permettant de paramétrer son expérience : choix de langues, choix de versions éditoriales, choix des dispositifs techniques de visionnement. Le contenu vidéo, par opposition au contenu télévisuel, pris dans une grille horaire, est non seulement visible au moment et au rythme de

sa propre convenance, mais peut aussi être revu autant de fois qu'on le veut. Même si elle n'est pas exprimée directement, il perce néanmoins cette idée que les acteurs médiatiques étant interconnectés globalement, ils devraient donc être à même de proposer rapidement, et au prix le plus bas possible, mais aussi dans de bonnes conditions, des éditions télévisuelles ou vidéo de contenus diffusés à l'autre bout du monde. On retrouve en partie ce type d'exigence dans les unités de commentaires portant sur les évaluations des éditions DVD d'*anime*.

Si on reprend l'ensemble des discours retenus dans cette étude, il faut reconnaître que les exigences des amateurs d'*animes* en la matière sont parfois contradictoires, mais ils reflètent justement cette idée que cette technologie de livraison vidéo devrait être capable de répondre à des exigences diverses, voir opposées. Néanmoins, il ressort que pour nombre d'internautes se prononçant sur la qualité des éditions DVD, celles-ci servent avant tout à préserver dans une collection finie une série d'épisodes et de contenus afférents, dans le sens d'une possession d'un ensemble permettant une expérience à la fois intensive et exhaustive. Il apparaît clairement que pour eux, une série TV, notamment un *anime*, mérite autant qu'un film de cinéma, un traitement non seulement rigoureux, notamment en termes de traduction, mais aussi d’un point de vue esthétique, mettant le contenu en valeur. Dans cette optique, plusieurs internautes se plaignent explicitement de la longueur de certaines séries et le fait que des éditeurs, à leurs yeux, semblent profiter de la situation pour tirer un maximum de profits de ces récits à rallonge, notamment *Naruto*, *One Piece*, *Dragon Ball* et *Bleach*, qui comptent tous plusieurs centaines d'épisodes, répartis parfois sur plusieurs dizaines de volumes ou de coffrets DVD, dont les coûts sont évidemment considérables.

Résumé du chapitre 5

Cette première étape de l'analyse des commentaires permet de confirmer l'existence d'une palette de pratiques ciné-vidéophiles se déployant entre les deux grands pôles évoqués dans l'hypothèse de ce travail : d'une part des publics qui considèrent que les *animes* restent des contenus télévisuels et qui veulent conserver la logique de rendez-vous qui les accompagnent, même s'il s'agit pour eux de contrôler ces moments ; et d'autre part, des publics qui entrent dans la logique de la démédiation de ces séries, les considérant alors comme des œuvres audiovisuelles à part entière, dignes d'être collectionnées sous une forme tangible et leur rendant justice. Dans le premier cas, le DVD est conçu comme une sorte de VHS digitalisée, aux capacités de stockage supérieures permettant alors d'offrir éventuellement une expérience étendue à des contenus additionnels de l'*anime*. Dans le second cas de figure, les éditions DVD permettent de matérialiser en quelques sortes la série TV en une marchandise culturelle à collectionner parmi d'autres objets éditoriaux, comme les *mangas* et les jeux vidéo, ou des produits dérivés en tous genres. Du fait de la différence entre les deux corpus sur la question de l'accès aux *animes*, il apparaît ainsi que les commentaires germanophones se retrouvent plus près du premier pôle, tandis que les internautes francophones expriment des attitudes donnant une part plus grande à des éléments de cinéphilie, les rapprochant plutôt du second pôle.

Ces résultats nuancent aussi la perception de l'impact des stratégies transmédia. En effet, bien des internautes conservent une perception linéaire et hiérarchisée de la sérialisation des versions médiatiques, prenant toujours la première incarnation de l'univers narratif, généralement le *manga*, comme point de référence pour évaluer les autres, considérées comme des adaptations dérivées, et donc souvent dégradées. De fait, une mauvaise édition d'un *anime* peut donc représenter une double dégradation de l'œuvre originale. Or, la commercialisation de multiples incarnations médiatiques et matérielles d'un même univers narratif se fait dans le sens d'un applanissement des status de chacune d'entre elles. Cela signifie que dans l'esprit de ces internautes, la démédiation des *animes* n'est jamais totale. En effet, ils continuent de l'inscrire dans un processus d'expérience médiatique qui doit suivre une certaine progression, en partant de l'œuvre d'origine

Chapitre 6 : Caractérisations des publics sur les divers types de site Web étudiés

Les locuteurs ne s'expriment jamais dans le vide et leur parole est toujours contrainte par les circonstances qui caractérisent le cadre d'énonciation, ou plutôt, par la manière dont ils les perçoivent. Il en va de même sur le Web, bien qu'il s'agisse d'un lieu dit virtuel, c'est-à-dire non-actualisé dans la réalité matérielle et localisée de l'internaute face à son écran. Si un site Web n'a pas de manifestation directe dans le contexte empirique de ses visiteurs, il n'en constitue pas moins une extension dans une dimension suspendue en quelque sorte entre le domaine privé et l'espace public, et à ce titre, les règles en vigueur dans le monde « réel » s'appliquent aussi en grande partie à cet univers. Ainsi, un site comme Amazon offre un cadre d'expression différent de celui d'une plate-forme de critique d'*animes* comme Anime-kun ou d'évaluation de DVD comme DigitalDVD. Non seulement parce que l'objet de ces sites diffère, mais aussi parce qu'ils n'encouragent pas le même type de propos et s'adressent à des publics plus ou moins nombreux, et plus ou moins spécialisés. Après avoir identifié et analysé les thèmes émergeant des propos des internautes sur ces sites autour des questions d'audienciation, d'accès socio-technique aux *animes* et d'usage de leurs éditions DVD, il convient de replacer ces discours dans leurs contextes. Les sites Web sélectionnés pour cette étude de terrain donnent accès à divers types de publics, non seulement en tant que destinataires et acteurs de ces lieux d'énonciation et d'interaction, mais aussi en tant qu'amateurs plus ou moins assidus d'*animes*. Ce chapitre vise à dégager une description générale des attitudes de ciné-vidéophilie telles qu'elles se manifestent dans les corpus francophone et germanophone sur chaque type de site Web, en fonction des trois axes d'analyse utilisés au chapitre précédent.

Cependant, au vu du nombre important de thèmes relevés, il a été décidé de ne retenir que les résultats à partir de 10 % d'unités de commentaire par thème. Ainsi, seuls les trois meilleurs scores, au-dessus de 10 % par corpus et type de site Web ont été pris en compte. En effet, en-dessous, le nombre d'unités de commentaires, généralement à un chiffre, est si bas qu'il ne permet plus du tout d'interprétations et les trois premiers résultats regroupent le plus souvent au minimum 75 % des unités de commentaires. Cela ne signifie pas que l'on ne tiendra pas compte de cet éclatement statistique. Au contraire, celui-ci atteste justement de la

fragmentation des publics et des usagers qui posent tellement de problèmes aussi bien aux chercheurs universitaires qu'aux acteurs industriels. Cependant, les statistiques réalisées pour chaque corpus et type de site Web montrent que plus de la moitié des occurrences relèvent de seulement quelques thèmes par sous-catégorie.

Sur l'ensemble des deux corpus, on constate que les sites qui ont généré le plus d'unités de commentaires sont ceux de commerce de détail en ligne, avec 43 % du total. En deuxième position, on trouve les sites de critiques d'*animes*, avec un taux de 31 %, suivi des sites d'évaluation des DVD d'*anime*, à 12 %. Tous les autres arrivent loin derrière, avec des taux de moins de 10 %. En effet, à eux seuls, ces trois types de site Web ont produits près de 86 % des unités de commentaires catalogués par thèmes.

De manière générale, l'axe Z, concernant les usages des éditions DVD d'*animes*, domine en taux d'occurrences de ses thèmes sur les sites de vente, d'Animeland et du forum spécialisé d'Animexx.de, ainsi que sur les sites d'évaluation de DVD, alors qu'il n'apparaît pratiquement pas sur les sites de critique d'*animes*. Ceux-ci sont plutôt dominés par l'axe X, portant sur le processus d'audienciation, et l'axe Y, concernant les modalités d'accès aux *animes*. Ces résultats montrent que même si tous les commentaires des sites vendant ou évaluant le DVD d'*anime* en tant que produit éditorial n'accordent pas forcément une telle importance à la question des usages ou de l'utilité du DVD dans le cadre de l'expérience des *animes*, ils ont quand même tendance à stimuler des discours focalisés sur les éléments techniques, éditoriaux et culturels de ces objets commerciaux. Dans l'autre sens, les sites de critiques d'*animes* qui ont pour but d'offrir des évaluations informées aux amateurs d'*animes* par d'autres amateurs d'*animes* favorisent la manifestation de thèmes plutôt liés à des questions de conception de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel (sous-catégorie x), au positionnement des *animes* dans leurs univers narratifs transmédia (sous-catégorie xx), mais aussi d'accès aux *animes* (sous-catégorie y) et de leur traduction (sous-catégorie yyy).

1. Sites de commerce de détail

1.1. Description du contexte communicationnel des sites de vente de détails

1.1.1. Amazon.fr et Amazon.de

La société Amazon, fondée en 1994, se subdivise aujourd'hui en neuf magasins électroniques, avec le site-mère Amazon.com (USA) et les autres branches dans le monde: Amazon.ca

(Canada), Amazon.cn (Chine), Amazon.fr (France), Amazon.de (Allemagne), Amazon.it (Italie), Amazon.jp (Japon), Amazon.es (Espagne) et Amazon.co.uk (Grande Bretagne). Mis en ligne en 1995, il s'agissait à l'origine d'une librairie électronique qui s'est ensuite transformée en une immense plate-forme de commerce de détail. Elle cible à la fois les masses, mais aussi des consommateurs avisés, voir spécialisés. Par ailleurs, la société s'adresse à des publics regroupés dans des aires géographiques et linguistiques correspondant aux plus gros marchés mondiaux, mais pas de manière totalement cloisonnée. Ainsi, lorsqu'un produit n'est pas disponible sur le site consulté, il est fréquemment proposé de le commander auprès d'une autre branche d'Amazon. De plus, grâce à sa capacité à détecter les adresses IP, le système des sites d'Amazon peut identifier le pays où se trouve le visiteur et faire automatiquement apparaître des offres qui lui sont spécialement destinées.

Comme nombre de firmes transnationales, Amazon adapte le fonctionnement et l'apparence de ses sites en fonction des zones géo-linguistiques correspondant aux marchés visés, tout en préservant une identité visuelle et commerciale reconnaissable sur chacun d'entre eux. Les sites Web d'Amazon.fr et d'Amazon.de se ressemblent à la fois beaucoup, surtout par leur présentation graphique et le fonctionnement des menus, mais diffèrent aussi significativement, notamment par les produits proposés et leur rangement au sein des « boutiques » ou « *Kategorien* » sur la version germanophone d'Amazon.

Figure 5: Capture d'écran de la page « *Manga* » dans la rubrique « DVD et Blu-ray *Manga* » d'Amazon.fr : http://amzn.to/VckWCd. (Prise le 29.12.2011 à 15:20)

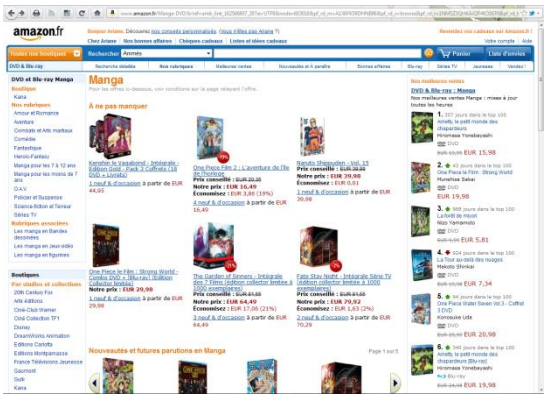


Figure 6: Capture d'écran de la page « *Anime* » dans la rubrique « DVD & Blu-ray » d'Amazon.de : http://amzn.to/TbiAVv. (Prise le 29.12.2011 à 15:19)

De manière générale, les catégorisations des DVD d'*animes* sur les sites Amazon démontrent que, pour la société, ces séries TV sont des contenus parmi tant d'autres et ne constituent pas les produits d'une industrie particulière. Pour Amazon.fr, l'animation japonaise dans son ensemble peut se regrouper sous le terme « *manga* », lequel constitue un genre au même titre d'ailleurs que « Jeunesse et famille » ou « Action, policier et thriller ». De plus, les « Mangas » se subdivisent aussi en « Séries TV », en « O.A.V. » ou encore en « Mangas pour les moins de 7 ans », « Mangas pour les 7 à 12 ans » ainsi qu'en « Aventure », « Amour et romance » ou « Comédie ». Paradoxalement, dans le menu déroulant à côté du champ du moteur de recherche, la catégorie « Animé » apparaît automatiquement. L'internaute est ainsi confronté à un étrange mélange de catégories de genre, de formes narratives, de formats de production et de produits différents. Du coup, les *mangas*, c'est-à-dire, les bandes dessinées japonaises, sont désignées par l'expression « Mangas en Bandes dessinées ». Le site germanophone amalgame aussi les films et séries TV d'animation japonaise, mais dans la catégorie « *Anime* ». Par ailleurs, contrairement au site francophone, il n'offre aucune référence aux autres produits issus de ces univers narratifs, comme les *mangas* ou les jeux vidéo.

Chaque site d'Amazon fonctionne comme un portail public, mais au service personnalisé de chaque internaute, qu'il dispose d'un compte client ou pas. Cette plate-forme électronique combine ainsi des espaces fermés, réservés à l'internaute individuel, et un large espace ouvert, qui se veut communautaire, permettant aux clients d'Amazon d'interagir dans le processus d'évaluation des articles vendus. Les personnes souhaitant participer à cette « conversation »

collective doivent donc d'abord devenir clients d'Amazon, en ouvrant un compte sur le portail, et en éditant un profil sur lequel ils se présentent de manière plus ou moins détaillée. Dans le cadre des évaluations de DVD d'*anime*, l'anonymat prédomine largement, la grande majorité des intervenants s'exprimant sous pseudonyme. Bien qu'il soit possible d'indiquer son pays, voir sa ville, très peu le font. Cela rend donc presque impossible une quelconque identification des commentateurs, que ce soit même par le sexe, l'âge ou le lieu de vie. Si, de manière générale, le style rédactionnel de la plupart des évaluations est aussi soigné et clair que possible, leur élaboration varie beaucoup, allant de longues critiques, passant en revue le synopsis de l'histoire, les caractéristiques de l'édition DVD et éventuellement des reproches ou des louanges aux éditeurs, à de brèves interventions, qui, dans certains cas, peuvent se faire lapidaires. En revanche, le langage grossier ou les textes pleins de fautes d'orthographe, de grammaire et de syntaxe sont très rares. Il apparaît donc que les intervenants soignent aussi bien leur image de public, voire de fans, en faisant référence à un riche répertoire de références populaires, que leur réputation de client Amazon.

1.1.2. La FNAC.com

La Fédération Nationale d'Achats des Cadres (FNAC) a été fondée en 1954 pour mettre des biens culturels à la portée des bourses de la classe moyenne française. Au départ, la FNAC se spécialisait dans la vente d'appareils de photos et le développement de celles-ci, mais elle s'est diversifiée pour inclure le livre, l'informatique[357] ainsi que la musique et les produits vidéo. En 1994, l'entreprise est intégrée au groupe français Pinault-Printemps-Redoute (PPR), devenant alors un des principaux commerces européens de vente de biens culturels et de loisirs, notamment dans les domaines suivants : livres, disques, micro-informatique, son, vidéo et photographie. Après avoir ouvert des enseignes dans toute la France, la FNAC s'est aussi développée en Belgique, en Espagne, en Italie, au Portugal, en Suisse (romande) et au Brésil[358]. A l'instar des commerces de détail ayant élargi leurs activités au Web, la FNAC a subdivisé sa présence sur la toile en sites recoupant de grandes aires géographiques et linguistiques et adaptant le contenu aux marchés visés. Mais, ces déclinaisons sont bien moins élaborées que le site de la maison-mère, FNAC.com. Outre une interface n'offrant qu'une navigation très limitée et des catalogues qui semblent souvent lacunaires (pas de photo de

---

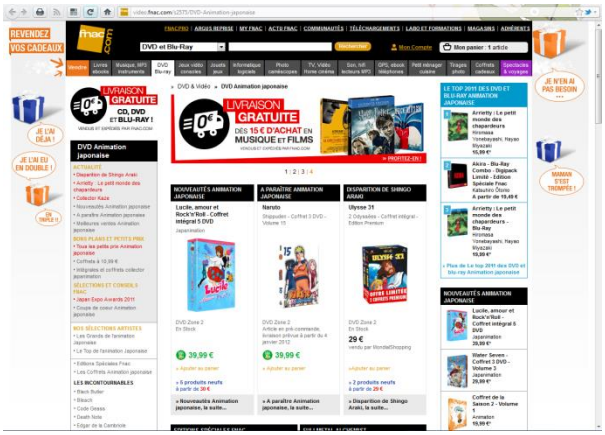
[357] Histoire d'Entreprise, #6, décembre 2008, http://www.histoire-entreprises.fr/he-le-magazine/la-fnac-histoire-d-un-militantisme-culturel-andre-essel-max-theret/

[358] Présentation sur le site web de la FNAC : http://www.fnac.com/Magazine/entreprise_fnac/qui_est_fnac.asp?NID=0&RNID=0&bl=ong

produits, des prix pas toujours affichés, articles manquants, etc.), il apparaît aussi que la possibilité de laisser des commentaires y soit très rarement utilisée. Il semble ainsi que ces pages servent plutôt de vitrines de consultation pour les clients des autres pays que de véritable plate-forme de commerce électronique.

Le site principal de la FNAC s'ouvre sur une page d'accueil qui met à l'honneur des opportunités liées soit à la période de l'année, comme Noël, Pâques, la Fête des Mères ou des Pères, ou bien un événement médiatique, comme la sortie d'un film à grand succès, la tournée d'une star de la musique ou le début d'un spectacle grand public, dont la FNAC est partenaire ou sponsor. Sauf raison exceptionnelle, par exemple, lors de la foire Japan Expo, qui se tient chaque année en juillet à Paris et dont la FNAC est un soutien publicitaire ainsi qu'un exposant, aucun article en lien avec l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel n'y est affiché. De manière générale, le terme « *anime* » n'apparaît que dans un seul endroit, la sous-section consacrée à ceux qui sont considérés comme les créateurs les plus importants de cette industrie. Sinon, le site utilise plutôt l'expression « Animation japonaise », pour désigner aussi bien les films d'animation que les séries TV animées, tandis que le terme « Japanimation » apparaît comme catégorie de produits dans les listes de DVD ou coffrets DVD.

Figure 7: Capture d'écran de la page « DVD d'animation japonaise », dans la rubrique « DVD et Blu-ray » du site de la FNAC.com: http://bit.ly/Vcnq3u. (Prise le 29.12.2011 à 16:42)



Il ressort de son organisation l'impression que la FNAC vise à la fois un public de trentenaires, ayant grandi avec les très controversés « dessins animés japonais », diffusés dans les émissions françaises des années 1980-1990 telles que *Récré A2* (France 2, anciennement Antenne 2), le *Club Dorothée* (TF1) ou *Amuse-3* (France 3), et des publics plus récents, avec des séries actuelles. Mais, le site tente aussi d'atteindre des publics qui se veulent avertis, amateurs d'œuvres par auteurs/réalisateurs (Hayao Miyazaki, Satoshi Kon, Leiji Matsumoto, Katsuhiro Otomo, etc.). Cette insistance sur cette génération de téléspectateurs signale par ailleurs l'enracinement de la FNAC dans le cadre français de l'expérience des *animes*. La sous-section « Le Top de l'animation japonaise » souligne

particulièrement cette volonté de proposer une entrée dans les univers narratifs japonais par leurs auteurs, en listant les *mangakas* et les réalisateurs dont les œuvres sont les plus plébiscitées par les notes des clients de la FNAC. La sous-section « Les Grands de l'animation japonaise », qui s'ouvre sur une page proposant un article sur les œuvres et dates importantes de l'industrie de l'animation japonaise, confirme cette impression que la FNAC cherche à donner l'image d'une entreprise prenant au sérieux les amateurs de ce domaine spécifique du divertissement audiovisuel.

Les fiches des DVD d'*animes*, tout comme les pages des autres produits DVD, contiennent un grand nombre d'informations succinctes, concernant les éléments à la fois techniques et matériels, le prix, les modalités d'envoi, de remboursement, la réduction de prix, etc. Elles comprennent toutes un bandeau déroulant proposant des titres ayant été sélectionnés par les clients ayant acheté le DVD en question. Surtout, juste en-dessous s'affiche la partie dévouée aux commentaires des clients précédents qui ont accepté de laisser une évaluation, sous forme de notes étoilées et de quelques mots. Les autres clients peuvent aussi évaluer l' « utilité » des commentaires proposés, constituant une forme de vote en faveur de certains d'entre eux. Contrairement aux commentaires sur Amazon qui font régulièrement plusieurs paragraphes, ceux laissés par les clients inscrits sur le site de la FNAC sont généralement courts, voir très brefs, se limitant à une ou deux lignes, soit dithyrambiques, soit lapidaires. Ils ne dépassent en tout cas jamais une dizaine de lignes. Fréquemment sans pseudonyme, ces messages s'expriment dans un français moins soigné que sur Amazon, aussi bien du point de vue du vocabulaire utilisé que de la forme orthographique, grammaticale ou syntaxique. Il se dégage de cette observation l'impression que les commentateurs se soucient surtout de partager leur enthousiasme ou leur désapprobation d'un article, plus qu'ils ne cherchent à informer les autres clients sur leur contenu et leur qualité.

1.2. Description générale des commentaires par axe et par corpus sur les sites de vente de détails

Comme le montre le tableau récapitulatif ci-dessous, la majorité des discours dans les commentaires recueillis sur les sites de vente de détail concernent l'expérience des supports vidéographiques. Il apparaît ainsi que les internautes se sont beaucoup concentrés sur les DVD, soit en tant que technologie de livraison vidéo (sous-catégories xxx et y), surtout du côté des germanophones, soit en tant que produit éditorial et marchandise culturelle (sous-catégorie z), surtout chez les francophones. De plus, la question de l'accès linguistique aux

animes et de l'expérience culturelle que cela peut représenter est également fréquemment abordée, notamment dans les commentaires en allemand (sous-catégorie yyy).

Tableau 5: Récapitulatif des pourcentages d'occurrences de chaque axe et sous-catégorie dans les commentaires recueillis sur les sites de commerce de détails.

Sous-catégories - Axes / Corpus	**FR + D**	**FR**	**D**
x	3 %	5 %	2 %
xx	10 %	12 %	10 %
xxx	11 %	8 %	12 %
Axe X	**24 %**	**25 %**	**24 %**
y	9 %	4 %	12 %
yy	1 %	1 %	1 %
yyy	18 %	12 %	21 %
Axe Y	**28 %**	**17 %**	**34 %**
z	42 %	52 %	37 %
zz	3 %	4 %	3 %
zzz	2 %	2 %	2 %
Axe Z	**47 %**	**59 %**	**42 %**

En considérant les corpus séparément, on s'aperçoit néanmoins de certaines différences dans l'importance donnée aux trois axes. Si dans les deux cas, les préoccupations liées au re-conditionnement des *animes* en marchandises culturelles (sous-catégorie z) arrivent en tête en taux d'occurrences, les approches liées à l'audienciation et l'accès aux *animes* varient assez significativement. En effet, les commentaires germanophones abordent plus souvent la question de l'utilité du DVD dans leur suivi des *animes* (sous-catégorie xxx) ainsi que celle de l'accès sociotechnique aux *animes* (sous-catégorie y et yyy) que les francophones, lesquels se soucient plus de la position des *animes* dans un ensemble narratif (sous-catégorie xx). Dans l'ensemble, il semblerait que la ligne de démarcation entre les deux corpus sur les questions d'accès aux *animes* et de préoccupations éditoriales liées au re-conditionnement de ces séries, se manifeste de manière assez claire.

1.3. Description des principales modalités de suivi des *animes* sur les sites de vente de détails

Tableau 6: Liste des thèmes ayant les 3 meilleurs scores au sein des sous-catégories ayant obtenu plus de 10 % d'occurrences sur ces sites.

Sous-catégories / Corpus	**FR**	**D**
xx	xx-17 (T2): 27 % xx-5 (T1): 19 % xx-16 (T2): 15 %	--
xxx	--	xxx-1 (T1) : 23 % xxx-18 (T3) :19 % xxx-7 (T2) : 10 %
y	--	y-15 (T4) : 24 % y-16 (T4) : 15 % y-14 (T2) : 14 %
yyy	yyy-3 (T1) : 36 % yyy-10(T2) : 19 % yyy-11(T3) : 10 %	yyy-3 (T1) : 38 % yyy-5 (T1) : 21 % yyy-10 (T2) : 12 %
z	z-10 (T1) : 19 % z-20 (T2) : 11 % z-9 (T1) : 10 %	z-10 (T1) :20 % z-3 (T1) : 10 %

1.3.1. Modalités de constitution d'audience d'*animes* (axe X)

Les discours d'audienciation ne sont pas les mêmes dans les deux corpus. Alors que ces commentaires concernent des DVD d'*animes*, les francophones ne mentionnent que rarement l'utilité du DVD dans leur suivi des *animes*, contrairement aux germanophones, chez qui cette catégorie remporte quand même 12 % du total des unités de commentaires sur ces sites. Les francophones, eux, se préoccupent plutôt du positionnement de ces *animes* dans l'ensemble transmédia qui constitue ces univers narratifs.

a. Les conceptions des stratégies transmédia dans les commentaires francophones (sous-catégorie xx)

Dans le corpus francophone, la sous-catégorie xx, concernant la perception des stratégies transmédia par les auteurs de commentaires, s'incarne le plus souvent dans des thèmes positionnant l'*anime* comme une version secondaire (xx-5), parmi d'autres (xx-17), dérivée d'une œuvre originale, qui s'avère être le *manga* (xx-16). Le thème xx-17, qui représente 27 % des unités de commentaires de cette sous-catégorie s'exprime essentiellement selon une

connaissance globale de la carrière médiatique de ces univers narratifs, comme l'illustre cet extrait du commentaire de Pegasus Seiya à propos du coffret Collector d'*Albator 84* [FR-16] :

> Ce film traite donc des origines d'Albator et de son amitié avec Tochiro (il serait toutefois incorrect de le considérer, ainsi que la série, comme une préquelle à Albator 78, de nombreux événements et les origines de plusieurs personnages étant présentés différemment entre les deux séries) (Amazon.fr, 28.08.2009).

Le thème xx-5, qui arrive en deuxième position avec un taux d'occurrences de 19 %, se manifeste surtout dans des commentaires évaluant la qualité de l'adaptation du *manga* en *anime*, certains allant même jusqu'à estimer que la version dérivée dépasse l'original, à l'instar de cet anonyme s'exprimant sur le premier coffret de l'édition spéciale de *Tsubasa Chronicle Reservoir* [FR-18]: « Tsubasa Chronicle n'est pas une adaptation fidèle du manga éponyme, loin de là. Elle lui est supérieure!!!!! » (FNAC, 15.09.2007) Enfin, le thème xx-16 apparaît dans 15 % des unités de commentaires et émerge particulièrement de propos posant clairement le *manga* comme l'œuvre originale de référence, ainsi que le montre cet extrait de commentaire anonymes au sujet du premier coffret Collector de *Tsubasa Reservoir Chronicle* [FR-18] : « J'ai adoré ce manga et tout autant l'anime qui suit très bien l'original papier. » (FNAC, 29.03.2008)

b. Les conceptions de l'utilité du DVD dans le suivi des animes dans les commentaires germanophones (sous-catégorie xxx)

Les commentaires en allemand sur ces sites donnent une certaine importance au rôle joué par le DVD dans le suivi des *animes*. Cette préoccupation s'incarne dans des thèmes soulignant l'intérêt de cette technologie dans une optique de possession des *animes* et de personnalisation de leur expérience. Ainsi, le thème xxx-1, posant le DVD comme un bon moyen de collectionner des *animes* de qualité, remporte 23 % des unités de commentaires regroupés dans cette sous-catégorie. Pour certains internautes, comme Mick Jaguar "Schreiberling", à propos du premier DVD de *Naruto* [D-29], le simple fait d'être un fan de ces séries suffit pour justifier l'achat de ces produits : « An sich sind die Naruto-DVDs ein Muss für jeden Fan, aber Panini hat durch seine übertriebenen Kürzungen, dass die Anime-Serie in Deutschland ein Flop wurde. » (Amazon.de, 19.04.2008) Cette envie de posséder des *animes* sous forme tangible s'exprime également dans le thème xxx-18, qui apparaît dans 19 % des unités de commentaires et qui considère le DVD comme une étape logique de la carrière d'un *anime*. Il émerge notamment de propos qui font le lien entre la diffusion télévisuelle, comme première

expérience de ces séries et le désir d'un visionnement différé et à sa convenance, dans la droite ligne des usages des cassettes vidéo dans les années 1980. Cet extrait de commentaire de darwynfynke qui se réjouit de pouvoir enfin revoir *Vampire Knight* [D-28] grâce à ce premier coffret l'illustre bien : « An Vampire Knight gibt es eigentlich nichts zu meckern, vorallem nicht, weil alle, die es bereits im TV gesehen haben, jetzt die Möglichkeit haben, die Originalstimmen (mit deutschem Untertitel) zu genießen. » (Amazon.de, 25.06.2009)

Enfin, le thème xxx-7, concernant la possibilité de visionner un *anime* en plusieurs langues, et comprenant 10 % des unités de commentaires de cette sous-catégorie, manifeste un autre aspect du rôle des DVD, à savoir, la satisfaction de diverses formes d'audienciation linguistique. En effet, outre l'idée d'une expérience interculturelle, la plupart des commentaires mettent en avant le fait que de telles éditions permettent d'élargir le public des *animes* et donc d'enrichir ce marché, comme l'illustrent les propos de Martin Hübner, dans son évaluation du premier coffret de *Dragon Ball Z* [D-9] :

> Ich bin mit den "only sub" Videos groß geworden, auf DVD gabs dann die ersten Synchros um mehr Käufer zu bekommen. Dies habe ich so hingenommen, da es ja nichts negatives für mich bedeutet - die Synchro tangiert mich nicht, aber durch mehr Absatz steigt die Chance auf mehr Animes. Wenn man sich die Entwicklung bis 2008 so anguckt absolut positiv für mich. Aber bei Releases mit nur deutschem Ton, wo man sich beschwert, fallen einem die Synchro gucker in den Rücken - danke auch... (meine Erfahurung) (Amazon.de, 01.12.2009).

1.3.2. Modalités de réception socio-technique des *animes* (axe Y)

Les différences d'importance accordée par les deux corpus à ces considérations révèle une ligne de fracture sur la question de l'accès aux *animes* entre les internautes francophones et germanophones. Cette préoccupation est beaucoup plus importante chez ces derniers.

a. Les considérations des francophones sur l'accès linguistique aux animes (sous-catégorie yyy)

Les internautes francophones qui s'expriment à ce sujet sur ces sites de vente de détail semblent surtout préoccupés par des questions de qualité des doublages traduits (yyy-3) et des versions originales sous-titrées (yyy-10 et yyy-11).

Le sujet des doublages traduits est ainsi récurrente, puisque pas moins de 36 % des unités de commentaires recueillis sur ces sites y font référence. Si la plupart se contente de jugement succincts, positifs ou négatifs, une partie d'entre elles souligne plus particulièrement la

capacité (ou l'incapacité) des acteurs français à se rapprocher du niveau de leurs homologues japonais, comme l'illustrent ces propos de twodragon "sonja" à propos du premier coffret de *Vampire Knight* [FR-33] : « Au début ça fait bizare d'entendre la voix de yuki en français et puis l'intrigue devient plus puissante que les petits détails. […] PERSO J'adore Zero et sa voix française est à croquer (oups!). » (Amazon.fr, 21.07.2009) D'autres encore dénoncent un problème fréquent, notamment pour les *animes* des années 1970 et 1980, à savoir le recours au même acteur pour plusieurs personnages :

> Si vous parlez des doublages français, oui les voix ont un peu changé entre les deux séries, notamment le remplacement de Richard Darbois (la voix française d'Harrison Ford) par le regretté François Leccia dans le rôle d'Albator (Richard Darbois a par la suite repris le rôle dans Harlock Saga et Captain Herlock: The Endless Odyssey). Mais plusieurs comédiens de la série précédente reviennent toutefois, souvent dans des rôles en eux-mêmes différents mais souvent du même type que ceux qu'ils incarnaient dans la série de 78 (Amazon.fr, 28.08.2009, Pegasus Seiya, coffret collector intégral d'Albator 84 [FR-16]).

Le thème yyy-10, affichant une préférence pour la VOST, obtient 19 % et le thème yyy-11, portant sur la qualité de la traduction des sous-titres, 10 % d'occurrences parmi les unités de commentaires regroupées dans cette sous-catégorie. La recommandation de la VOST est surtout motivée par la mauvaise qualité de certaines versions françaises, à l'instar de cet anonyme s'exprimant à propos du premier coffret de *One Piece* [FR-7], qui trouvent la VF tellement mauvaise que le suivi de ces *animes* en VOST s'imposerait presque : « Le seul bémol c'est la version française qui fait froid dans le dos ! Pour tous les fans et futurs fans de la série la VOSTFR est fortement conseillée. » (FNAC, 05.08.2008) Le thème yyy-11 apparaît essentiellement dans des commentaires où la qualité de la traduction dans les sous-titres est surtout évaluée sur la base de la perception d'une cohérence narrative, à l'instar de dr-gonzo2 qui signalent des erreurs dans les sous-titres du premier coffret de *Naruto* [FR-1] qui rendraient l'histoire en partie incompréhensible :

> La vf je ne sais pas je regarde toujours en vostfr et la c'est horrible!IL y a des erreurs dans la traduction qui donnent des non-senses,le non des attaques et en franjap(en japonais comme tout ce qui peu l'être c'est vraiment ce que tout le monde demande en plus:"kage bushin no jutsu" etc… (Amazon.fr, 01.02.2006).

b. Les considérations d'accès technique et commercial dans les commentaires germanophones (sous-catégorie y)

Les internautes germanophones qui s'expriment sur les modalités d'accès technique et commerciale aux *animes* semblent surtout préoccupés par la question de la transition entre le contexte médiatico-commercial japonais et le marché européen, puisqu'un bon quart des unités de commentaires se rapportent au thème y-15, et par celle de la transition entre la diffusion des *animes* à la télévision et leur reprise en produits vidéo, le thème y-16 obtenant un taux d'occurrences de 15 %. Enfin, ils s'expriment aussi relativement souvent sur leur usage des supports vidéographiques, y compris le DVD (y-14 : 14 %).

Le thème y-15 est essentiellement abordé sous l'angle de l'adaptation des *animes* à de jeunes, voire très jeunes audiences télévisuelles, listant les diverses mesures de censure prises par les chaînes de télévision, ces internautes affichant ainsi une connaissance et une conscience des conditions de commercialisation de ces séries TV sur leur propre marché. La plupart décrient ce qu'ils considèrent comme une trahison de la part des responsables de ces chaînes, tandis que d'autres indiquent aussi, comme dans le cas du premier coffret de *Dragon Ball Z* [D-9], l'existence de multiples versions éditoriales, plus ou moins lourdement éditées. Tristan Peter "tristanpeter" remarque ainsi que la version allemande, diffusée par RTL II, n'a pas été achetée aux ayants droits japonais, mais aux chaînes de télévision française, lesquelles avaient déjà procédé à diverses coupes et remaniements :

> Die Erstaustrahlung Anfang 2001/2002 war die gekürzte Version der bereits gekürzten französischen Version. Bei der Wiederholung ein/zwei Jahre später würde die bereits zweimal gekürzte Serie erneut gekürzt und zu guter letzt kürzte Tele 5 die Serie ein weiteres Mal. Zusammengefasst ist es nun sehr spannend ob wir hier endlich die ungeschnittene Version erhalten oder nur die Erstaustrahlungsversion (Amazon.de, 22.09.2009).

Le thème y-16 apparaît dans des propos posant les éditions DVD comme un moyen d'accéder aussi bien à une version originale et intégrale, après avoir été exposé à des versions télévisuelles tronquées, qu'à ces dernières. Ainsi, Hyperion, tout en estimant qu'il était compréhensible que RTLII adapte la série *Naruto* [D-19] à une audience de moins de 12 ans, puisqu'elle était proposée au milieu de l'après-midi, à une heure généralement consacrée aux plus jeunes, ne voit pas pourquoi l'éditeur du DVD critiqué n'aurait pas pu proposer une version complète, soit seule, soit en plus de la version TV :

> Für die TV-Ausstrahlung war dies noch sinnvoll, da diese am Nachmittag war. Aber aufgrund der ungeschnittenen OmU-Version die DVD sowieso eine FSK12 erhielt, ist diese Version auf der DVD völlig sinnlos. Kinder von 6-11 Jahren sollten die DVD selbst gar nicht kaufen können. Wer älter ist, will als

> Mindestanforderung aber auch eine ungeschnittene Version (Amazon.de, 24.11.2006).

Enfin, le thème y-14 s'incarne dans des propos faisant notamment de ces éditions DVD un moyen de collectionner ces séries sous formes tangibles, comme l'illustre cet extrait de commentaire de'??? "Angel" à propos du premier coffret Collector de *Code Geass: Lelouche of the Rebellion* [D-36]: « Hab den Anime zwar schon komplett in englisch gesehen, aber er ist so spannend, dass ich ihn einach in meine DVD-Sammlung aufnehmen muss. » (Amazon.de, 01.12.2009). D'autre part, de nombreux internautes abordant ce thème évoque le plaisir du visionnement multiple et suivi, comme l'affirme Pfifikus à propos du coffret d'*Ouran High School Host Club* [D-33] : « Ansonsten, für alle Fans des Anime ist dieser eine super Investition die auch bei mehrmaligen Anschauen immer noch viel Spaß macht. » (Amazon.de, 14.10.2008)

c. Les considérations d'accès linguistiques aux animes dans les commentaires germanophones (sous-catégorie yyy)

La première thématique, concernant l'évaluation des doublages traduits domine clairement dans les unités de commentaires en allemand abordant le sujet de l'accès linguistique aux *animes*.

Le thème yyy-3, concernant l'évaluation des traductions des doublages, est particulièrement fréquent, puisqu'il représente 38 % des unités de commentaires regroupés dans cette sous-catégorie. Celle-ci est le plus souvent assez succincte, mais il arrive aussi régulièrement qu'elle se fasse sur la base d'une expérience générale des doublages, ainsi que le manifeste Sempai02, à propos du coffret intégral Collector de *Chobits* [D-35], estimant que dans l'ensemble tous les doublages allemands sont mauvais :

> Noch eine kurze Anmerkung zur Synchro: Auch wenn ich mich immer wiederhole,so kann ich auch hier nur wieder zur jap. Tonspur mit dt. Untertiel raten. Auch hier ist die Synchro - wie die meisten Synchros der letzten 10 Jahre im Bereich Anime - mies bis grottentief schlecht. Ob nun aus Unfähigkeit oder mangelndem Willen,will ich hier gar nicht diskutieren. Ersparen Sie sich die Synchro und genießen Sie den Anime. (Amazon.de, 29.06.2008, à propos de Chobits [D-35])

Enfin, un certain nombre de commentaires contiennent des propos distingant clairement entre les fans et les autres, mais ils sont relativement rares, parce qu'ils impliquent de pointer du doigt d'autres clients fréquentant ces sites Web, déclenchant ainsi des disputes (ce qui ne

manque pas d'arriver sur la page du coffret DVD de *Dragon Ball Z* [D-9], de *Death Note* [D-24] et du DVD de *Naruto* [D-29]). Ainsi, Quelques intervenants estiment que les « vrais » fans ne regardent des *animes* qu'en version originale sous-titrée. Par contre, de l'autre côté de la barrière, un certain nombre de commentaires, à l'instar de celui de Bobbert, au sujet de *Death Note* [D-24], estiment que cette obsession des versions originales tient du snobisme de puristes et que ses partisans n'ont aucune légitimité à décider quelle version convient le mieux à un fan d'*animes*:

> Schwachsinn! Was du hier als "Fakt" darstellst, entpricht lediglich deiner eigenen Präferenz! Du redest so als wäre es Gesetzt das jeder "wahre" Fan Anime im O-Ton schauen müsste, da er ansonsten kein "wahrer" Fan wäre. Was nimmst du dir eigentlich raus?Weeaboos wie du sollten einfach keinen Kommentar mehr zu andersprachigen Anime-Synchronisationen abgeben. Ihr seid hoffnungslos verbohrt und scherrt jede dt. Synchro unter einen Kamm (Amazon.de, 17.06.2009).

Le thème yyy-5, évaluant la qualité des voix allemandes, arrive en seconde position avec un taux de 21 % d'occurrences. Il s'y exprime surtout un jugement sur l'adéquation ou l'inadéquation des voix avec les personnages tels qu'ils apparaissent à ces internautes. Les unités de commentaires positifs sont en général assez courtes. Cependant, dès qu'ils se font plus négatifs, les propos s'allongent et désignent plus spécifiquement ce qui cloche dans le choix des voix du doublage traduit. Si la question du décalage entre l'âge des personnages et celui de la voix, ou trop jeune, ou trop vieille, revient parfois, c'est surtout l'impression d'enlaidissement ou d'abêtissement du protagoniste qui est déplorée. Ces évaluations se font alors sur la base d'une comparaison avec la version originale. Ainsi, à l'instar de Florian Krapp, à propos de *Naruto* [D-29], certains internautes soulignent la rupture existant entre les voix originales et les voix utilisées dans le doublage traduit, dans le sens d'une dégradation de l'expérience :

> Und die Stimmen sind extrem unpassend wenn man das original kennt. Und ich bin keiner von denen, die deutsche Synchros von vornerein verteufeln, im Gegenteil. Aber weder passen die Stimmen zu den Charakteren, noch wurde sich die Mühe gemacht, die japanischen Bezeichnungen richtig auszusprechen. Klar kann man verschiedene Namen ein bisschen eindeutschen, aber diese Synchro hört sich dahingehend einfach grausig an (Amazon.de, 23.03.2009).

Finalement, le thème yyy-10, exprimant une préférence pour les versions originales sous-titrées (VOST), regroupe 12 % des unités de commentaires de cette sous-catégorie. La recommandation de la VOST se justifie, le plus souvent, par la mauvaise qualité des versions

doublées traduites. Enfin, ici aussi quelques clients font du suivi des *animes* en VOST une question de principe pour tout "fan" qui se respecte, à l'instar de Psylocke, qui affirme que, de manière générale, un *anime* se regarde en VOST, non pas pour des raisons de traduction, mais simplement de rendu des personnages par le jeu des acteurs japonais leur prêtant leur voix : « Anime schaut man in der Muttersprache. Es geht nicht darum es besser zu verstehen im deutschen, sondern um die Verfälschung der Charaktere. » (Amazon.de, 26.01.2008, à propos de *Chobits* [D-35])

1.3.3. Les attentes des amateurs d'*animes* vis-à-vis des éditions DVD (axe Z)

Dans l'ensemble, la très grande rareté des commentaires portant sur les thèmes liés aux sous-catégories zz et zzz, soit respectivement les questions de qualité audiovisuelle et de maniabilité de l'interface du DVD, indique une forme d'invisibilisation des éléments véritablement techniques de ces technologies de livraison Pour les clients de ces sites Web de vente de détail, les DVD d'*animes* sont avant tout des produits éditoriaux permettant de posséder l'intégralité des *animes*.

a. Evaluation du processus de re-conditionnement des animes en marchandises culturelles par les commentaires francophones (sous-catégorie z)

Les unités de commentaires de la sous-catégorie z sont dispersées sur de nombreux thèmes. De fait, le thème z-10, regroupant les discours faisant du DVD un objet de collection, obtient le meilleur score d'occurrences avec seulement 19 % d'occurrences. Sur les sites d'Amazon .fr et de la FNAC, ce sujet se pose surtout dans les propos de de publics particulièrement assidus se revendiquant "fans". La plupart des unités de commentaires qui abordent ce thème soulignent à quel point telle ou telle édition d'*anime* est simplement indispensable aux amateurs éclairés et passionnés. Dans quelques cas, à l'instar de Cobra qui s'exprime sur le premier coffret Collector de *Saint Seiya* [FR-9], les internautes estiment que même le prix, parfois élevé de ces éditions, ne devraient pas rebuter les vrais "fans" : « Sinon fan de Saint Seiya malgré le prix vous ne serez pas déçu, jettez tous les autres coffrets à la poubelle avec cette version française catastrophique. » (Amzon.fr, 06.01.2008) Pour la plupart des autres extraits de commentaires, la motivation de la collection des *animes* en DVD se situe dans la qualité jugée supérieure des éditions concernées. Celle-ci est généralement exprimée en termes assez généraux, mais, dans quelques cas, la question de la collection est abordée plus directement, à l'instar de cet anonyme qui s'exprime au sujet du coffret intégral DeLuxe édition limitée de *Cowboy Bebop* [FR-44] : « Je ne suis pas très consommateur de DVD en

tous genres, mais ce coffret ornera très bientôt mes étagères, c'est certain. » (FNAC, 10.05.2007)

Le thème z-20, concernant la répartition des épisodes au sein d'une même édition, et le thème z-9, à propos de l'esthétique de l'emballage, arrivent en seconde et troisième position, avec respectivement 11 % et 10 % d'unités de commentaires issues de cette sous-catégorie.

Le thème z-9 est généralement abordé de manière détaillée, soulignant ainsi l'importance de cet aspect de l'édition DVD dans la décision d'achat. Dans ces cas-là, on comprend que les internautes n'achètent pas uniquement un contenant pour des *animes* qu'ils apprécient, mais de véritables objets d'exposition dont ils attendent une certaine esthétique. Ainsi, Manga-News, estime que le coffret Collector *de Cardcaptor Sakura* [FR-3] mérite pleinement son qualificatif, l'apparence du coffret étant non seulement soignée, mais aussi adaptée au contenu :

> Bref, au niveau de cette édition collector, on ne peut qu'applaudir des deux mains. Le coffret, s'il fait très « enfantin », est attrayant pour qui sait ce qui s'y trouve, très tape à l'œil mais également élégant. Le rose pastel ne jure pas avec le jaune pâle, et les deux se marient à la perfection aux éclats dorés qui parsèment la boite mais aussi les différentes facettes du porte CD. Celui-ci affiche quatre dessins différents de l'héroïne, adopte un système de pliage pratique et agréable, protège les CD eux même décorés, et abrite en plus un livret spécial (FNAC, s.d.).

Le thème z-20 s'exprime essentiellement dans une perspective économique et financière. En effet, la question des sommes à débourser pour pouvoir se procurer l'ensemble des épisodes d'un *anime* dans une édition donnée constitue un élément d'importance pour certains clients de ces sites. Forgeron estime ainsi que seuls les publics les plus zélés accepteront de payer un prix aussi élevé pour chacun des coffrets qui constitue l'édition Collector de *Saint Seiya* [FR-9]. On notera ici que ressort le vieux stéréotype de l'"ultra-fan" qui accepte de se faire tondre par des acteurs industriels sans scrupules : « A réserver à l'ultra-fan absolu. 70 euros prix vert pour 24 épisodes, sachant que le Sanctuaire seul en compte 73, c'est de l'arnaque pure et simple. » (FNAC, 18.12.2007)

b. Evaluation du processus de re-conditionnement des animes en marchandises culturelles par les commentaires germanophones (sous-catégorie z)

Les unités de commentaires issues de la sous-catégorie z sont tout aussi dispersées entre un grand nombre de thèmes que dans le corpus francophone. Il en découle que celui qui remporte

le meilleur taux d'occurrences, le thème z-10, portant sur les discours faisant du DVD un objet de collection, n'en comprend que 20 %. Il apparaît essentiellement dans des commentaires qui lient la qualité de l'*anime* à celle de l'édition. Dans un certain nombre de cas, même un prix élevé est considéré comme un obstacle relativement facile à franchir, tant le désir de collectionner un *anime* dans l'édition proposée est forte, essentiellement parce que le contenu en vaut la peine. Ainsi, Nobby trouve qu'il faut absolument acheter le coffret d'*Ouran High School Host Club* [D-33], et ce bien que les prix soient considérés comme indécents : « Der horende Preis der um die 38 Euro liegt ist enorm aber so gebe ich zu bedenken das diese Serie nur dreier solcher Boxen hat und sie damit vollendet ist. » (Amazon .de, 10.04.2009) Il arrive ainsi que la pratique de collection d'*animes* soit reliée à une forme d'audienciation particulière, à savoir celle caractérisant les publics vraiment assidûs, tels que les fans. Ainsi, nombre d'extraits de commentaires, comme celui de M. Scholze "Minaki", au sujet du premier volume de l'édition unitaire simple de *Death Note* [D-24] estiment que l'achat de ces produits constituent presque un devoir pour tout fan d'*animes* en général (et pas uniquement des séries éditées en question) :

> Sehr gute Synchro (wenn mir persönlich die Stimmen von Light und Ryozaki weniger zu sagen :-)) und ein echt abgefahrenr Antiheld als Hauptcharakter machen diese DVD zum Pflichtkauf für jeden Animeliebhaber und alle die es noch werden wollen (Amazon.de, 04.10.2008).

En deuxième position, arrive le thème z-3, concernant les comparaisons avec les autres éditions, avec 10 % d'occurrences. Cette comparaison se fait essentiellement sur une base internationale. En effet, il apparaît que nombre d'internautes sont conscients de l'existence d'éditions du même *anime* dans divers pays, notamment en Angleterre ou aux USA, et de leurs caractéristiques. Pour cette raison, ce sont essentiellement des séries ayant atteint le status de "blockbusters" internationaux qui font l'objet de ce genre de commentaire, comme *Naruto*, naturellement, mais aussi *Dragon Ball Z* ou *Death Note*. Ainsi, les éditions allemandes ne satisfaisant souvent pas les internautes, notamment ceux, à l'instar de P. Kuba, qui se revendiquent comme fans ou collectionneurs, il leur arrive alors de recommander une édition commercialisée dans d'autres pays, plus à même de proposer une expérience authentique de l’anime :

> Für echte Fan's ist "Japanisch" das A und O jedoch würde ich es als UK Import kaufen, da diese Synchron wirklich gelungen ist! An die "echten" Anime Fan's holt euch die "UK Version", denn diese Synchron ist noch relativ gut im Verhältnis der Charakter (Amazon.de, 03.02.2009, à propos de Death Note [D-24])!

1.3.4. Les publics des sites de vente de détails

L'analyse thématique des unités de commentaires recueillis sur ces sites de vente de détails en ligne révèle beaucoup de similarité entre les deux corpus. Mais, elle met aussi en lumière la ligne de fracture entre eux, déjà évoquée au chapitre 5, qui traverse la sous-catégorie y, concernant l'accès médiatico-commercial aux *animes*, et la sous-catégorie xxx, portant sur l'utilité des DVD dans le suivi des *animes*, ainsi que sur la sous-catégorie z, évaluant les DVD en tant que produit éditorial. En effet, les questions d'accès aux *animes* préoccupent bien plus les internautes germanophones, qui évaluent les éditions DVD vendues sur Amazon.de essentiellement en fonction de leurs difficultés à accéder à tel ou tel *anime* et de leur utilité dans le cadre de leurs propres pratiques de suivi des *animes*, tandis que les clients d'Amazon.fr et de la FNAC se concentrent beaucoup plus sur l'évaluation de ces produits en tant que marchandises culturelles valant la peine d'être achetées ou pas.

De cette première division découle une autre distinction entre les deux corpus, qui repose sur une approche assez linéaire des univers narratifs en séries qui émerge de manière dominante des discours en français, alors qu'elle est beaucoup plus transversale chez les germanophones. En effet, les premiers sont souvent à la recherche d'une expérience culturelle aussi authentique que possible et proche de celle des publics japonais. Les DVD vendus sur ces sites sont donc fréquemment évalués en fonction de leur capacité à satisfaire cette ambition. Bien sûr, tous les internautes francophones n'adoptent pas cette posture. Certains veulent avant tout revivre une expérience passée, liée à la diffusion TV de ces *animes* sur les chaînes françaises dans les années 80. Cependant, la plupart de ceux-ci désirent malgré tout qu'elle se rapproche aussi autant que possible de l'œuvre « originale », soit une version japonaise sous-titrée, même s'ils apprécient aussi parfois de pouvoir retrouver les voix françaises qui ont accompagné ces séries à cette époque. Les attitudes oscillent ainsi entre une vidéophilie consistant à collecter des séries appartenant à une mémoire personnelle ou collective (pour les *animes* cultes) et une cinéphilie basée sur la recherche d'une expérience aussi fidèle que possible aux intentions des créateurs. Chez les internautes germanophones, le problème de l'accès fait qu'ils se sont

habitués à expérimenter ces *animes* ainsi que les univers narratifs dont ils sont issus de multiples manières, sans une hiérarchie particulière entre elles. Du coup, le DVD s'inscrit surtout dans une pratique de rassemblement de ces univers narratifs, comme en témoigne l'importance prise par la sous-catégorie xxx et les thèmes concernant la distribution vidéo sur les marchés germaniques, issus de la sous-catégorie y. De fait, les éléments de vidéophilie liés à des pratiques héritées de l'époque de la VHS, comme la préservation d'un contenu télévisuel sériel dans une archive personnelle viennent contre-balancer ceux qui dénotent plus une attitude de cinéphilie, dans le sens d'une collection de contenus culturellement valorisés dans de beaux objets que l'on trouve beaucoup plus dans le corpus francophone.

Par contre, la distinction de publics spécifiques de fans plus ou moins auto-revendiqués apparaît dans les deux corpus, même si elle n'est pas formulée tout à fait de la même manière. Mais, le critère de distinction est similaire, à savoir la capacité à expérimenter une autre culture dans son originalité, avec le moins d'intermédiaires possibles. Il s'agit non seulement d'exiger la présence d'une version originale sur les éditions DVD, mais aussi d'être prêt à payer pour des éditions qui rendent justice au contenu. De fait, ceux qui, surtout parmi les germanophones, refusent de regarder un *anime* en VOST se retrouvent à devoir se justifier s'ils veulent être en droit de s’affirmer "fans", tandis que certains pointent un doigt moqueur vers ces "ultra-fans" qui se se feraient exploiter par les éditeurs. De fait, il apparaît ainsi une ligne de fracture entre des amateurs d'*animes* qui veulent bien les collecter dans de belles éditions DVD, mais pas à n'importe quel prix, et qui s'inscrivent ainsi dans une ciné-vidéophilie qui se fonde plus sur l'idée vidéophile de préserver un contenu à l'origine télévisuelle, et des collectionneurs d'*animes*, qui se considèrent comme un public connaisseur et assidu, désirant recueillir des séries qu'ils jugent de particulièrement bonne qualité, dans un bel objet, quitte à le payer plus cher, affichant ici une ciné-vidéophilie qui fait la part belle à la cinéphilie.

2. Sites suisses de vente de CD/DVD

2.1. Description du contexte communicationnel des sites suisses de vente de CD/DVD

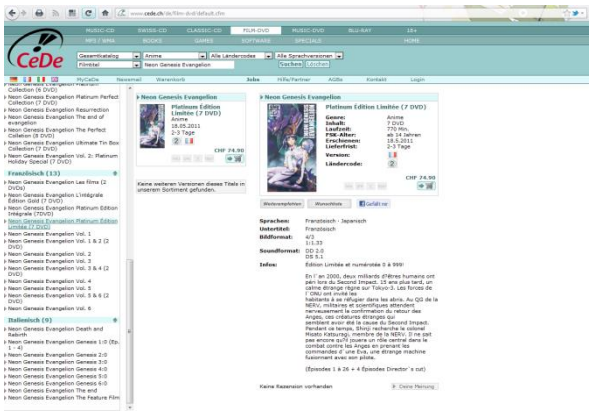
2.1.1 CEDE.ch

CEDE est un commerce suisse qui a d'abord connu une longue existence hors ligne sous la forme d'une boutique spécialisée dans la musique, située dans la vieille ville de Winterthur, dans le canton de Zürich, avant d'ouvrir sa plate-forme électronique. Son site Web est né en 1998, avec pour objectif de vendre des CD dans toute la Suisse, voire à l'étranger. A partir de 2001, l'entreprise lance la section DVD, laquelle propose aussi bien des contenus télévisuels ou cinématographiques que ludiques, comme les jeux vidéos, et informatiques, avec des logiciels. Depuis 2007, la société offre un service de recherche spécialisée grâce auquel il est possible de commander à l'étranger des produits épuisés en Suisse. L'entreprise se présente aujourd'hui comme un commerce spécialisé dans le multimédia avec une offre très diversifiée dans le domaine audiovisuel et interactif. Si elle affiche comme principes un service aussi adapté que possible aux exigences des clients, son site Web se présente avant tout comme un catalogue de vente par correspondance, sans aucun encouragement particulier à constituer une communauté d'abonnés. L'interaction entre l'internaute et le site se réduit donc au strict minimum : navigation, sélection, constitution d'un panier d'achats, commande et commentaires après achats.

Comme beaucoup de sites Web helvétiques, celui-ci se décline en quatre langues : français, allemand, italien et anglais. Cette subdivision ne concerne pas seulement la langue utilisée, mais également les produits présentés. Ainsi, suivant la langue sélectionnée pour visionner le contenu, lorsque l'on clique sur un produit DVD, la plate-forme envoie l'internaute directement sur l'édition dans cette langue, tout en lui proposant aussi, dans un menu de gauche, l'accès aux éditions disponibles dans les trois autres langues. De plus, les sélections affichées sur les pages principales de chaque section varient d'une langue à l'autre, épousant les contours variables des marchés visés. L'adresse http://www.cede.ch s'ouvre par défaut sur la page d'accueil du site en allemand, puisqu'il s'agit d'une entrerprise alémanique. La présentation graphique et l'organisation du contenu est la même sur toutes les versions linguistiques du site.

C'est dans la liste des genres, s'affichant dans un menu présenté dans le cadre de gauche de la page d'accueil de chaque rubrique du site, que l'on voit apparaître pour la première fois le terme « *Anime* », indiquant leur présence dans le catalogue. De fait, « *Anime* » n'est donc qu'une catégorie parmi d'autres, aux côté d' « Animation » et de « Dessins Animés ».

Figure 8: Capture d'écran de la fiche du coffret Platinium édition limitée de *Neon Genesis Evangelion* [FR-5] sur CEDE.ch: http://bit.ly/12K9OOW (Prise le 29.12.2011 à 21:50



De manière générale, la présentation des fiches produits n'encourage pas particulièrement à l'interaction ni même à laisser des commentaires. Le but est d'encourager le client inscrit ou l'internaute à acheter, en lui fournissant des informations de base précises, claires, mais succinctes. Les fiches techniques n'incluent ainsi que le strict minimum : titre de l'article, numéro du volume, date de sortie, le « genre » (selon l'usage qu'en fait CEDE), le contenu du coffret ou du boîtier, la durée du contenu, l'âge du public auquel il est destiné, les délais de livraison, le code régional, la version linguistique, le prix et la disponibilité. Parfois aussi un synopsis. De fait, rares sont les clients à exprimer leurs opinions sur leurs expériences des DVD achetés et lorsqu'ils le font, c'est de manière très brève, voire parfois lapidaire. Leurs commentaires dépassent rarement trois lignes. Comme sur d'autres sites, les auteurs des commentaires restent cachés derrière des pseudonymes plus ou moins indicatifs de leurs goûts ou de leurs références socio-culturelles. Le site s'adresse clairement à une large clientèle, surtout germanique, constituée d'un agrégat d'intérêts spécifiques. Les amateurs d'*animes* ne sont ainsi qu'un public parmi d'autres, et si CEDE propose un choix étoffé d'*animes* dans plusieurs langues, il ne les met pas plus en avant que les autres types de séries. De fait, la collecte de commentaires, surtout en français, y a été très maigre, comparée à d'autres sites de cette étude.

2.1.2. WOG.ch

World of Game (WoG) est un magasin suisse de jeux et jeux vidéos, qui vend également des DVD de films et de séries TV, y compris des *animes*. Société à responsabilité limitée, elle a son siège social à Oberentfelden dans le canton d'Argovie, et a été fondée en 1999, comme

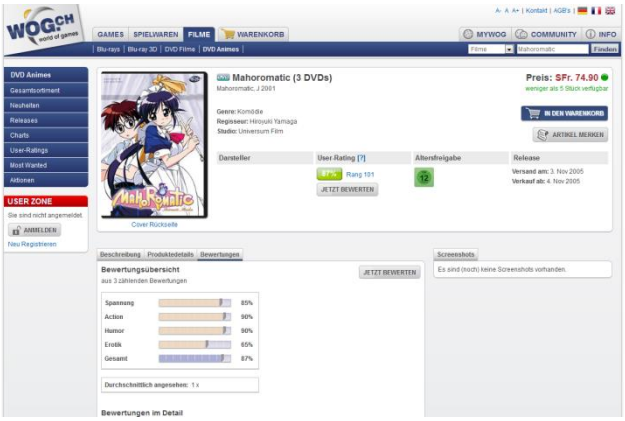
l'atteste sa fiche au registre du commerce argovien[359]. Initialement uniquement en allemand, le site se décline depuis deux ans en une version partiellement traduite en français et en anglais. Cependant, l'allemand reste la langue par défaut (même dans les sections francophones et anglophones, certains titres de menu ainsi que les descriptions des produits restent en allemand) et le site s'adresse essentiellement à une clientèle germanique. Les jeux vidéo se trouvent au cœur de son activité commerciale comme en témoignent non seulement le fait que la section « Jeux Vidéo » constitue la page d'accueil du site, mais aussi le choix exhaustif de produits dans ce secteur ainsi que la plate-forme de socialisation mise en place pour réunir les clients « *gamers* ». WoG semble avoir cultivé une ambiance communautaire dès ses débuts, grâce notamment à un forum concernant les divers types d'articles vendus par le site. Avec la rénovation totale de son site Web en 2010, la société a encore enrichi son offre en l'étendant à Facebook et Twitter[360] et en proposant un « *Leaderboard* », c'est-à-dire un classement des meilleurs joueurs inscrits sur les réseaux de jeux de Sony (PlayStation Network) et Microsoft (Xbox Live). Enfin, son « *Game Lounge* », sorte de salon virtuel, sous forme de blog audiovisuel, propose des présentations exclusives de tests de jeux vidéo et des concours auxquels peuvent participer les clients inscrits.

L'ensemble du site est organisé autours de trois axes catégoriels principaux : « Jeux Vidéo » (« *Games* » dans la version allemande du site), « Jeux et Jouets » (« *Spielen* » en allemand), « Films » (« *Filme* » en allemand), qui regroupent en fait les 11 sections, dont 10 consacrées aux activités ludiques et une aux DVD. Si aucune référence aux *animes* n'apparaît sur la page d'accueil, puisqu'elle mène directement à la section consacrée aux jeux vidéo, ceux-ci se profilent en bonne place dans la section concernant les produits DVD. Notamment dans la version allemande[361], dont la rubrique « *Filme* » s'ouvre sur une triple subdivision : « *Blu-rays* », « *DVD Filme* », « *DVD Animes* ». La version française adopte le terme « DVD Manga »[362]. Le site en anglais ressemble à un compromis entre les deux précédentes pour la désignation de ses subdivisions, intitulées : « *Blu-rays* », « *DVD* » et « *DVD Animes* »[363]. On retrouve ici cette différence entre les approches germanophones et francophones des univers issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel.

---

[359] http://bit.ly/YEdgvv
[360] En mai 2010, comme le montre la chronologie des publications qui commence le 28.05.2010.
[361] http://www.wog.ch/index.cfm/home/type/Movies
[362] Idem.
[363] Idem.

Figure 9: Capture d'écran de la fiche du coffret intégral de *Mahoromatic* [D-1] sur WoG.ch: http://bit.ly/UoqE48 (Prise le 24.12.2012 à 10:19).



Les fiches de chaque article mettent en avant les évaluations des autres clients, en affichant en gros et en couleur son pourcentage d'approbation et propose une sous-page uniquement consacrée aux commentaires, synthétisés par un graphique indiquant les résultats du produit en fonction de divers critères et dans son ensemble, ainsi que le nombre moyen de visionnements répétés indiqués par les commentateurs. Même si deux sous-pages sont aussi consacrées aux informations de base sur le contenu et les éléments techniques du DVD, celles fournies par les autres membres de la communauté sont particulièrement mises à l'honneur. Leurs commentaires sont généralement assez succincts, mais cette brièveté est compensée en partie par les autres indications soumises par chacun. En effet, dans le formulaire de publication des commentaires, WoG propose des champs permettant de facilement résumer l'appréciation des éléments techniques du produit et des aspects narratifs du contenu. De plus, contrairement à d'autres sites, WoG.ch affiche l'identité réelle (ou du moins telle que soumise par chaque internaute inscrit dans ses coordonnées de livraison et de paiement), mais en ne rendant visible que le prénom de l'auteur du commentaire, et ne donnant que l'initial de son nom. De fait, les auteurs soignent leur expression ainsi que leur langage. WoG.ch cible donc une clientèle plus spécifique que CEDE.ch, mais les produits vendus restent assez similaires. Par contre, le premier encourage ses clients à se constituer en communauté. La récolte de commentaires y a été un peu plus fructueuse que sur CEDE.ch, mais uniquement en allemand.

2.2. Description thématique générale du site par axes et par corpus

Il s'agit des sites dont on a pu retirer le moins de commentaire. Le fait qu'ils soient généralement assez courts et qu'ils recèlent donc moins de thèmes et donc d'unités de commentaires a contribué à diminuer leur importance statistique. Ainsi, les unités de commentaires issus de ces sites ne représentent que 2 % du total analysé. Comme l'indique le tableau ci-dessous, même si la sous-catégorie z, concernant l'appréciation du processus de re-conditionnement des *animes* par les éditeurs de DVD, remporte le plus grand nombre d'occurrences, l'axe X, portant sur les questions d'audienciation suit de très près avec 41 %

des unités de commentaires. Il est donc intéressant de constater que, sur des sites mettant autant en scène la technologie, les questions liées strictement au contenu et à leur appréciation soient aussi récurrentes dans les discours des clients. Il se peut aussi, pour WoG, que les formulaires de commentaires encouragent particulièrement les considérations portant directement sur ces univers narratifs, notamment avec ses jauges mesurant des critères tels que l'humour, le suspense, l'action ou l'érotisme.

Tableau 7: Récapitulatif des taux d'occurences de chaque axe et sous-catégorie sur les sites de vente de CD/DVD en Suisse.

Sous-catégories - Axe / Corpus	**FR + D**	**FR**	**D**
x	5 %	0 %	5 %
xx	18 %	20 %	18 %
xxx	18 %	0 %	20 %
Axe X	**41 %**	**20 %**	**43 %**
y	3 %	0 %	4 %
yy	2 %	0 %	2 %
yyy	12 %	0 %	13 %
Axe Y	**17 %**	**0 %**	**19 %**
z	35 %	60 %	33 %
zz	7 %	20 %	5 %
zzz	0 %	0 %	0 %
Axe Z	**42 %**	**80 %**	**38 %**

L'importance des sous-catégories z et zz dans le corpus francophone indique néanmoins qu'un certain nombre d'internautes s'intéresse non seulement au processus de re-conditionnement des *animes* en marchandises culturelles, mais aussi à l'expérience sensorielle que peut offrir la technologie DVD. Le fait qu'un quart des unités de commentaires se retrouvent dans la sous-catégorie xx semble aussi indiquer un souci de leurs auteurs de positionner leur achat par rapport à des considérations concernant les stratégies transmédia de cette industrie.

Par contre, dans le corpus germanophone, les propos strictement liés aux usages du DVD prédominent largement, puisque la sous-catégorie xxx, concernant le rôle du DVD dans le suivi des *animes*, et la sous-catégorie z, portant sur le travail de re-conditionnement réalisé par les éditeurs DVD remportent des scores assez élevés, respectivement 20 % et 33 % des unités de commentaires. Tout comme du côté francophone, les commentaires en allemand se

préoccupent aussi de situer ces produits dans le cadre plus large d'une expérience d'un univers narratif décliné en de multiples versions médiatiques.

2.3. Description des principales modalités de suivi des *animes* sur les sites suisses de vente de CD/DVD

Tableau 8: Liste des thèmes ayant les 3 meilleurs scores au sein des sous-catégories ayant obtenu plus de 10 % d'occurrences sur ces sites.

Sous-catégories / Corpus	**FR**	**D**
xx	xx-12 (T2) : 100 %	xx-17 (T2) : 67 % xx-7 (T1) : 22 % xx-20 (T3) : 11 %
xxx	--	xxx-3 (T4): 36 % xxx-1 (T1) /18 (T3): 18 %
yyy	--	yyy-3 (T1) : 42 % yyy-10 (T2): 29 % yyy-8 (T1): 14 %
z	z-9 (T1): 33 % z-15 (T3): 33 % z-23 (T1): 33 %	z-10 (T1):44 % z-22 (T2): 22 %
zz	zz-2: 100 %	--

2.3.1. Modalités de constitution d'audience d'*animes* (axe X)

Si les commentaires francophones s'expriment plutôt sur la place qu'occupe ces produits DVD dans une expérience plurimédiatique, ceux des internautes germanophones tendent plutôt à les considérer dans une optique de sérialisation aussi bien transmédia que télévisuel. De fait, le DVD y apparaît comme un prolongement de l'expérience télévisuelle des *animes*.

a. Les perceptions des stratégies transmédia par les commentaires francophones (sous-catégorie xx)

Cet axe n'est représenté que par une seule unité de commentaire et donc un seul thème, xx-12, portant sur la confusion entre les concepts d'*anime* et de *manga* , qui est en lui-même très peu fréquent sur l'ensemble des corpus. Ainsi, comme Attila, à propos du premier coffret Collector de Bleach [FR-6], il arrive que des internautes parlent de *manga* au sujet d'un DVD d'*anime* : « Bleach Excellent manga!!! L'un des meilleurs actuellement. » (CEDE.ch, 22.02.2008) Cette requalification peut être en partie dûe au fait que nombre d'acteurs commerciaux que l'on

pourrait étiqueter comme généralistes, ont eux aussi tendance à ranger les *animes* qu'ils vendent sous la rubrique « Manga ». Cependant, ce n'est pas le cas de CEDE. Il se peut aussi qu'Attila fasse réellement référence au *manga* du même titre qui a donné naissance à l'*anime*, mais on pourrait alors considérer que ce commentaire est un peu hors-sujet, à moins, bien sûr, qu'il ne manifeste indirectement l'idée que l'*anime* n'étant qu'une adaptation du *manga*, la qualité du second détermine alors celle du premier. Quoiqu'il en soit, cet internaute ne semble plus faire vraiment la différence sémantique entre les diverses versions, ce qui pourrait indiquer une forme d'audienciation fortement intégrée, ne se souciant finalement pas beaucoup des limites médiatiques.

b. Les perceptions des stratégies transmédia par les commentaires germanophones (sous-catégorie xx)

Du côté des internautes germanophones, les perceptions des stratégies plurimédiatiques de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel sont exprimées essentiellement sous l'angle de l'encouragement à une expérience de plusieurs versions médiatiques, soit le thème xx-17 qui comprend 67 % des unités de commentaires regroupés dans cette sous-catégorie. Ainsi, Lyn_LESBEE, dans sa critique de l'édition slimline complète d'*Elfen Lied* [D-16] enjoint les autres internautes à absolument lire la version *manga*, jugée plus complète en terme d'information et plus détaillée : « Unbedingt auch den Manga lesen, der ist doppelt so lang, viel informativer und ausführlicher. Der erste Doppelband ist kürzlich auf Deutsch erschienen. » (CEDE.ch, 27.04.2009)

Par ailleurs, le thème xx-7, concernant l'adaptation narratologique du *manga* en *anime*, constitue une autre préoccupation, certes moins importante, mais revenant quand même dans 22 % des unités de commentaires de cette sous-catégorie. Celui-ci s'incarne dans une exigence de fidélité au *manga* comme l'illustrent les propos de Payam S, toujours à propos du coffret Slimline Complete d'*Elfen Lied* [D-16], qui regrette que l'histoire de l'*anime* soit complètement différente de celle du *manga* : « Leider total andere geschichte (im Manga geht die geschichte>>> anders<<<) » (WoG.ch, 04.09.2009)

Enfin, un troisième thème, xx-20, exprimant le refus d'un décalage scénaristique trop important entre l'*anime* et l'œuvre originale dont il est tiré pour des raisons de cohérence narrative, remporte 11 % d'occurrences. Adrian F., toujous à propos du coffret Slimline Complete d'*Elfen Lied* [D-16], déplore le fait que l'*anime* s'arrête au milieu de l'histoire telle

que racontée dans le *manga* et que certaines scènes ne sont vraiment compréhensibles que si l'on a lu ce dernier : « Contra :

- Endet mitten in der Handlung des Mangas
- Einige Szenen nur komplett verständlich, wenn man den Manga gelesen hat. » (WOG.ch, 05.10.2008)

c. Les conceptions de l'utilité du DVD dans le suivi des animes dans le corpus germanophone (sous-catégorie xxx)

De manière générale, les commentaires germanophones posent le DVD comme un moyen important pour rassembler l'ensemble des épisodes d'un *anime* dans leur intégralité. C'est ainsi que le thème xxx-3, exigeant des versions complètes non-censurées prédominent largement dans cette sous-catégorie, avec un taux d'occurrence de 36 %. De manière générale, les propos se font circonspects du fait d'une expérience mitigée de reprise régulière, par les éditeurs DVD, des versions tronquées et censurées par les chaînes de télévision les ayant précédemment diffusés. Ainsi, Giusi espère, comme l'a annoncé la publicité qui a été faite autour de l'édition simple de *Fist of the North Star* [D-3], qu'il s'agit bien d'épisodes non-censurés, dans la mesure où les films d'animation qui avaient été diffusés en Allemagne avaient été purgés des scènes les plus violentes : « Laut Werbung wird diese Version ungeschnitten und unzensuriert sein, na hoffentlich!! Denn der Cartoonfilm, die deutsche Fassung zumindest, war um etleche brutalen Szenen geschnitten und ungeheuer schlecht synchronisiert! » (CEDE.ch, 20.08.2004)

Enfin, les thèmes xxx-1, concernant le rôle du DVD dans la collection d'*animes* de qualité, et xxx-18, portant sur le DVD comme une étape logique de la vie d'une telle série, arrivent à ex-aequo, avec 18 % des unités de commentaires de cette sous-catégorie. Dans le premier cas, les propos soulignent le bien-fondé d'acheter les *animes* en question en DVD, dans la mesure où il s'agit d'excellentes séries et qu'elles peuvent très bien rejoindre une collection déjà en cours. Ainsi, kyuss, estime que l'édition simple de *Cowboy Bebop* [D-15] constitue le joyau de sa collection pourtant déjà bien fournie en DVD d'*animes* : « Superb Ich hab ne Menge Anime Serien auf DVD. Aber das ist meine Beste ! » (CEDE.ch, 04.07.2006) Pour ce qui est du thème xxx-18, il apparaît dans des commentaires exprimant une longue attente pour la sortie DVD des *animes* en question, à l'instar de Rudi Rüssel qui est soulagé que le premier

coffret de *Dragon Ball Z* [D-9] soit enfin disponible en allemand : « phuuuu endlich würde die Z-saga auf deutsch erscheinen. » (CEDE.ch, 16.10.2009)

2.3.2. Modalités de réception socio-technique des *animes* (axe Y)

Cet axe n'apparaît que dans les commentaires en allemand récoltés sur ces sites et portent essentiellement sur les questions d'accès linguistique et les diverses politiques de traduction des *animes* (sous-catégorie yyy).

Les thèmes yyy-3, concernant l'évaluation générale des doublages, remporte 42 % des unités de commentaires et yyy-10, encourageant le recourt à la VOST, 29 %. Ce sont donc les questions de réception linguistique et de traduction qui prédominent ici. Les propos orbitent surtout autour de l'évaluation des différentes versions disponibles sur les éditions DVD concernées. Ainsi Thomas Z., au sujet du premier DVD de *Death Note* [D-24] reconnaît que s'il préfère généralement regarder des *animes* en VOST, dans ce cas spécifique, il est possible de faire une exception, les doubleurs allemands étant jugés excellents : « Ich schauen Animes eigentlich immer auf Japanisch aber hier kann man wirklich mal eine Ausnahme machen, die Synchronsprecher haben wirklich gute Arbeit geleistet! =) » (WOG.ch, 01.09.2009) Comme déjà remarqué ailleurs, la VOST est généralement recommandée par défaut, mais si le doublage allemand est bien fait, il est considéré comme en valant aussi la peine. Enfin, le thème yyy-8, portant au contraire sur une préférence pour la version doublée traduite, fait un score de 14 % parmi ces quelques unités de commentaires. C'est ainsi que Daniel H., toujours à propos du premier DVD de *Death Note* [D-24], exprime son appréciation pour le doublage allemand, malgré les critiques lues ailleurs sur WoG.ch : « Bezüglich den von anderen Erwähnten Sprachproblematiken kann ich nichts dazu sagen. Viel mir nicht auf und ich habe die DVD bis jetzt nur mit deutscher Syncro geschaut. » (30.01.2009)

2.3.3. Evaluation du travail de re-conditionnement des *animes* en marchandises culturelles par les éditeurs de DVD

a. Evaluation du processus de re-conditionnement des animes en marchandises culturelles dans le corpus francophone (sous-catégorie z)

La sous-catégorie « z » y est représenté à parts égales par trois thèmes : z-9, concernant l'esthétique de l'emballage, z-15, portant sur la présence d'une VOST dans l'édition et z-23, comprenant des unités de commentaires sur la question du respect du public par les éditeurs de DVD. En réalité, ces thèmes se retrouvent dans deux commentaires seulement, l'un de

Saeko (CEDE.ch, 29.05.2006), à propos du premier coffret Premium de *Cat's Eye* [FR-11], dont la beauté de l'emballage ainsi que la disponibilité d'une VOST sont salués de manière dithyrambique, et l'autre de Caesar (CEDE.ch, 17.06.2007), à propos du coffret intégral DeLuxe - édition limitée de *Cowboy Bebop* [FR-44], dont la qualité d'édition est considérée comme digne des fans.

b. Evaluation de la qualité audiovisuelle des éditions DVD dans le corpus francophone (sous-catégorie zz)

La sous-catégorie zz n'est représentée que par un seul thème, zz-2, concernant l'évaluation technique de la qualité du travail de l'éditeur sur le son et l'image, et donc une seule unité de commentaires. Il porte d'ailleurs sur l'édition déjà évoquée ci-dessus de Cowboy Bebop [FR-44]. Seintokikki y loue l'usage d'un son 5.1. et une image remasterisée (CEDE.ch, 04.06.2007).

c. Evaluation du processus de re-conditionnement des animes en marchandises culturelles dans le corpus germanophone (sous-catégorie z)

Là, ce sont deux thèmes de la sous-catégorie z qui prédominent: z-10 (44 %), faisant du DVD un objet culturel à collectionner, et z- 22 (22 %), concernant le respect de l'intégralité de l'*anime*. Le thème z-10 apparaît dans des commentaires généralement assez vagues, mais louant la qualité générale de l'édition et soulignant sa valeur comme objet de collection. Ainsi, Stefan A. recommande particulièrement le premier coffret de *Ranma*$^{1/2}$ [D-31], dont la présentation est considérée comme particulièrement réussie : « Kann euch dise Box nur weiter empfehlen!! Denn sie ist wirklich gut und schön aufgebaut, dass heisst gute Qualität, Spezials nun ja geht so, könnte ruhig etwas mehr vertragen (Geschmackssache) […]. » (WOG.ch, 20.11.2006) Dans le cas de z-22, il apparaît clairement que les quelques internautes qui se sont exprimés sur cette question attendent d'une édition DVD qu'elle comprenne tous les épisodes d'un *anime*, y compris les « spéciaux ». Ainsi, berserk4ever regrette l'absence de quelques épisodes sur l'édition Slimline Complete d'*Elfen Lied* [D-16] : « schade eheh... auf dieser version fehlt ne folge ! » (CEDE.ch, 16.08.2007)

2.3.4. Les publics des sites suisses de vente de CD/DVD

Comme déjà indiqué, la récolte de commentaires sur CEDE.ch et WOG.ch ne fut pas très fructueuse, dans la mesure où nombre d'entre eux n'étaient pas utilisables pour cette étude, la plupart se limitant à juste quelques mots. Ceux qui ont été retenus, bien qu'un peu plus

élaborés, restent parmi les plus courts de l'ensemble du corpus. Il est donc difficile d'en tirer des conclusions sur le type de pratiques qui se dégagent de ces discours. Malgré cela, on retrouve à nouveau une certaine fragmentation des pratiques et usages.

Il faut d'abord noter l'importance quantitative prise par les questions d'audienciation sur ces sites pourtant focalisés sur le produit DVD. Bien qu'il s'agisse de sites Web spécialisés dans la vente de produits éditoriaux musicaux et audiovisuels, il apparaît que le DVD est en partie relégué en arrière-plan, comme simple véhicule d'une version animée d'un univers narratif plus large, surtout dans le corpus germanophone. Cela est probablement dû au fonctionnement de ces sites Web, qui se présentent surtout comme des catalogues en ligne de vente par correspondance, visant un assez large public, pour qui le rôle du DVD dans leur audienciation n'est pas forcément très pertinent, du moins dans des commentaires aussi courts. Si quelques commentaires suggèrent que leurs auteurs sont surtout intéressés par un titre en particulier, plutôt grand public, tel que *Bleach* [FR-6], correspondant en cela aux consommateurs ciblés par le site, les autres affichent quand même une certaine connaissance des univers narratifs produits par l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel et donc une expérience de ceux-ci que l'on peut associer à un public plus assidû. On retrouve aussi la différence quantitative dans la préoccupation avec les modalités de réception des *animes* entre les deux corpus, cette sous-catégorie ne faisant un score suffisant (de plus de 10 % d'unités de commentaires) que parmi les commentateurs germanophones. Mais, elle apparaît moins fréquemment, malgré tout, que les propos concernant le re-conditionnement des *animes* en marchandise culturelle, notamment l'évaluation du DVD en tant que produit éditorial. De fait, il semble que les principales préoccupations qui se font jour dans les commentaires en français relèvent de la collection d'*animes* en DVD et manifestent une ciné-vidéophilie focalisée sur un bel objet à conserver, tandis que du côté germanophone, on voit surtout pointer des considérations liées à une forme de vidéophilie basée sur le souci d'exhaustivité.

3. Sites spécialisés dans la vente de produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel

3.1. Description du contexte communicationnel des sites spécialisés dans les produits issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel

3.1.1. DiscountManga.com

Discount Manga, comme son nom l'indique, est un magasin de vente bon marché en ligne, spécialisé dans les produits issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, et tout particulièrement les *mangas*, les *animes*, les CD des bandes-son ou de J-Pop[364], ainsi que divers objets associés à ces univers narratifs. Fondée en 2004, comme l'indique la mention des droits de reproduction, le siège social de l'entreprise se trouve à Paris. De manière générale, le premier public ciblé par cette société se compose surtout d'amateurs de *mangas* et d'*animes*, comme en témoigne la mise en page du site. Mais, contrairement à d'autres magasins en ligne qui cherchent à créer une atmosphère de communauté entre les personnes inscrites, DiscountManga se contente d'élargir ses services à d'autres ensembles sociaux, comme ceux liés à Japan Expo, sorte d'immense foire annuelle consacrée à la culture populaire et traditionnelle japonaise et se tenant aux Halles de Villepinte, dans la banlieue parisienne.

Le site s'ouvre sur une page d'accueil dont la présentation visuelle donne une impression d'abondance en vrac, tellement elle est couverte de liens vers de multiples produits. Entourée de deux bannières verticales présentant les soldes, la plage centrale propose de nombreuses rubriques mettant divers types de bonnes affaires à l'honneur. En cela, le site vise clairement un public d'amateurs de ces produits doublés de consommateurs ne désirant pas se ruiner pour leurs divertissements. Elle promeut aussi un certains nombres d'univers narratifs dans une table déroulant les images-titres d'une dizaine de franchises, à la droite de la page. Ceux-ci correspondant tous à de gros succès commerciaux mondiaux, destinés essentiellement à un public d'adolescents et éventuellement de trentenaires nostalgiques, avec l'évocation de vieilles séries faisant toujours recette telles que *Dragon Ball*, *Ken, le survivant*, *Cobra* et *Gundam*. De par leur renommée internationale, ces titres constituent en fait les balises servant à indiquer les limites entre le domaine industriel nippon et le reste de la production de

[364] L'expression J-Pop ou Japanese Pop désigne la production musicale populaire japonaise de ces 20-30 dernières années.

l'industrie du divertissement audiovisuel. On peut donc en déduire que Manga Discount s'adresse à un assez large ensemble de consommateurs et de publics qui se reconnaissent néanmoins dans ces références de base.

Figure 10: Capture d'écran de la page de la rubrique « DVD / Blu-ray » du site Discount Manga: http://bit.ly/V60ZcQ (Prise le 24.12.2012 à 14:34).

Le site se divise en douze sections censées refléter la diversité des produits disponibles dans ce magasin. Malgré une apparence un peu chaotique et tape-à-l'œil, chaque section et subdivision présente la même mise en page graphique, visuelle et ergonomique. Pour trouver des DVD d'*animes*, comme le site se spécialise dans ce genre de produit, il suffit de cliquer sur l'onglet « DVD ». Celui-ci mène vers une section dont on réalise qu'elle est consacrée à divers types de contenus, non seulement des « DVD Animé », mais aussi des « DVD X » (donc pornographique), des « Films asiatiques » et des « DVD Divers », parmi lesquels des séries françaises des années 1990, comme *Hélène et les Garçons*. Il apparaît ainsi que le site cherche à attirer divers publics liés à l'univers de la culture populaire asiatique, aussi bien les fans de séries TV d'animation japonaise que les amateurs de cinéma populaire asiatique, y compris pornographique, ainsi que les nostalgiques de certaines émissions des années 1980-1990, elles-mêmes associées à l'expérience européenne des *animes*, comme le *Club Dorothée*, dont le producteur, la société AB, est également à l'origine de sitcoms telles qu'*Hélène et les Garçons*. Si le site semble s'adresser avant tout aux amateurs de *mangas*, il apparaît assez vite qu'il cherche à élargir ce cercle pour inclure des audiences d'univers géo-culturellement contigus. La page qui s'affiche propose une sélection dynamique (changeant régulièrement) de produits issus de ces subdivisions.

Chaque produit du catalogue bénéficie d'une page, recevant les critiques des clients inscrits. La question commerciale est à nouveau mise en exergue et démontre encore une fois que le site s'adresse d'abord à la fibre consommatrice de l'amateur d'*animes*. Les données techniques sont assez sommaires et servent essentiellement à permettre aux internautes d'évaluer la quantité de contenus et d'options techniques qu'ils peuvent avoir pour un prix donné. Enfin, les personnes inscrites sur le site peuvent partager leur expérience du produit avec les autres clients. Les commentateurs s'expriment sous couvert de semi-anonymat, puisqu'ils ne peuvent

choisir leurs pseudonymes, mais apparaissent sous leur prénom. De manière générale, les critiques sont courtes, ne dépassant guère un paragraphe, et rédigées dans un langage qui peut aller du très soigné au plus relaché, voire à l'orthographe et à la grammaire très approximatives. Il n'est pas rare que les propos se limitent à quelques exclamations dithyrambiques ou très négatives. Il arrive aussi parfois qu'un dialogue s'instaure entre les commentateurs, lorsque des gens n'ayant pas encore acheté le produit viennent demander des précisions.

3.1.2. Animeversand.com

Comme l'indique son nom, Animeversand se spécialise dans la vente d'*animes* et de produits associés. Fondée en 2002, à Münich, en Allemagne, l'entreprise lance son site Web en 2008. Bien que les liens entre les deux sociétés en-ligne ne soient pas expliquées ni sur un site ni sur l'autre, il apparaît qu'elle a été associée à Discount Manga. En effet, dans la barre du menu principal, qui s'affiche sur chaque page, un drapeau français indiquait jusqu'en 2011 un lien vers ce qui se présentait alors comme une version française du site et qui n'était autre que Discount Manga. Mais, en l'absence d'indications précises, on ne peut que spéculer sur les relations exactes entre les deux entités. Le public visé se retrouve explicitement parmi les amateurs de produits issus de l'industrie japonaise du divertissement, notamment les *animes*, les *mangas* et les figurines, comme en témoignent les articles affichés sur la page d'accueil. Néanmoins, la mention du cinéma asiatique dans le menu principal de navigation dans le site manifeste aussi une volonté d'inclure dans cette clientèle des amateurs de films populaires produits dans le reste de l'aire culturelle asiatique, notamment la Chine. Mais la production nippone reste au cœur du catalogue de l'entreprise.

Bien que fonctionnant comme le site de Discount Manga, sa mise en page visuelle est bien plus sobre et même sommaire, tandis que son organisation s'articule autour de moitié moins de sections. En réalité, elles ne font que regrouper dans une classification plus axée sur le domaine éditorial les sections que l'on trouve sur le site français. La page d'accueil met aussi beaucoup moins en valeur l'aspect « bonnes affaires » des services proposés par ce magasin en ligne que Discount Manga.

Le passage de la souris sur l'onglet « *Anime* » active un javascript qui fait apparaître une sorte de fenêtre flottante, contenant un menu vers une multitude de subdivisions de cette section. Il apparaît donc clairement qu'Animeversand cherche à attirer une assez large palette de particuliers. Avec ce système, l'internaute a le choix entre sélectionner l'une ou l'autre de ces

catégories, ou de simplement se rendre sur la page de la section « *Anime* ». Celle-ci s'ouvre sur un cadre proposant une explication du terme « *Anime* ». En-dessous, se trouvent un choix de navigation qui s'adresse tantôt au consommateur, avec des propositions de prix spéciaux sur des coffrets regroupant l'intégralité de séries d'*animes* (« *Warum mehr bezahlen? Komplette Serien zum Paketpreis* ») ou des occasions de fin de stock (« *Alles muss raus - nur solange Vorrat reicht!* »), tantôt au collectionneur, avec un choix d'éditions limitées pour une courte période ou les chefs-d'œuvre des Studios Ghibli dans des éditions spéciales (« *Limiterte Special Editions - nur für kurze Zeit!* » et « *Hayao Miyazaki's Meisterwerke in der exklusiven Ghibli Collection* »), tantôt aux publics assidus toujours à l'affût des nouveautés, avec une liste des articles prêts pour les précommandes (« *Jetzt kommende Titel vorbestellen* »).

Figure 11: Capture d'écran de la page du 1er coffret de *xXxholic* [D-18] sur AnimeVersand : http://bit.ly/UoV1Hy (Prise le 24.12.2012 à 15:00).

En cliquant sur le titre ou l'image du produit, on arrive sur la fiche de description et de commande du produit. Celle-ci se présente subdivisée en trois sous-pages : Description du produit (« *Produktbeschreibung* »), Evaluation par les clients (« *Kundenbewertungen* ») et des Critiques (« *Reviews* »). En-dessous de la fiche, se trouve une rubrique intitulée « *Kunden, die dieses Produkt gekauft haben, haben auch gekauft* », avec une liste d'articles ayant été acquis par les clients ayant acheté celui sur lequel porte la fiche. La partie description propose des informations de base focalisées sur l'aspect technique du DVD. On y trouve aussi un synopsis rédigé par l'équipe du site. La partie « *Reviews* » reprend, de manière résumée, les évaluations publiées sur le site « *Anime* auf DVD », dont on a aussi recueilli les textes dans le cadre de ce travail de thèse (voir section 7. Sites de critiques de DVD d'*animes*). L'onglet « *Kundenbewertungen* » comprend les commentaires des personnes ayant acheté le produit. C'est probablement le seul site de ce terrain où les gens interviennent sous leur véritable nom en entier. De fait, il est probable que ce soit la raison pour laquelle il y a relativement peu de réactions des clients. Mais, elles sont généralement rédigées dans un langage aussi soigné que possible et comporte au minimum un paragraphe, mais rarement plus de deux. Ce sont donc des commentaires relativement brefs, accompagnés d'une note sous forme d'étoiles. Ces notes

sont ensuite utilisées par la base de données du site pour mettre en avant les articles les plus appréciés.

3.2. Description thématique générale des sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement par axe et par corpus

Ces sites ont aussi généré relativement peu de données, puisque les unités de commentaires qui en sont issus ne représentent que 4 % de l'ensemble, ce qui est quand même le double de ce qu'il a été possible de trouver sur les sites de vente de CD/DVD. De nouveau, même si les considérations liées au DVD en tant que moyen de collectionner des *animes* sont bien présentes (sous-catégories xxx et z), celles concernant son aspect technique n'apparaissent de nouveau que très peu (sous-catégories zz et zzz). Il semblerait que ces publics, dans les deux corpus, se préoccupent plus de ces produits en tant qu'objets éditoriaux et contenus à collecter. Par ailleurs, ils abordent aussi beaucoup les questions de traduction et de l'expérience interculturelle potentielle, ce qui semble logique sur un site qui vise quand même en premier des fans, ou du moins des publics relativement assidûs et connaisseurs.

Tableau 9: Récapitulatif des taux d'occurences de chaque axe et sous-catégorie sur les sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement.

Sous-catégories - Axes / Corpus	**FR + D**	**FR**	**D**
x	1 %	1 %	3 %
xx	17 %	19 %	10 %
xxx	7 %	7 %	10 %
Axe X	**25 %**	**27 %**	**23 %**
y	1 %	1 %	0 %
yy	1 %	0 %	7 %
yyy	11 %	10 %	13 %
Axe Y	**13 %**	**11 %**	**20 %**
z	57 %	59 %	47 %
zz	3 %	1 %	10 %
zzz	1 %	2 %	0 %
Axe Z	**61 %**	**62 %**	**57 %**

Les internautes francophones sur Discount Manga semblent surtout préoccupés par le positionnement de l'*anime*, en tant que produit, dans l'ensemble narratologique constitué des diverses versions de ces univers narratifs, tandis que les internautes sur Animeversand se concentrent beaucoup plus sur l'utilisation du DVD dans leur suivi des *animes* et ce que celui-

ci peut amener à leur expérience à la fois culturelle et sensorielle des *animes*. Il semblerait donc que ces sites encouragent une sorte de focalisation sur le produit éditorial que représente le DVD et favorisent des réactions à son intégration dans les pratiques autours des *animes*.

3.3. Description des principales modalités de suivi des *animes* sur les sites spécialisés dans les produits issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel

Tableau 10: Liste des thèmes ayant les 3 meilleurs scores au sein des sous-catégories ayant obtenu plus de 10 % d'occurrences sur ces sites.

Sous-catégories / Corpus	**FR**	**D**
xx	xx-17 (T2): 35 % xx-5 (T1): 25 % xx-7 (T1): 15 %	xx-17 (T2): 67 % xx-21(T3): 33 %
xxx	--	xxx-1(T1): 67 % xxx-4(T1): 33 %
yyy	yyy-3(T1) :64 % yyy-10(T2): 18 %	yyy-3 / yyy-5(T1) :50 %
z	z-10(T1) :25 % z-20(T2) :19 % z-24(T4) :13 %	z-10(T1) :29 % z-22(T2) :21 % z-21(T1) :14 %
zz	--	zz-1 :100 %

3.3.1. Modalités de constitution d'audience d'*animes* (axe X)

Le processus d'audienciation passe dans les deux corpus par le positionnement des DVD d'*animes* dans une expérience pluri-médiatique de ces univers narratifs, mais chez les germanophones, la question du rôle joué par le DVD dans le suivi des *animes* est tout aussi fréquemment évoqué, alors qu'elle l'est moins du côté des commentaires en français.

a. Les perceptions des stratégies transmédia dans le corpus francophone (sous-catégorie xx)

La première thématique, concernant la transposition d'un récit d'un secteur médiatique à l'autre, prédomine dans cette sous-catégorie. Cependant, c'est le thème xx-17, concernant la reconnaissance de la nature pluri-médiatique de ces univers narratif, et issu de la seconde thématique (l'expérience pluri-médiatique) qui remporte le taux d'occurrences le plus élevé, avec 35 % des unités de commentaires. Il se manifeste surtout sous la forme d'encouragement

à expérimenter une série sous telle ou telle forme. Pour des internautes comme Lydia, qui s'exprime à propos du premier coffret Collector de *Death Note* [FR-4], l'*anime* s'insère définitivement dans une expérience plus large, qui peut même inclure des incarnations matérielles de l'univers narratif, et le DVD n'est qu'un moyen d'y avoir accès :

> Confirmation "Light" est bien la version choisie par l'auteur , c'est celle qui figurait partout sur les différents goodies que j'ai ramenés du Japon au printemps 2007. "raito" n'est que la transcription en Katakana qui sert à indiquer la prononciation, ici, d'un mot anglais. Mais le personnage est identifié comme "Light" y compris dans les art-books non destiné au marché étranger (MangaDiscount, 25.04.2008).

Les thèmes xx-5 (25 %) et xx-7 (15 %), positionnant l'*anime* comme une adaptation d'un *manga* , se manifestent tous deux dans des commentaires justifiant l'achat d'un DVD d'*anime* ou son refus sur la base de la fidélité de la transposition du *manga* au domaine de l'animation, comme l'exprime cécilia, à propos du coffret intégral Collector de *Fruits Basket* [FR-25] : « Personnellement, pour ceux qui adorent le manga, je déconseille l'anime!!dommage, ms cette série a été baclée à mon sens, et aurait mérité une seconde saison, compte tenu de l'évolution du manga! Encore une fois, dommage !! » (MangaDiscount, 02.06.2006)

b. Les perceptions des stratégies transmédia dans le corpus germanophone (sous-catégorie xx)

Il n'y a que sept unités de commentaires en allemand représentant l'axe X et de celles-ci, trois vont dans la sous-catégorie xx et autant dans la sous-catégorie xxx. Il vaut néanmoins la peine de s'intéresser aux propos de ces quelques internautes ayant abordé la question d'audienciation sur le site Animeversand.de. Ceux-ci font de l'achat de ces produits un moyen de connaître ces univers narratifs dans leur exhaustivité. Alexandra Wittl considère ainsi l'édition digipack de *xXxholic* [D-18] comme un moyen de plonger plus profondémment dans le monde des CLAMP (les quatre auteurs du *manga xXxholic* et d'autres titres, dont certains partagent des personnages avec cette série). Elle recommande donc son achat afin de pouvoir mieux apprécier cet univers narratif qu'elle rattache à un *manga* d'origine, soulignant ici la complémentarité entre les deux versions :

> Sie ist interessant gemacht, kreativ und originell und bietet für CLAMP-Fans schöne nostalgische Momente, da xxxHOLiC als Crossover gedacht ist und somit immer wieder Elemente aus alten CLAMP-Serien zeigt, wenn auch nur am Rande. Ich empfehle auch Tsubasa Chronicles (bzw. Tsubasa Reservoir Chronicle) dazuzukaufen, weil die Serien eng miteinander verwoben sind und auch Gastauftritte der jeweiligen Hauptchars in beiden Serien vorhanden sind.

> Man versteht die Materie einfach besser, wenn man beides hat, und ich persönlich mag TRC mindestens genauso viel (auch wenn die Mangaserie zum Stand des heutigen Tages äußerst haarsträubend geworden ist, und ich bin auf dem aktuellsten Stand) (Animeversand.de, 24.01.2009).

3.1.3. Les conceptions de l'utilité du DVD dans le suivi des *animes* dans le corpus germanophone

La sous-catégorie xxx, concernant l'utilité du DVD dans le cadre du suivi des *animes*, est représentée par trois unités de commentaires ne renvoyant qu'à deux thèmes : xxx-1 (2 unités de commentaire) et xxx-4 (1 unité de commentaires), tous deux relevant de la première thématique, à savoir l'utilisation du DVD comme moyen de collection d'*animes*. Dans les deux unités de commentaire regroupées sous xxx-1, le suivi d'un *anime* passe par son intégration dans une collection de DVD. Ainsi, Oliver Oehme recommande vivement l'achat de l'édition simple de *Cowboy Bebop* [D-15] pour tout collectionneur d'*animes* en DVD : « das "MUST HAVE" für jeden Anime-DVD-Sammler !! » (Animeversand.de, 05.10.2003)

3.3.2. Modalités de réception socio-technique des *animes* (axe Y)

Cet axe est représenté dans les deux corpus par la sous-catégorie yyy, concernant la question de l'accès linguistique à un *anime*, à des proportions similaires, puisqu'elle comprend 10 % des unités de commentaires en français retenues sur ces sites et 13 % de celles en allemand. De plus, la première thématique domine nettement, grâce au thème yyy-3, concernant des critiques des doublages traduits dans la langue des internautes.

a. Les considérations d'accès linguistique aux animes dans les commentaires francophones (sous-catégorie yyy)

Le thème yyy-3 remporte 64 % des unités de commentaires retenus sur MangaDiscount, tandis que le thème yyy-10, exprimant une préférence pour la VOST, en obtient 18 %. Le premier apparaît dans des commentaires qui font de l'évaluation du doublage français non pas directement un critère de décision quant à l'achat d'une édition, mais plutôt un élément de qualification de l'expérience à laquelle le futur acheteur peut s'attendre. Ainsi, yoann considère que malgré un doublage français qu'il estime très mauvais, il vaut quand même la peine d'acheter l'édition intégral Collector de *Death Note* [FR-4] : « […] les voix francaises comme d'habitude sont pathetique, mais cela n'empeche qu'il s'agit d'un anime formidable et le personnage principale est bien raito et non L mais L etant le rivale de kira , son role est beucoup mis en valeur. » (MangaDiscount, 14.04.2008) De fait, si une VOST est disponible,

les internautes la recommandent d'office (yyy-10), arguant que celle-ci est forcément meilleure, comme l'illustre cet extrait de commentaire de Thomas, toujours à propos du même coffret DVD de *Death Note* [FR-4] : « La VF est bien pour une fois,bien sûr le meilleur c'est de regarder en vo sous titré,ça reste quand même bien meilleur. » (MangaDiscount, 25.04.2008) Ces commentaires laissent ainsi entendre que l'achat du DVD peut se justifier justement pour avoir accès à une VOST que l'on ne pourrait pas obtenir autrement.

b. Les considérations d'accès linguistique aux animes dans les commentaires germanophones (sous-catégorie yyy)

La sous-catégorie yyy n'est représentée que par 4 unités de commentaire en allemand, dont deux relevant du thème yyy-3, les deux autres se retrouvant associées au thème yyy-5, concernant l'évaluation des doublages allemands. Il est donc à nouveau impossible de conclure quoi que ce soit à partir de ces quelques données, mais il est intéressant néanmoins de constater l'importance d'une version doublée pour ces quelques internautes. L'extrait de commentaire de Valentino Giancristofaro, à propos de l'édition Slimline Complete d'*Elfen Lied* [D-16], qui loue l'excellente qualité du doublage allemand l'illustre bien : « Die Synchro ist ja mal ein Traum:) Echt Ideal an die Charaktere angepasst. Besonders die Stimme von (Samia Little-Elk) Synchro für Nyu/Lucy ist Niedlich:p auch wenn ich die Charakter-In Lucy nicht besonders mag. xD. » (AnimeVersand.de, 08.08.2009) Dans les propos regroupés sous le thème yyy-5, la critique des doublages s'expriment de manière plus précise, portant notamment sur la bonne qualité des voix allemandes et de la traduction : « Deutliche Steigerung in Quallität und der Stimmen, Text leicht geändert tut aber der Handlung keinen Abbruch. » (AnimeVersand, 09.4.2005, Wolfgang Klinger, à propos du 2nd volume DVD de *Neon Genesis Evangelion* [D-27]).

3.3.3. Evaluation du travail de re-conditionnement des *animes* en marchandises culturelles par les éditeurs de DVD (axe Z)

Dans les deux corpus, la question du travail des éditeurs de DVD est abordée essentiellement sous l'angle de son évaluation en tant que marchandise culturelle de collection, même si les commentaires germanophones accordent aussi une certaine importance à la qualité audiovisuelle de ces éditions.

a. Evaluation du processus de re-conditionnement des animes en marchandises culturelles dans le corpus francophone (sous-catégorie z)

Les principales préoccupations qui s'expriment dans les commentaires abordant cette sous-catégorie sont assez diverses, puisqu'elles tournent autour des éléments qui permettent de faire de ces produits des objets culturels de collection, de la politique de parution et des suppléments, audiovisuels ou matériels. C'est ainsi qu'un quart des unités de commentaires se rapportent au thème z-10 en exprimant un désir de compiler ces *animes* dans de belles éditions méritant d'être collectionnées. Les propos d'arnaud, sur le premier coffret Collector de *Saint Seiya* [FR-9] résument assez bien ces considérations : « bref saluons tout de même la bonne idée d'AB de sortir enfin des éditions digne de ce nom pour une série comme celle-ci en espérant que cela lui donnera des idées pour la suite. » (MangaDiscount, 13.11.2007)

Cependant, comme le site se veut aussi un magasin de bonnes affaires, il n'est pas étonnant de trouver le thème z-20, portant sur la répartition des épisodes dans une édition évoqué dans près de 19 % des unités de commentaires. La forme d'emballage « coffret » est ici particulièrement appréciée, parce que perçue comme moins chère et permettant de réunir une série entière dans un seul produit. Le commentaire d'Anthony, au sujet du premier DVD de l'édition unitaire d'*Elfen Lied* [FR-34], illustre bien cette conception :

> Je suis moi aussi vraiment désabusé, une telle série devrait être accessible à 60€, et non pas, comme dit précédemment, à 100€! de ce fait, et, à moins qu'un collector soit prévu par KAZE, ils perdront un client de plus concernant Elfen Lied voilà, KAZE qui prend confiance une fois de plus (MangaDiscount, 05.09.2007).

Enfin, le thème z-24, concernant la présence de suppléments matériels, obtient un taux de 13 % d'occurrences et renvoie aussi à une conception essentiellement consumméristе de l'acquisition d'une édition DVD. En effet, pour de nombreux internautes, il s'agit d'en avoir littéralement pour son argent et ces compléments constituent un des éléments pouvant justifier un prix assez élevé. Cet extrait de commentaire de sébastien au sujet du coffret intégral Platinium de *Neon Genesis Evangelion* [FR-5] résume cette approche : « Coffret non métallique les soit disant nombreux livrets ne sont que trois et pas bien épais et 5 photos grand format. […] Je trouve que c'est ce faire de l'argent sur le dos des fans. » (MangaDiscount, 28.01.2008)

b. Evaluation du processus de re-conditionnement des animes en marchandises culturelles dans le corpus germanophone (sous-catégorie z)

Du côté des commentaires en allemand, la question du travail des éditeurs pour proposer des objets culturels de collection (thématique 1 : z-10 et z-21) prédomine, mais certains se

préoccupent également de la question de la politique de parution (thématique 2 : z-22). Tout comme chez les francophones, le thème z-10 occupe la première position en pourcentage d'occurrences. Ici aussi, la question du status du DVD en tant qu'objet de collection ou pas constitue un critère dans la décision d'achat, à cause de la valeur de l'*anime* et du niveau d'assiduité dans son suivi. Ainsi, Anita Krämer, s'exprimant à propos du second DVD de l'édition simple de *Neon Genesis Evangelion* [D-27], estime que tout fan se doit d'avoir un tel *anime* en DVD dans sa collection : « Neon Genesis Evangelion ist einfach Kult und jeder Anime-Fan sollte das auf jeden Fall in seiner Sammlung haben ! » (AnimeVersand.de, 06.08.2008)

Le thème z-22, concernant le respect de l'intégralité des *animes*, obtient aussi un bon score de 21 % d'unités de commentaires, du fait de la préoccupation, assez récurrente dans le corpus germanophone, concernant la tendance des éditeurs allemands à simplement reprendre les versions tronquées, voire censurées, réalisées par les responsables de programmation pour la diffusion télévisuelle, au lieu de proposer une édition comprenant la série entière. Cet extrait de commentaire d'Oliver Rieth, à propos du premier DVD de *Naruto* [D-29] qui reproche à l'éditeur de n'avoir pas fourni au moins une version non coupée de l'*anime*, l'illustre bien : « aber das auf der DVD keine deutsche uncut-Version enthalten ist ist echt ein großes Minus. » (AnimeVersand.de, 27.02.2007)

Enfin, le thème z-21, portant sur la manière dont les internautes perçoivent la capacité des éditeurs à respecter les *animes* qu'ils commercialisent en DVD, apparaît dans 14 % des unités de commentaire. Dans ce cas, s'exprime une certaine sensibilité de la part d'internautes qui estiment que les *animes* qu'ils apprécient tant et désirent collectionner doivent pouvoir bénéficier d'un soin minimum de la part des éditeurs. Dans cette optique, Robin Feucht dénonce le travail réalisé par Panini sur *Naruto* [D-29] qu'il estime indigne de la qualité de cette série et comme pratiquement une tromperie du consommateur : « Leider ist die Qualität dieser DVD diesem Anime in keinster Weise würdig und Panini sollte sich schämen mit einer solch halbherzigen Produktion dem zahlenden Kunden das Geld aus der Tasche zu ziehen. » (AnimeVersand.de, 12.01.2007)

c. Evaluation de la qualité audiovisuelle des éditions DVD dans le corpus germanophone (sous-catégorie zz)

Les quelques unités de commentaires regroupées dans cette sous-catégorie abordent toutes la question de la qualité audiovisuelle de ces éditions sous un angle assez général (thème zz-1),

mais affichent néanmoins une certaine préoccupation de l'expérience sensorielle que peuvent proposer les éditeurs. Les propos de Robin Feucht, qui dénonce un travail sur les contrastes si mauvais sur le premier volume de *Naruto* [D-29], aussi bien dans la version allemande qu'en VOST, qu'elle en gâcherait l'expérience, résument bien cette posture :

> […] auch ist die Bildqualität dieser DVD unterirdisch schlecht und weist neben stark auffallenden Unschärfe des Bildes auch blasse Farben, sowie verwaschene Optik bei langsamen Kamerafahrten auf. Da hilft dann auch die ebenfalls enthaltene japanische Fassung mit Untertiteln nicht mehr […] (AnimeVersand.de, 12.01.2007).

3.3.4. Les publics des sites spécialisés dans les produits issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel.

De manière générale, ces sites spécialisés dans la vente de produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel ont généré peu d'unités de commentaires exploitables par rapport aux autres sites Web de cette étude. Cela rend difficile, voire impossible, toute conclusion élargie. Néanmoins, il est quand même possible de s'intéresser aux propos des internautes qui ont été retenus. Il ressort notamment de l'analyse thématique que les considérations recensées reflètent bien le type de public que ciblent ces sites Web, à savoir des amateurs d'*animes* et de *mangas*, qui s'y connaissent relativement bien, mais qui cherchent à obtenir ces produits au meilleur prix. De fait, il se dégage de ces discours des désirs d'immersion cinéphile dans des œuvres épisodiques, à compiler dans des collections de produits éditoriaux aussi complets que possibles, mais dans un rapport quantité-prix qui épargne leur bourse.

4. Magazine / Forum spécialisé

4.1. Description du contexte communicationnel du magazine Animeland et du forum spécialisé Animexx.de

4.1.1. Animeland.com

Fondé en 1991, *Animeland* a démarré à Paris comme un « magazine semi-professionnel », selon les propres termes de sa rédaction[365], avec un premier dossier qui devait expliquer les spécificités de l'animation japonaise diffusée à la télévision et tellement décriée par les associations parentales ainsi que par une partie du monde politique. Grâce à un contenu et une

[365] http://www.animeland.com/apropos

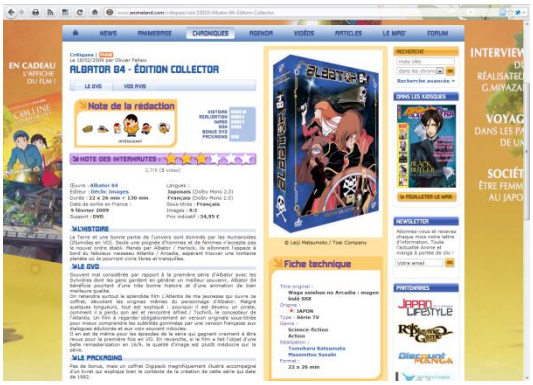
maquette régulièrement enrichis, *Animeland* s'est profilé comme l'une des sources incoutournables d'information et d'analyse de l'animation dans son ensemble, japonaise y compris. A partir de 2005, la ligne éditoriale du magazine se concentre particulièrement sur les sujets en lien avec l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, tout en continuant de traiter des autres produits issus du secteur de l'animation en général. Il devient ainsi la principale source d'actualités et d'analyses des *animes* et *mangas* sortant en France. Le sérieux et la passion des membres de la rédaction leur a aussi assuré une bonne réputation auprès des acteurs industriels qui ont accepté le magazine comme partenaire de presse dans le cadre de divers événements, tels des premières françaises de film d'animation japonais ou des festivals. Lancé par des fans pour des fans, le magazine Animeland se présente comme une publication proche de son public. Le site Web, dont la première mouture fut lancée en 2001, est conçu pour favoriser une relation entre la rédaction et les lecteurs. Il constitue ainsi non seulement une extension électronique de la version papier, mais également une plate-forme de socialisation pour les abonnés et les internautes inscrits sur le site (il n'est pas obligatoire d'être abonné au magazine pour ouvrir un compte utilisateur sur le site Animeland.com). Il est à noter que, dans son introduction[366], la rédaction d'*Animeland* se repésente son lecteur type sous les traits d'un jeune homme âgé entre 15 et 25 ans, même si le magazine désire s'adresser à des publics mixtes de 12 à 30 ans. De fait, les lectrices représentent quand même 40 % de son lectorat. En cela, on retrouve une vision du public, divisé en deux générations : les 26-35 ans, ayant grandi avec les émissions pour enfants des années 1970-1980, et les 15-25 ans, qui ont connu les productions de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel importées en Europe dans les années 1990-2000.

Cette focalisation sur le versant japonais de l'animation et de la bande dessinée se manifeste de manière particulièrement explicite sur la page d'accueil du site Web Animeland.com. En effet, l'ensemble des éléments qui s'affichent, et qui représentent une synthèse des contenus développés dans les autres sections du site, concerne uniquement les *animes* et les *mangas*. L' « Animebase » recense, malgré ce que laisse entendre son nom, l'ensemble des *animes* et *mangas* publiés en France (et également, dans certains cas, les jeux vidéo dérivés de ces univers narratifs) ainsi que leurs multiples éditions dans une banque de données permettant une recherche selon divers critères. Grâce à cet outil, il est facile de trouver les critiques de la

[366] Ibid.

rédaction sur les divers produits édités en France en lien avec l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, et tout particulièrement, les DVD d'*animes*.

Figure 12: Capture d'écran de la fiche du coffret Collector intégral d'*Albator 84* [FR-16] sur Animeland.com : http://bit.ly/10ikHcj (Prise le 29.12.2011 à 21:37).



Les commentaires issus du site d'*Animeland* ont été recueillis sur les fiches signalétiques des DVD d'*animes* ayant fait l'objet de critiques de la part de la rédaction et, éventuellement, de commentaires de membres de la communauté du site. Chaque fiche est subdivisée en deux sous-pages, la première qui s'affiche par défaut, contenant la critique de l'un des membres de la rédaction, et la seconde, signalée par un onglet, qui propose les commentaires des internautes inscrits sur le site. L'évaluation des *animes* suit deux axes : appréciation de la qualité du récit et évaluation du produit DVD en tant que technologie digitale de livraison vidéo bénéficiant d'un plus ou moins bon travail d'édition. Mais, la part consacrée à cet aspect occupe la plus grande partie de la fiche, qui porte sur les divers éléments que l'on associe avec le DVD : les langues audio, les langues sous-titres, le format d'image et de son, les contenus additionnels et les suppléments matériels (boni audiovisuels ou sous forme de livrets et autres goodies inclus dans le boîtier DVD).

4.1.2. Les forums spécialisés d'Animexx.de

Animexx.de est une communauté en-ligne germanophone, lancée en 2000 par l'association munichoise du même nom, et fonctionnant selon un système que l'on pourrait considérer comme un précurseur des réseaux sociaux associés au Web 2.0. L'association a été fondée pour promouvoir la culture populaire japonaise sous toutes ses formes, mais tout particulièrement le divertissement audiovisuel nippon et les multiples activités créatives qui y sont associées[367]. Elle publie son propre magazine AnimePRO et organise chaque année des « conventions », comme *Connichi*[368] qui, au cours des années, n'a cessé de grandir pour devenir un des principaux rendez-vous des fans en Allemagne. Le portail Animexx.de vise plus particulièrement à élargir la participation à des amateurs d'*animes* et de *mangas* à travers

[367] http://animexx.onlinewelten.com/verein.phtml#aufbau
[368] http://www.connichi.de/

toute l'Allemagne et le reste de l'Europe germanophone. Depuis 2010, le site se décline aussi dans une version en anglais, mais beaucoup moins élaborée que le portail originel. D'après les statistiques de la communauté[369], réunies selon les données indiquées par les inscrits dans leur profil, 88 % viennent d'Allemagne, 5 % d'Autriche, 2 % de Suisse, 1 % des USA et 0.3 % du Japon. Les 4 % restant se répartissent entre environ 80 pays. D'autres statistiques, également recueillies sur la base des informations données par les personnes inscrites, montrent que 73 % d'entre elles sont de sexe féminin, c'est-à-dire, près des 3/4 des inscrits. La majorité des membres a entre 15 et 30 ans. Ces résultats reflètent les nombres de l'industrie et des chercheurs sur le terrain qui on pu constater que le public de *manga* en Allemagne et dans les aires géo-culturelles germanophones est dominé par le sexe féminin ainsi que par les adolescents et les jeunes adultes.

Le portail d'Animexx.de se divise en deux grandes activités : l'information aux membres et les publications par les membres, soit sur leur propre profil, soit sur les *fora*. Animé par une équipe rédactionnelle, le site propose une abondance de nouvelles, d'actualités et de données détaillées sur l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel et tout particulièrement les *animes*, les *mangas* ainsi que les divers modes d'accès à ceux-ci. Ces publications sont recensées dans de très exhaustives banques de données, régulièrement mises à jour. Ces données sont regroupées avec celles fournies par les utilisateurs ainsi que leurs propres créations en relation avec ces univers. Encore plus que sur le site d'Animeland, les fiches pour chaque titre reflètent particulièrement la diversité des formes médiatiques que prennent ces univers narratifs, et la manière dont ils sont réappropriés par les fans. L'infrastructure Web de la communauté offre aussi de multiples outils d'expression aux membres qui peuvent non seulement démarrer de longues discussions sur tout ce qui les intéresse, mais aussi d'y créer des blogs. De manière générale, la parole des inscrits domine sur ce site, même si une équipe d'animateurs propose des contenus très riches. Mais ces contenus servent essentiellement à lancer les conversations, alimenter la participation et répondre, de manière générale, au besoin d'informations fiables exigées par les amateurs assidus.

---

[369] http://animexx.onlinewelten.com/onlineclub-statistik.phtml

Figure 13: Capture d'écran de la page d'accueil du site Animexx.de: http://www.animexx.de (prise le 29.12.2011 à 21:40)

La page d'accueil du portail illustre parfaitement ce foisonnement éditorial et social en affichant de très nombreux liens vers toutes les parties du site, certains étant fixe, alors que d'autres changent au gré des actions des membres. Ce qui signifie que chaque recharge de la page renvoie un contenu un peu différent, le portail connaissant une activité presque incessante. Les informations ne sont pas que textuelles, puisque des miniatures de photos ou de dessins, créations des membres, apparaissent dans plusieurs plages de la page. Au premier abord, le visiteur se sent donc presque un peu assailli par l'abondance de liens, de textes, d'images et de possibilités d'exploration. D'ailleurs, comme le montre l'image ci-contre, les nombres affichés et quantifiant la production des membres expriment bien cette profusion.

Chaque DVD ou coffret DVD d'*animes* recensé bénéficie d'une fiche d'explications techniques, accompagnées d'un synopsis, généralement repris des éditeurs eux-mêmes. Les informations données sont elles-mêmes très basiques, associées à une photo du produit. Le reste de la fiche est consacrée aux commentaires éventuels des membres de la communauté. Ceux-ci ne dépassent généralement pas deux paragraphes et sont rédigés dans un langage plus ou moins élaboré. L'usage des « smiley » et autres symboles du Web y est très fréquent du fait d'une certaine connivence qui règne au sein de cette communauté. Par ailleurs, il arrive que le portail capture aussi les commentaires laissés sur la page Amazon.de du même produit. Il s'agit donc de discours issus directement du site d'Amazon et de ses usagers, lesquels ne sont pas forcément des membres d'Animexx.de. Cependant, seuls les commentaires issus de la page Animexx.de pour chaque DVD ont été pris en compte dans cette partie, ceux provenant d'Amazon.de ayant été analysés ci-dessus (1. Sites de commerce de détail), concernant les sites de vente de détails.

4.2. Description thématique générale des sites d'Animeland.com et d'Animexx.de

Les unités de commentaires issus de ces deux sites ne représentent également qu'une petite portion, soit 5 % de l'ensemble des données analysées.

Tableau 11: Récapitulatif des taux d'occurences de chaque axe et sous-catégorie sur les sites d'Animeland.com et d'Animexx.de

Sous-catégories - Axes / Corpus	FR + D	FR	D
x	4 %	7 %	0 %
xx	18 %	11 %	33 %
xxx	8 %	7 %	11 %
Axe X	**30 %**	**25 %**	**44 %**
y	6 %	1 %	15 %
yy	0 %	0 %	0 %
yyy	18 %	14 %	27 %
Axe Y	**24 %**	**15 %**	**42 %**
z	38 %	50 %	14 %
zz	3 %	4 %	0 %
zzz	3 %	4 %	0 %
Axe Z	**42 %**	**58 %**	**14 %**

Comme le montre le tableau ci-dessus, si l'axe Z, portant sur le travail des éditeurs de DVD, remporte le meilleur score sur l'ensemble des deux corpus, il doit ce taux élevé d'occurrences aux commentaires en français, où il émerge de 58 % des unités de commentaires recueillis sur le site d'Animeland. Par contre, dans le corpus germanophone, ce sont clairement les discours d'audienciation (axe X) et les considérations d'accès (axe Y) qui prédominent. La fracture entre les deux corpus concernant l'accès aux *animes* et l'approche des DVD se manifeste donc de manière particulièrement saillante sur ces deux sites.

Sur le site d'Animeland, le discours est clairement focalisé sur la manière dont les éditeurs de DVD re-conditionnent les *animes* pour les transformer en marchandises culturelles. D'autres préoccupations, notamment au sujet des politiques de traduction mises en œuvre par les éditeurs (sous-catégorie yyy) ainsi que le positionnement de ces *animes* dans un ensemble plurimédiatique (sous-catégorie xx) émergent aussi, mais en retrait. Sur le forum spécialisé d'Animexx.de, ce sont justement ces deux sous-catégories xx et yyy qui prédominent, suivies par des préoccupations liées à l'accès commercial et technique aux *animes*.

Il se peut que cette différence d'approche soit dûe en partie au fait que sur Animeland, ce sont essentiellement des responsables de la rédaction qui s'expriment sur les fiches des DVD, tandis que sur Animexx.de, ce sont membres de la communauté qui critiquent ces produits. Il semblerait que les premiers se concentrent ainsi plus sur le produit-même, puisqu'ils ont pour mission de conseiller les lecteurs avant leurs achats, tandis que les internautes sur Animexx.de ont probablement plus à cœur d'exprimer leurs opinions sur ces récits et leurs expériences médiatiques de ceux-ci. Dans le cas d'Animeland, il se pourrait aussi que le statut d'amateur éclairé dont les auteurs des critiques se prévalent soit simplement considéré comme acquis, ce qui signifie qu'ils n'ont donc pas besoin de le rappeler, ni de s'exprimer en détail à ce sujet.

4.3. Description des principales modalités de suivi des *animes* sur Animeland.com et Animexx.de

Tableau 12: Liste des thèmes ayant les 3 meilleurs scores au sein des sous-catégories ayant obtenu plus de 10 % d'occurrences sur ces sites.

Sous-catégories / Corpus	**FR**	**D**
xx	xx-5 (T1): 21 % xx-6(T1)/16(T1)/17(T2): 13 %	xx-16(T1):23 % xx-7(T1)/21(T3):19 %
xxx	--	xxx-1(T1): 86 %
y	--	y-14(T2):40 % y-10(T3):20 % y-2(T4)/9(T2)/11(T3)/18(T1):10 %
yyy	yyy-3(T1) :37 % yyy-11(T3) :26 % yyy-2(T1) :11 %	yyy-3(T1) :50 % yyy-10(T2) :22 % yyy-5(T1) :17 %
z	z-24(T4) :23 % z-6(T4) :17 % z-10(T1) :16 %	z-10(T1) :56 % z-2(T3)/3(T1)/21(T1) :11 %

4.3.1. Modalités de constitution d'audience d'*animes* (axe X)

Dans les deux corpus, les discours d'audienciation s'expriment essentiellement sous l'angle du positionnement des DVD d'*animes* dans un ensemble narratologique pluri-médiatique. De manière générale, la première thématique, concernant la transposition de ces séries d'un secteur à un autre prédomine dans les unités de commentaires abordant cet aspect de l'audienciation sur ces sites. De plus, la sous-catégorie xxx apparaît aussi dans 10 % des unités

de commentaires en allemand, ce qui démontre une préoccupation plus appuyée chez les membres d'Animexx.de au sujet du rôle du DVD dans leur expérience des *animes*.

a. Les perceptions des stratégies transmédia dans le corpus francophone (sous-catégorie xx)

La sous-catégorie xx ne comprend que 14 unités de commentaires qui mettent en évidence essentiellement des préoccupations liées au travail d'adaptation des *mangas* en *animes* (xx-5, xx-6, xx-16). En effet, près de la moitié des unités de commentaires soulignent la position du *manga* comme œuvre originale et le degré de fidélité de l'*anime* adapté en DVD à celle-ci. Cet aspect-là de l'évaluation de la version *anime* constitue un des critères de recommandation d'achat ou pas de l'édition DVD, comme l'illustre cet extrait du commentaire de la Rédaction d'*Animeland* au sujet du premier coffret d'*Ouran High School Host Club* [FR-31] : « Mais ce n'est pas grave, cette adaptation du manga sorti chez Panini est une sacrée réussite. » (05.09.2008)

D'autres unités de commentaires soulignent aussi le fait que ces *animes* en DVD ne constituent qu'une version parmi d'autres (xx-17) et encouragent ainsi les lecteurs à s'intéresser aux autres incarnations médiatiques existantes, à l'instar d'Olivier Fallaix, qui s'exprime sur le coffret Collector intégral de la série *Albator 84* [FR-16]:

> On retiendra surtout le splendide film L'Atlantis de ma jeunesse qui ouvre ce coffret, dévoilant les origines mêmes du personnage d'Albator. Malgré quelques longueurs, tout est expliqué : pourquoi il est devenu un pirate, comment il a perdu son œil et rencontré Alfred / Tochirô, le concepteur de l'Atlantis (Animeland.com, 18.02.2009).

b. Les perceptions des stratégies transmédia dans le corpus germanophone (sous-catégorie xx)

Du côté des internautes germanophones, la première thématique prédomine aussi, avec des thèmes posant l'*anime* comme une adaptation du *manga* (xx-7) et ce dernier, comme l'œuvre originale de l'ensemble narratologique (xx-16). Là aussi, l'intérêt de l'achat de ces DVD d'*animes* est en partie évalué en fonction de la fidélité de ces *animes* aux *mangas* dont ils sont tirés. Ainsi, ajeanne-d-arc remarque que l'*anime* de *Vampire Knight* [D-28] est légèrement différent du *manga*, comme cela arrive fréquemment pour d'autres séries, mais estime que ce petit décalage ne gâche en rien le plaisir du récit et qu'il vaut donc la peine voir l'anime :

> Natürlich ist die Umsetzung vom Mange nicht 1:1. Wenn man es auch bei anderen Animes betrachtet, kommt man drauf, dass es niemals 1:1 ist. Ich finde aber, dass die Farben gut getroffen sind. Auch die Musik ist passend da und ich bin wirklich froh, es gesehen zu haben (Animexx.de, 27.02.2009).

Pour certains, à l'instar de maildin, qui s'exprime à propos du même produit, ces différences entre le *manga* et l'*anime* permettent d'ailleurs justement d'améliorer l'histoire et d'enrichir l'expérience de l'univers narratif, dans une perspective de complémentarité entre versions (xx-21) :

> Dabei finde ich es ganz und gar nicht schlimm oder dem Anime schädlich, dass es keine 1:1 Umsetzung mit dem Manga geworden ist. Der Vergleich zwingt sich zwar regelrecht auf, wenn man den Manga liebt, aber die Änderungen sind an manchen Stellen sogar ganz gut (Animexx.de, 27.07.2008).

c. Les conceptions de l'utilité du DVD dans le suivi des animes dans le corpus germanophone (sous-catégorie xxx)

Une peu plus de 10 % d'unités de commentaires postés sur Animexx.de attestent aussi d'un désir de collectionner ces séries sous une forme tangible, puisque la question du rôle du DVD dans le suivi des *animes* se manifeste essentiellement dans le thème xxx-1. Celui-ci s'exprime notamment dans le cadre d'une collection non seulement de l'*anime*, mais de l'ensemble des versions médiatiques de ces univers narratifs. Les propos de xxXNeko-chanXxx, qui se réjouit d'acheter les coffrets de la série *Ouran High School Host Club* [D-33], en plus du *manga*, lorsque ses finances le lui permettront l'illustrent bien : « ich werd mir erstmal die manga´s anschaffen und dann wenn ich bald mehr taschengeld bekomme, dann wird die DVD mein sein >3 » (Animexx.de, 22.08.2010)

4.3.2. Modalités de réception socio-technique des *animes* (axe Y)

Les propos qui abordent les questions d'accès sur ces sites manifestent une grande diversité d'approche et donc une réelle fragmentation des publics de ces séries. En effet, ce ne sont pas moins de 10 thèmes regroupant plus de 10 % d'unités de commentaires qui ont émergé de cette analyse. De nouveau, la question de l'accès médiatique trouve un bien plus grand écho dans les commentaires germanophones, alors qu'elle est à peine abordée chez les francophones. Par contre, au niveau de l'accès linguistique, les préoccupations avec les doublages traduits se retrouvent presque autant dans les deux corpus, mais expriment des angles d'approche différents, les francophones mettant plus l'accent sur la traduction et les germanophones sur l'incarnation des personnages par les doubleurs.

a. Les considérations d'accès linguistique aux animes dans les commentaires francophones (sous-catégorie yyy)

Les unités de commentaires abordent cette question essentiellement sous l'angle de l'évaluation des doublages traduits (yyy-3). La plupart du temps ces propos sont peu élaborés et s'accompagnent simplement d'un qualificatif élogieux ou négatif. Quelques commentaires traitent également de la qualité des traductions utilisées pour les doublages (yyy-2) et pour les sous-titres (yyy-11), lesquels sont essentiellement jugés en fonction de leur fidélité à l'esprit de la version originale, comme l'illustre bien cet extrait de commentaire de Captain_Harlock, au sujet du coffet intégral Collector d'*Albator 84* [FR-16] :

> - Des sous titres qui semblent légers voire parfois mêmes approximatifs.
>
> - Des traductions de noms tirées par les cheveux digne d'un DVD HK. Le viseur REV-C12D devient 0BC-12D, Zeda devient Zeidar, Traiter devient Toraita, les Illumidas deviennent les Illmidas, Murigson devient Murigus, la planète Heavy Melder devient Hevimelder etc…(04.03.2009)

b. Les considérations d'accès technique et commercial dans les commentaires germanophones (sous-catégorie y)

Les internautes d'Animexx.de affichent une réelle préoccupation concernant les modalités de distribution des *animes* (y-14 et y-9) ainsi que le coût de l'accès à ceux-ci, avec une nette préférence pour la gratuité (y-10 et y-11). La question de la distribution sur support vidéographique (y-14) et de son usage prédomine avec 40 % des unités de commentaires abordant ces questions d'accès médiatique. En général, les internautes qui se prononcent sur ce thème le font sous l'angle de la possibilité de regarder un *anime* dans une autre langue. Par exemple, Lilli_chan reconnaît qu'elle avait déjà regardé *Elfen Lied* [D-16] en japonais avec des sous-titres en anglais, probablement sur le Web, avant de se procurer l'édition Slimline Complete : « also ich find Elfendlied einfach total gut, ich hab es allerdings auf japanisch mit englischen untertitel geschaut. » (Animexx.de, 03.09.2006) En effet, le thème y-10, concernant les usages de « flux gratuit » arrive en seconde position en pourcentage d'occurrences dans ces commentaires et généralement, ce flux gratuit consiste en vidéo mises en ligne illégalement.

De plus, il apparaît que l'usage de ce genre de site peut s'expliquer par le fait que l'*anime* désiré n'est tout simplement pas distribué dans le pays de l'internaute (y-2). Ainsi, Black-Mogry, qui vit en Autriche, se plaint de ce que les coffrets de *Vampire Knight* [D-28] n'y soient pas

distribués et, en attendant, doit suivre cette série sur YouTube : « ja es is ur super ^^ weiß wer wo ich das herbkomme die dvds? wohn in österreich und nirgendwo hab ich sowas gefundn...hab einige folgen. » (Animexx.de, 23.09.2009) Il apparaît aussi que le Web peut jouer un rôle de substitution à la télévision (y-11, y-18), ainsi que l'illustre ce propos de vampireking, au sujet du premier volume de *One Piece* [D-13], qui regrette qu'il n'y ait pas de rediffusion télévisuelle intégrale de cet *anime* et qui s'est donc reporté sur le Web pour la revoir : « schade ist nur, dass das Fernsehen nur auf Quoten aus ist und ständig alles wiederholt!! :-(Aber dafür gibts ja das Netz :-) » (Animexx.de, 22.07.2010)

c. Les considérations d'accès linguistique aux animes dans les commentaires germanophones (sous-catégorie yyy)

La question de l'accès linguistique est aussi abordée par les commentaires germanophones essentiellement sous l'angle de l'évaluation des doublages traduits (yyy-3). Et comme dans le corpus francophone, les propos sont relativement succincts, se contentant d'un jugement positif ou négatif sans vraiment argumenter. Certains internautes recommandent plutôt la version originale sous-titrée (yyy-10), essentiellement parce qu'il s'agit pour eux de la meilleure manière d'expérimenter un *anime*, mais aussi parfois parce que les voix allemandes ne sont pas adéquates. Ainsi, Dark-Angel132, estime que la version allemande de *Vampire Knight* [D-28] peut éventuellement convenir aux fans qui connaissent très peu le japonais, mais qu'à son sens, la version originale reste la meilleure : « Für Fans mit weniger Japanischen Sprachkenntnissen durchaus eine Hilfe beim ansehen, für mich allerdings bleibt die Original Version die Nummer 1. » (Animexx.de, 03.06.2009)

De fait, comme le montrent les propos regroupés sous le thème yyy-5, concernant l'évaluation des voix allemandes, les jugements sont rarement positifs. En effet, la plupart du temps, les internautes considèrent que les types de voix ne correspondent pas aux personnages incarnés et remarquent une mauvaise correspondance entre le débit de paroles et l'image. yuna90 ne dit pas autre-chose à propos du premier coffret de *Vampire Knight* [D-28], en estimant que les acteurs allemands parlent parfois trop vite ou trop lentement par rapport au mouvements des lèvres de leurs personnages et que les voix ne sont pas toujours appropriées : « Syncronsprecher manchmal zu schnell oder zu langsam gesprochen haben und man dies an den Mundbewegungen des Charakters sehen konnte. Manche Stimmen waren sehr gewöhnungsbedürftig ... XD Aber man kanns halt nicht jedem recht machen ^^' » (Animexx.de, 31.07.2009)

4.3.3. Evaluation du travail de re-conditionnement des *animes* en marchandise culturelle par les éditeurs de DVD (axe Z)

Cet axe se manifeste essentiellement sur le site d'Animeland, alors qu'il vient loin derrière toutes les autres considérations dans les commentaires des internautes d'Animexx.de. Apparaît ici l'autre versant de la fracture entre les deux corpus. Les préoccupations ne sont pas les mêmes non plus. Alors, que les questions liées aux compléments prédominent dans le corpus francophone, du côté des germanophones, ce sont celles du travail des éditeurs pour faire de ces DVD des objets culturels de collection qui reviennent le plus souvent. De fait, il semblerait que les premiers soient plus préoccupés par la capacité des éditeurs à offrir aux publics une possibilité de prolonger leur expérience au-delà de l'*anime*-même, alors que les seconds attendent surtout des éditeurs un bel écrin dans lequel collectionner leurs *animes*.

a. Evaluation du processus de re-conditionnement des animes en marchandises culturelles dans le corpus francophone (sous-catégorie z)

La quatrième thématique, portant sur les compléments au texte principal, prédomine largement dans les considérations avancées sur Animeland au sujet du travail des éditeurs de DVD. Bien que traités comme des éléments accessoires, les suppléments matériels (z-24) sont évoqués dans près d'un quart des unités de commentaires. C'est même le site sur lequel cette question est la plus réccurente. Il apparaît ainsi que pour les auteurs de ces critiques, ces suppléments matériels constituent des additions appréciées aux contenus audiovisuels, voire même comme un remplacement avantageux, comme l'illustre cette recension d'Olivier Fallaix au sujet du coffret Collector intégral d'*Albator 84* [FR-16] : « Pas de bonus, mais un coffret Digipack magnifiquement illustré accompagné d'un livret qui explique bien le contexte de la création de cette série qui date de 1982. » (Animeland, 18.02.2009) Par contre, l'absence de contenus additionnels (z-6) ou leur insuffisance, sont dénoncés ou du moins fortement regrettés, comme on le voit dans cet extrait de commentaire d'Olivier Fallaix à propos de l'édition platinium intégrale de *Neon Genesis Evangelion* [FR-5] :

> Il manque toutefois à ce coffret de vrais suppléments comme des interviews ou des reportages. Malheureusement, les auteurs d'Evangelion ne sont pas très enclins à parler de leur œuvre, ce qui explique sans doute cette absence. D'ailleurs, même au Japon, ce matériel n'existe pas (Animeland, 05.09.2008).

Le thème z-10, concernant le DVD comme objet de collection, est lui aussi abordé dans une optique d'exhaustivité, puisque la plupart des commentaires évoquant ce thème, énumèrent généralement ce que les critiques estiment que l'on est en droit d'attendre d'une édition DVD

de base, surtout lorsqu'elle est accompagnée d'un qualificatif de type « Collector », « prestige » ou « premium ». Ainsi, Olivier Fallaix estime que le coffret intégral « prestige » de *Ghost in the Shell - Stand Alone Complexe* [FR-21] bien qu'appréciable ne mérite pas cette désignation : « Pour être honnête, on est un peu déçu par cette édition dite « prestige » : le packaging est beau, certes, mais finalement assez quelconque, d'autant que l'ensemble est tout de même vendu 100 euros. » (Animeland.com, 05.09.2008)

4.3.4. Les publics d'Animeland.com et d'Animexx.de

L'analyse des thèmes émergeant des discours tenus sur le site d'Animeland et d'Animexx.de dessinent les pourtours de publics passablement investis dans les univers narratifs issus de l'industrie japonaise et désireux de les collecter dans le cadre d'une expérience pluri-médiatique. En cela, ils correspondent assez bien à l'image des publics auxquels ces sites semblent destinés, soit avant tout à des fans d'*animes* ou, du moins, des amateurs relativement assidus.

Les discours des intervenants sur Animeland.com manifestent ainsi une attitude de suivi intense des *animes*, affichant une longue expérience de ces univers narratifs et de leur diverses incarnations médiatiques, mais aussi un souci de collectionner ces séries dans des produits éditoriaux dont la valeur en tant qu'objet de collection est essentiellement jugée en fonction de sa capacité à offrir un approfondissement de l'expérience narratologique. On constate donc une ciné-vidéophilie dans laquelle domine une cinéphilie plurimédiatique appliquée au domaine des récits sérialisés.

Du côté des intervenants germanophones, les discours laissent apparaître des amateurs d'*animes* qui revendiquent une pratique basée sur la collection des épisodes, si possible en version originale, mais aussi avec un doublage allemand, dans des produits vidéographiques qui ne soient pas trop chers, mais de suffisamment bonne facture pour intégrer leurs collections. Il apparaît ainsi que ces attitudes reflètent une posture penchant plutôt vers la vidéophilie, avec une exigence de pouvoir accéder à convenance aux *animes* de son choix et de pouvoir les collectionner intégralement sous forme tangible, mais pas trop coûteuse. Même le DVD, en tant qu'objet de collection d'un *anime* ne doit pas être trop cher. La question du suivi est ici donc plus importante que celle de la collection d'une œuvre.

De fait, il apparaît que le poids plus ou moins important que prennent des attitudes cinéphiles ou vidéophiles dans les pratiques décrites sur ces sites dépendent assez fortement des moyens

d'accès aux *animes* disponibles. Du côté des francophones, non seulement un grand nombre d'*animes* ont été diffusés à la télévision, mais ils sont aussi nombreux à être régulièrement édités en DVD, ce qui favorise des attitudes plutôt cinéphiles. Par contre, dans l'aire germanophone, la diffusion des *animes* est bien plus récente et encore régulièrement soumise à une adaptation pour les enfants qui tend à dénaturer ces séries tandis que les éditeurs DVD ont l'habitude de reprendre les versions éditées par les chaînes de télévision. Il apparaît donc que le premier souci des fans d'Animexx.de réside dans les modalités de suivi ce qui les pousse à adopter des postures plutôt vidéophiles, même s'ils s'orientent aussi dans une optique de collection, si possible dans des éditions rendant justice à ces séries.

5. Sites de critiques d'*animes*

5.1. Description du contexte communicationnel des sites de critiques d'*animes*

5.1.1. Anime-kun.net

Comme l'explique son créateur[370], l'existence d'Anime-Kun a débuté en 2003, comme une simple page personnelle consacrée à la passion de son auteur pour l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, hébergée sur la plate-forme Wanadoo. Cependant quelques mois plus tard, il en proposait une nouvelle mouture enrichie d'un forum, qui attira alors progressivement un petit groupe d'internautes qui formèrent le noyau dur de la future communauté d'Anime-kun. En 2004, le Webmaster proposa une troisième version, cette fois-ci programmée en PHP, un langage permettant de créer des banques de données très souples, assez pratiques à maintenir et dont on peut facilement changer la mise en page visuelle. Cette plate-forme permettait aux membres de proposer des critiques d'*animes* et des bandes-son des *animes* (OST). Cette année-là, la communauté connut une croissance très importante, puisqu'elle passa de quelques dizaines d'intervenants réguliers à plusieurs milliers. Le site subit encore des modifications, d'ordre graphique surtout, jusqu'en 2008, lorsqu'il s'enrichit d'un *Webzine*, c'est-à-dire un magazine entièrement électronique et n'existant que sur le Web. L'équipe d'animation du site s'agrandit aussi et un véritable réseau social, axé sur les *animes*, les *mangas*, les bandes-sons des *animes* et les jeux vidéo issus de ces univers narratifs.

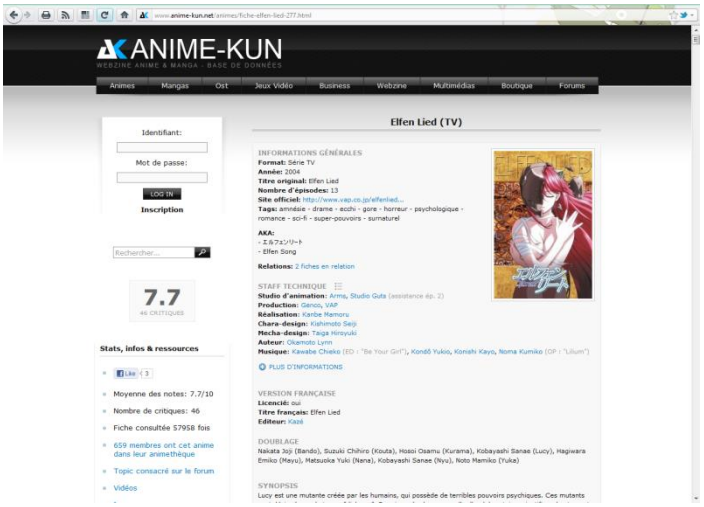
Il s'agit donc d'un site communautaire d'évaluation des univers narratifs produits par l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel. Les critiques sont rédigées essentiellement par les

[370] http://bit.ly/Ylghfj

membres inscrits sur le site, parfois aussi par l'équipe qui l'anime. Il s'organise selon deux axes : une banque de données d'informations sur l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, avec la possibilité pour les membres de critiquer les divers types de productions recensées, et des forums offrant des lieux d'interaction entre les membres du site, y compris les animateurs de celui-ci. Chaque membre dispose d'un profil assez sommaire, mais lui permettant de se lier à d'autres membres (grâce aux relations d' « amitié »), de lister les *mangas*, *animes* et OST déjà expérimentés, et rassemblant les liens vers ses diverses participations à la vie de la communauté.

Le site se divise en neuf sections recensant les divers types de produits générés par cette industrie. Ces banques de données sont reliées entre elles par des ponts entre fiches signalétiques appartenant au même univers narratif ou concernant des acteurs de l'industrie ayant collaboré sur plusieurs projets. Il est donc possible de sauter de l'une à l'autre en passant par des titres spécifiques, ce qui permet d'avoir une vision plus exhaustive de la vie commerciale de ces récits. Chaque fiche est construite selon le même modèle visuel et graphique, et peut accueillir des commentaires des membres, ainsi qu'une note sous forme d'étoiles.

Figure 14: Capture d'écran de la fiche de la série *Elfen Lied* [FR-34] sur *Anime*-kun : http://bit.ly/U2SQav (Prise le 29.12.2011 à 22:29).



Chaque fiche « *Animes* » propose des informations succinctes, mais sur un nombre important d'éléments de production, de réalisation et de distribution, aussi bien au Japon qu'en France. Sont aussi indiquées les « fiches en relation », permettant de passer vers d'autres banques de données dans lesquelles cet univers narratif est aussi mentionné. Contrairement aux commentaires des sites précédents, ceux-ci sont généralement assez longs, voire très longs, et bien élaborés. Leurs auteurs soignent leur langage et leur expression autant que le leur permettent leur maîtrise du français écrit et leurs capacités rédactionnelles. La plupart tente de donner un avis raisonné et fondé sur des exemples et une certaine connaissance, non seulement de l'univers narratif en question, mais

aussi du secteur industriel des *animes* et des *mangas* en général. Les critiques lapidaires ou peu argumentées, négatives ou positives, sont donc plutôt rares. On sent que les membres tentent de proposer des avis aussi objectifs que possible, afin que leurs pairs puissent décider, en toute connaissance de cause, de se lancer dans le suivi de l'univers narratif en question.

5.1.2. Animeka.com

Animeka est une association française fondée en 2007 pour pérénniser ce qui avait commencé en 2002 comme un projet personnel, et le transformer en une encyclopédie électronique réunissant des informations exhaustives sur l'ensemble des œuvres d'animation sorties en France, et plus spécifiquement, l'animation japonaise. Comme l'indique son nom, résultat d'une combinaison entre le terme « *anime* » et la particule « *-ka* », comme dans « *mangaka* » (art du *manga*), ce qui signifie « La maison de l'*anime* », le site met particulièrement l'accent sur les *animes*. Si le premier objectif du site est de fournir des informations précises aux internautes français, ses créateurs semblent avoir toujours travaillé en réseau ouvert à quiconque voulait participer à l'entreprise. Il est ainsi précisé que les fiches sont réalisées aussi bien par les éditeurs du site que par les autres membres de ce qui ressemble à une communauté, même si elle n'est pas manifestée aussi concrètement dans la structure du site que dans celle d'Anime-kun ou d'Animexx.de. Il existe un forum, mais celui-ci constitue clairement un lieu distinct du site sur la toile, puisqu'il se trouve à une autre adresse et nécessite une inscription supplémentaire, en plus de l'ouverture d'un profil sur le site principal d'Animeka pour pouvoir participer à l'encyclopédie. De plus, sa mise en page graphique et visuelle est totalement différente. De fait, les deux activités d'information et de socialisation sont nettement séparées. Cependant, le souci du partage et de la collaboration avec la communauté semble prédominer.

Figure 15: Capture d'écran de la fiche de *Neon Genesis Evangelion* [FR-5] sur Animeka.com : http://bit.ly/U5vWiJ (Prise le 29.12.2011 à 22:12).

Chaque fiche d'*Anime* présente des informations de base sur celui-ci. Les évaluations proposées, qui ne sont jamais datées, se veulent généralement aussi complètes et informatives que possible. Elles se composent donc toujours d'au moins deux paragraphes. Les auteurs tentent d'aborder l'*anime* sous différents angles, telle que la qualité du scénario, des doubleurs japonais et français, de la musique de fond, mais aussi le travail technique d'animation ainsi que la fidélité plus ou moins grande de l'*anime* à la première incarnation de l'univers narratif, généralement un *manga*. Le langage et le style sont également soignés au mieux des capacités rédactionnelles des critiques. Il apparaît donc que les membres qui contribuent à ces fiches cherchent avant tout à informer le grand public, tout en permettant à leurs pairs de faire un choix raisonné lorsqu'ils doivent se décider à suivre ou non une série.

5.1.3. Animexx.de

On retrouve le même portail, déjà évoqué plus haut, dans la catégorie forum spécialisé. Mais, ici, il s'agit des sections dans lesquelles les membres de cette immense réseau social de fans germaniques proposent des critiques d'*animes*. Bien que reliés aux forums spécialisés hébergés sur cette plate-forme, ces pages se distinguent cependant des premières en portant sur les *animes* en tant qu'œuvres sérielles et non pas sur les produits DVD d'*animes*. Pour accéder à ces pages d'évaluation, il est naturellement possible de passer par la banque de données des DVD d'*animes*, ou mêmes des *mangas* ou encore des jeux vidéo, dans la mesure où ceux-ci sont dérivés d'un univers narratif ayant donné lieu à un *anime* ou un *manga*. Mais, il existe aussi une section du site entièrement consacrée au recensement des séries, qu'elles se présentent sous forme de *mangas* ou d'*animes*. Intitulée simplement « *Anime/Manga* », elle s'affiche au côté des autres menus recensant chacun les derniers éléments actifs en date dans chacune des sections du site.

En cliquant sur le lien « *Alle Serien* »[371] au bas de ce menu, on arrive sur une très longue page, subdivisée en plusieurs tableaux regroupant divers types de produits éditoriaux, titres et activités associées recensés sur le portail. Les rubriques déclinent ainsi les « *Serien* » en de multiples produits et activités de fans. Il ressort de cette accumulation de catégories une vision particulièrement englobante de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, avec des ramifications vers une grande diversité de hobbies. Le tableau lui-même ne fait pas la différence entre *animes* et *mangas*, se contentant de lister les titres de séries par ordre alphabétique. Chacun propose un lien menant à une page qui regroupe l'ensemble des contenus publiés sur Animexx.de en relation avec son univers narratif. Aussi bien les diverses incarnations commerciales (*manga* , séries TV, OAV, film d'animation, film live, jeux vidéo, « *goodies* », CD des bandes-sons) que les créations des fans qui s'en inspirent (*dojinshi*, *fanart*, *fanfiction*, photos de *cosplayers*) et leurs discussions sur les divers forums.

Figure 16: Capture d'écran de la page d'accueil pour la série *Ranma*$^{1/2}$ [D-31] sur Animexx.de: http://bit.ly/Tu7TKt (Prise le 29.12.2011 à 22:20).

Les fiches pour les *animes* proposent des informations plutôt sommaires. De fait, la plus grosse part du contenu de ces fiches est générée par les membres d'Animexx.de qui viennent commenter la série en question. Il arrive qu'un membre ouvre le fil en publiant une première évaluation, qui se veut longue et aussi complète que possible, et sert de base à la suite des commentaires. Ceux-ci varient énormément en maîtrise de l'expression écrite et en longueur, allant parfois d'une simple ligne à de très longs messages de plusieurs paragraphe.

Pour nombre de commentateurs, il semble qu'il règne une connivence suffisante au sein de cette communauté pour qu'ils se sentent autorisés à utiliser fréquemment des abbréviations, de multiples « smileys » et autres raccourcis caractéristiques de groupes qui ont l'impression d'être suffisamment sur la même longueur d'onde pour ne pas devoir tout expliquer. Chaque commentaire est signé du pseudonyme sous lequel le membre s'est inscrit sur le site. Il arrive cependant que des membres quittent Animexx.de et suppriment leur profil, mais sans pouvoir

[371] http://animexx.onlinewelten.com/themen/

effacer leurs commentaires. Ceux-ci s'affichent alors avec une indication « *ausgemeldet* » (désinscrit).

5.1.4. Anisearch.de

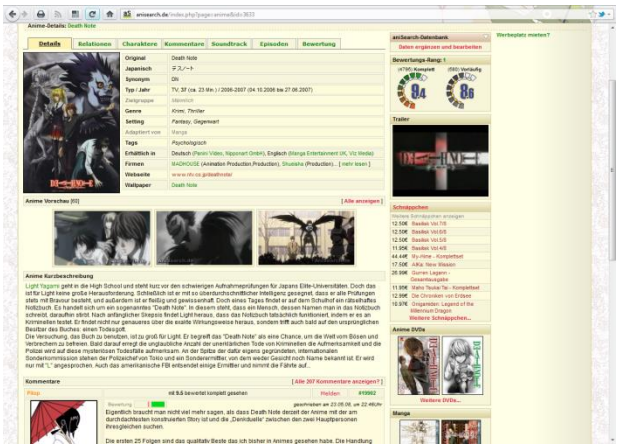
Comme l'indique sa page F.A.Q.[372], Anisearch.de a été créé le 21 janvier 2006, dans l'optique d'offrir une encyclopédie en langue allemande aussi exhaustive que possible des *animes* et *mangas*. Dès ses débuts, elle a été conçue comme un site participatif et un lieu d'échange, existant pour ses membres et en grande partie, par ses membres. L'ensemble de la plate-forme s'organise ainsi comme une communauté en ligne de fans germanophones qui partagent leurs expériences des produits issus de l'industrie japonaise de l'animation et alimentent les banques de données du site. Programmée entièrement en PHP, Anisearch.de se présente comme un portail très complet, mais dans lequel il est assez facile à naviguer. Les activités de la communauté sont aussi divisées en deux grandes catégories : la participation à l'encyclopédie, elle-même subdivisée en deux banques de données, les *animes* et les *mangas*, et la socialisation sur le forum du site et sur le forum d'une communauté associée, intitulée *aniPodium*. Pour naviguer à sa guise dans l'ensemble des banques de données, une section « Suche » offre un moteur de recherche très élaboré, permettant d'orienter son exploration des banques de données en fonction de nombreux paramètres.

Il est à noter que les auteurs du site ne retiennent pour les genres pratiquement que des catégories occidentales ou proposent leurs propres étiquettes, comme la « *Nonsense-Komödie* » ou le « *Fighting-Shonen* ». Le portail, en tant que tel, informe beaucoup sur les activités des membres, en tenant notamment des statistiques à jour de leurs contributions et de leur profil. Des sondages ont aussi été réalisés auprès de la communauté sur des sujets comme la taille des collections de DVD d'*animes* ou de *mangas* des personnes inscrites ou encore sur leurs modes de suivi des *animes*. La page d'accueil du site s'ouvre directement dans la section consacrée au portail et à son fonctionnement. De manière générale, ce sont les contributions multiples des membres de la communauté qui sont mises en évidence, puisque la moitié des sections leur sont consacrées.

---

[372] http://anisearch.de/?page=faq

Figure 17: Capture d'écran de la fiche de *Death Note* [D-24] sur Anisearch.de: http://bit.ly/YTxhy6 (Prise le 29.12.2011 à 22:34).



Lorsque l'on clique sur le titre d'un *anime*, le visiteur est transporté sur une fiche d'information qui se subdivise en plusieurs sous-pages, signalées par des onglets, donnant une impression de richesse et d'exhaustivité. Dans une colonne à droite, se trouve une synthèse graphique de la moyenne des notes définitives et provisoires accordées respectivement par ceux qui l'on vu en entier et par ceux qui sont encore en train de le visionner. Un onglet « *Kommentare* » mène aux commentaires, lesquels sont organisés par défaut par ordre décroissant de notes attribuées par les membres, mais il est possible de changer cet affichage en fonction d'autres critères de classement. Le processus d'évaluation et de critiques des *animes*, sur Anisearch.de, est assez complexe. En effet, le formulaire à remplir pour publier un commentaire demande beaucoup d'informations. Les auteurs de commentaires doivent aussi suivre un certain nombre de règles qui sont spécifiées dans ce formulaire. Enfin, celui-ci offre toutes sortes de possibilités de mise en page, un peu comme dans un document Word, permettant de changer la taille, le style et la couleur des caractères, l'alignement du texte et l'inclusion de petites icônes symbolisant diverses humeurs ainsi que de liens internet. Il en ressort des commentaires souvent très complets, même lorsqu'ils sont courts. En effet, le remplissage des divers champs du formulaire débouche sur une synthèse déjà remarquable d'informations sur l'*anime* en question, même si la personne n'approfondit pas beaucoup dans sa critique. Mais, les critiques-mêmes sont souvent longues, voire très longues dans certains cas. Le langage est généralement assez soigné, mais très souvent entre coupé de « *smileys* » et d'icônes exprimant l'état d'esprit de son auteur. Les raccourcis et le vocabulaire d'initié sont fréquents, ce qui indique que les membres de la communauté ressentent une certaine connivence les uns par rapport aux autres. Ils écrivent clairement pour leurs pairs et non pas pour des non-initiés.

5.2. Description thématique générale des sites de critiques d'*animes* par axes et par corpus

Cette catégorie de site arrive en deuxième position en nombre d'unités de commentaires générées, avec 31 % du total. Comme on pouvait l'imaginer et ainsi que le montre le tableau ci-dessous, les considérations liées aux conceptions de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuelle (sous-catégories x et xx) et à l'accès aux *animes* (sous-catégorie y et yyy) prédominent largement, alors que les sujets liés aux usages du DVD n'apparaissent pratiquement pas dans les commentaires recensés sur ces sites. En effet, comme ils sont consacrés à l'évaluation des *animes* et destinés avant tout à des publics assidûs de ces univers narratifs, les questions relatives à l'audienciation s'en trouvent fortement encouragées. Il s'agit pour des fans de partager avec d'autres fans, déjà initiés ou nouveaux, leur expérience des *animes* et la manière dont ils y ont eu accès. A cet égard, il semble logique que la sous-catégorie xx, concernant la position des *animes* dans un ensemble de diverses incarnations médiatiques d'un même univers narratif, obtiennent le plus haut taux d'occurrences, avec 37 % des unités de commentaires issus de ces sites. Par ailleurs, les questions de traduction revenant fréquemment chez les publics assidus de produits issus d'une industrie étrangère, il n'est pas étonnant non plus de voir que la sous-catégorie yyy recueille 18 % des unités de commentaires. Les modes d'accès aux *animes*, du fait des différences de diffusion et de distribution dans des pays comme la France et l'Allemagne, constitue aussi un sujet de préoccupation des internautes, puisque la sous-catégorie « y » arrive aussi en troisième position avec 18 % d'occurrences, grâce aux commentaires germanophones.

Tableau 13: Récapitulatif des taux d'occurences de chaque axe et sous-catégorie sur les sites de critiques d'*animes*.

Sous-catégories - Axe / Corpus	**FR + D**	**FR**	**D**
x	17%	29%	9%
xx	37%	42%	33%
xxx	6%	4%	7%
Axe X	**60%**	**75%**	**49%**
y	18%	13%	21%
yy	1%	0%	1%
yyy	18%	9%	24%
Axe Y	**37%**	**22%**	**46%**
z	4%	2%	5%
zz	0%	0%	0%
zzz	0%	0%	0%
Axe Z	**3%**	**2%**	**5%**

De manière générale, les internautes des deux corpus affichent leur conscience de la nature plurimédiatique de ces univers narratifs, et semblent se préoccuper beaucoup de cet élément de l'audienciation. Mais, ils divergent sur l'importance à accorder aux questions de conception de l'industrie qui a donné naissance à ces univers narratifs et aux thèmes liés aux modalités d'accès médiatique et linguistique aux *animes*. Alors que les commentaires francophones mettent en avant l'expérience des *animes* et de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel comme principaux thèmes de leurs critiques d'*animes*, les internautes germanophones se concentrent plus sur les questions d'accès médiatique ou linguistique. On retrouve donc ici aussi le hiatus entre les deux corpus sur la question de l'accès à ces séries TV.

5.3. Description des principales modalités de suivi des *animes* sur les sites de critiques d'*animes*

Tableau 14: Liste des thèmes ayant les 3 meilleurs scores au sein des sous-catégories ayant obtenu plus de 10 % d'occurrences sur ces sites.

Sous-catégories / Corpus	**FR**	**D**
x	x-9(T2) :36 % x-8(T1) :29 % x-7(T1) :11 %	--
xx	xx-17(T2) :26 % xx-5(T1) :12 % xx-21(T3) :11 %	xx-17(T2) :55 % xx-21(T3) :13 % xx-16(T1) :11 %
y	y-14(T2):60 % y-7(T1):29 %	y-14(T2) :37 % y-7(T1) :17 % y-15(T4) :13 %
yyy	--	yyy-3(T1) :45 % yyy-10(T2) :20 % yyy-5(T1) :18 %

5.3.1. Modalités de constitution d'audience d'*animes* (axe X)

Dans les deux corpus, les discours recueillis sous l'axe X donnent largement la priorité aux thèmes liées à la sous-catégorie xx, soit les perceptions des stratégies transmédia des acteurs de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, mais elle est particulièrement importante dans les unités de commentaires en français. Les internautes francophones sont aussi beaucoup plus nombreux à afficher leurs conceptions de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel (sous-catégorie x) et donc leur positionnement par rappor à celle-ci.

a. Les conceptions de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel dans le corpus francophone (sous-catégorie x)

L'analyse des unités de commentaires réunis dans cette sous-catégorie montrent une assez large fragmentation des discours, répartis sur l'ensemble des thèmes de celle-ci. De fait, le meilleur score, obtenu par le thème x-9, portant sur les comparaisons entre *animes*, n'est que de 36 % d'occurrences.

Celle-ci se fait beaucoup sur la base de l'identification de ce que l'on pourrait appeler des lignées d'*animes* similaires, à l'instar de Björn qui fait de *Naruto* [FR-1] un *anime* suivant le même filon que *Dragon Ball* : « Je croyais que la recette était éventée depuis que les séries

Dragon Ball avaient exploité le filon jusqu'à la nausée. » (Anime-kun, 15.08.2006). Dans un certain nombre de cas, la comparaison se fait sur la base de critères plus larges, c'est-à-dire avec l'ensemble de l'animation japonais. Ainsi, HanaiSenpai, de son côté, entend distinguer l'humour d'*Ouran High School Host Club* [FR-31] de celui, qu'il juge lourd et grossier, d'autres séries actuelles telles que *Naruto* et *Bleach* :

> Bienvenue au club d'hôtes de l'académie Ouran, antre de l'humour sans limites et sans grossièretés. A l'heure où les shonens, Naruto et Bleach en tête, se vautrent dans un humour gras et faciles, à l'heure où les séries "romantiques" usent et abusent des blagues "coquines" à base de situations équivoques et de "panzu shots", il existe heureusement encore des studios capables de faire preuve d'auto-dérision mais également de rigueur dans l'humour présenté. Après School Rumble, voici Ouran High School Host Club. (23.12.2006, sur Anime-kun)

Sinon, il apparaît que la plupart des unités de commentaires se préoccupent surtout de mettre en avant les particularités de l'industrie japonaise du divertissement.

Cette attitude se manifeste notamment par un certain étalage des connaissances des internautes au sujet de ces *animes* et de leur contexte de production (x-8), notamment des auteurs et studios considérés comme des références. Cet extrait de commentaire de Windspirit, qui s'exprime au sujet de x*XxHolic* [FR-19], illustre assez bien cette volonté : « Après Madhouse et Bee Train Production, CLAMP décide de faire affaire avec Production I.G. » (Animeka, s.d.) D'autres tiennent aussi à démontrer une certaine conscience du contexte socio-culturel japonais ayant donné naissance à la trame et aux thèmes sous-jacents aux *animes* en questions. Ainsi, GohanSSJ souligne la fascination des Japonais pour les robots et les questions de relations homme-machine, dans son évaluation de *Chobits* [FR-20] :

> Une belle histoire, une bonne réflexion sur un thème qui est le rôle des robots dans la société, sujet qui est surtout propre à la société japonaise. En effet, les japonais ont toujours eu une fascination pour les robots (la majorité des robots industriels dans le monde viennent à 75% du Japon) et les ont toujours perçu et conçu dans une perspective anthropomorphique (Animeka, s.d.).

Mais, cette posture apparaît aussi dans le thème x-7, concernant le raccordement des *animes* à des genres spécifiques à cette industrie. Outre un vocabulaire japonisant, permettant d'afficher en plus une connaissance enracinée dans le contexte de production d'origine, ces unités de commentaires abordent ce thème sous l'angle des éléments constitutifs de ces genres, ce qui permet à leurs auteurs d'établir fermement leur statut de connaisseurs. Les propos de

deus ex machina, à propos de la série *Ouran High School Host Club* [FR-31], constituent un bon exemple de cette tendance :

> Les graphismes sont kitchs à souhait. Il repousse les limites du shojo avec par exemple des bâtiments roses à grand renfort de pétales de roses et de couleurs criardes. Il faut bien entendu voir cela au second degré et on ne peut s'empêcher de sourire. Ils utilisent aussi à merveille les visages déformés pour exprimer les sentiments des personnages. Et je dois dire que c'est réussi, on ne peut que rire en voyant leurs expressions. (Anime-kun, 11.05.2008).

b. Les perceptions des stratégies transmédia dans le corpus francophone

Les unités de commentaires issues de la sous-catégorie xx, portant sur les perceptions des stratégies plurimédiatiques de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, sont également réparties sur plusieurs thèmes. Le meilleur score obtenu, par le thème xx-17, concernant la reconnaissance de la nature plurimédiatique des univers narratifs en question, n'est ainsi que de 26 % d'occurrences. Ce thème se manifeste le plus souvent dans des commentaires postulant l'*anime* comme une simple version dérivée d'une œuvre originale, généralement un *manga*, mais qui peut aussi être un jeu vidéo, comme c'est le cas de *Pokémon*, ainsi que le rappelle AngelMJ dans son commentaire sur *Pokémon Advanced* [FR-8]: « Pour commencer, il est important de rappeller que Pokémon, c'est avant tout un jeu vidéo. Cette série est donc un produit dérivé, donc pas vraiment une oeuvre nouvelle mais une série qui suit les codes d'un jeu. » (Anime-kun, 14.11.2005) Certains expriment cependant une certaine réticence vis-à-vis de ces stratégies transmédia, à l'instar de Suteki dans sa critique de *Naruto* [FR-1] :

> Peut-on lui reprocher d'être tellement décliné en goodies de tout genre, notamment en figurines et autres accessoires, qu'il en soit devenu une machine à fric ? Je ne pense pas, allez me trouver un *anime* qui ne soit pas encore victime du marketing ... Naruto l'est juste un peu plus que les autres (Anime-kun, 03.06.2009).

Cette position de simple produit dérivé est plus particulièrement mise en avant par les unités de commentaires regroupés dans le thème xx-5, faisant de l'*anime* un dérivé du *manga*. Celles-ci se préoccupent essentiellement de la capacité des studios à transposer fidèlement le *manga* en séries animées, comme l'illustrent les propos d'Av@tar sur *Larme Ultime* [FR-26]:

> Un animé fidèlement adapté, mis à part quelques scènes à caractère sexuel censurées - rappelons que Saikano a été publié dans un magazine pour adultes, avec d'autres seinens - dont l'avant dernière scène (les connaisseurs comprendront). Quelques vagues dissemblances à noter, mais il fallait

> condenser les 7 volumes en 13 épisodes sans pour autant obtenir un rythme frénétique: des raccourcis qui se comprennent aisément. Seul bémol (personnel): des morceaux de guitare électrique accompagnat des scènes poignantes, là où un délicat morceau de violon ou autre aurait été plus adapté, ce qui vient gâcher une bien belle BO. (Anime-kun, 08.03.2005).

Le thème xx-21, qui remporte le troisième score, exprime une posture divergente, puisqu'il regroupe des unités de commentaires soulignant l'importance de la complémentarité entre les versions constituant l'ensemble transmédia. De manière générale, les internautes qui abordent ce sujet attendent que chacune d'entre elles contribue à la richesse narratologique et sensorielle de ces univers narratifs, comme l'illustre bien cet extrait de commentaire de HanaiSenpai à propos de *Ghost in the Shell - Stand Alone Complex* [FR-21] :

> La série aborde bien sûr le thème clé de Ghost in the Shell, à savoir la disparition progressive de l'humanité organique au profit d'une nouvelle forme de vie, à la fois réelle et virtuelle, organique et robotique. L'un des fils rouges est d'ailleurs l'évolution des tachikomas, ces étranges robots-tanks qui vont petit à petit prendre conscience de leur existence en tant que forme de vie, de leur "conscience" multiple et individuelle. Cela semble compliqué, et ça l'est, mais là où le film ne disposait que de 1h30 pour nous guider (au risque de nous perdre), la série prend le temps de ses 26 épisodes pour nous l'expliquer (Anime-kun, 24.01.2006).

c. Les perceptions des stratégies transmédia dans le corpus germanophone (sous-catégorie xx)

Dans le corpus germanophone, seule la sous-catégorie xx, portant sur les perceptions des stratégies plurimédia de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel obtient un minimum de 10 % d'occurrences. Mais, tout comme dans le corpus francophone, cette sous-catégorie est aussi la plus fréquente et le thème xx-17, concernant la nature plurimédiatique de ces univers narratifs, obtient le meilleur score.

Il apparaît ici que, contrairement au corpus francophone, les unités de commentaires de cette sous-catégorie sont moins dispersées, puisque plus de la moitié se retrouvent dans ce thème. Celui-ci se manifeste essentiellement dans des commentaires soulignant le fait que l'*anime* n'est vraiment qu'une version parmi tant d'autres, à l'instar de DevilsPlaything qui indique que *Neon Genesis Evangelion* [D-27] ne se décline pas seulement en une série et trois films qui la concluent, mais également en quatre nouveaux films ainsi qu'un film en prise de vue réelle en préparation :

> Wie sehr "NGE" eingeschlagen hat, sehen wir nicht nur an den beiden anschließenden Kinofilmen Neon Genesis Evangelion:Death And Rebirth und dem Finale des Meisterwerkes Neon Genesis Evangelion:The End Of Evangelion, sondern auch an die Vier (!!!) neuen Kinofilme, die unter „Rebuild Of Evangelion" zusammengefasst sind. Der erste Film Rebuild Of Evangelion:1.0 (You Are Not Alone) ist bereits erschienen. Insgesamt soll einer der Streifen die Geschehnisse vor der Serie aufgreifen, Zwei Filme während der Serie spielen und der letzte die Geschichte sogar noch weiter spinnen. Ich kann`s jedenfalls kaum erwarten, die „Rebuild"-Reihe endlich zu sehen. Zudem ist noch ein Live-Action-Movie geplant, welches sich bereits in der Vorproduktion befinden soll. Verantwortlich hierfür ist kein Geringerer als Peter Jackson, der schon "Der Herr der Ringe" auf die Leinwand zauberte. (Anisearch.de, 02.02.2008)

Le thème xx-21, concernant la complémentarité entre version, obtient 13 % des unités de commentaires et se manifeste selon des termes similaires au corpus francophone. En effet, la plupart des propos l'abordant exigent que chaque version contribue, en fonction d'apports propres à son secteur, à l'enrichissement de l'univers narratif. Ainsi, aktest estime qu'il ne vaut pas la peine de visionner les OAV de *One Piece* [D-13] supposés compléter une série TV alignant déjà plus de 600 épisodes, si elle ne lui apporte rien de nouveau : « Ach ja, die OVA's sind auch Mist. Nicht dass ich diese gesehen habe sondern weil sie absolut sinnlos sind bei einer Serie mit 600 Episoden! » (Anisearch.de, 11.04.2010) Il apparaît aussi dans des propos faisant état d'un désir de collectionner l'ensemble des versions médiatiques d'un récit, afin de pouvoir vraiment en faire le tour. Ainsi, pour Niru, il est essentiel de recueillir aussi bien la série que les films d'animation afin d'avoir l'ensemble de l'univers narratif de *Cardcaptor Sakura* [D-26], sinon, il manque des parties importantes du récit : « -Die beiden Filme sind sehr gelungene Ergänzungen zur Serie und gerade der Zweite sollte auf jeden Fall nach der Serie geschaut werden, da er den chronologischen Abschluss darstellt. Auch der erste Film ist sehenswert und spielt chronologisch etwa nach Folge 35. » (Anisearch.de, 19.04.2009)

Enfin, 11 % des unités de commentaires replacent l'*anime* par rapport à ce qu'ils estiment être la version d'origine de l'univers narratif, à savoir le *manga* (xx-16). Tout comme dans le corpus francophone, un certain nombre d'internautes évalue l'*anime* en fonction de ce qu'ils considèrent non seulement comme l'œuvre dont est dérivé l'*anime*, mais aussi comme le point de départ de l'ensemble narratif, et donc comme sa référence. Ainsi que le reflètent les propos de MakoChan à propos de *Cardcaptor Sakura* [D-26], l'*anime* doit rester aussi fidèle que possible à l'œuvre originale : « die zeichnungen im manga sind auch traumhaft und einfach wunderwunderschön, und das ganze wurde - meiner meinung nach - sehr gut in den anime gebracht :) » (Animexx.de, 18.02.2003)

5.3.2. Modalités de réception socio-technique des *animes* (axe Y)

Comme dans d'autres catégories de site, les internautes germanophones sont plus préoccupés des questions d'accès que les internautes francophones. Ainsi, les questions de traductions (sous-catégorie yyy) y sont relativement peu mentionnées, alors que du côté germanophone, il s'agit du deuxième meilleur score après la sous-catégorie xx. Par contre, les mêmes thèmes, concernant les questions d'accès technique et commercial aux *animes* (sous-catégorie y), sont évoqués dans les deux corpus, posant l'importance des dispositifs vidéographiques et de la diffusion télévisuelle nationale dans leur expérience des *animes*.

a. Les considérations d'accès technique et commercial dans les commentaires francophones (sous-catégorie y)

La question des dispositifs vidéographiques (y-14) prédomine largement les discours regroupés dans cette sous-catégorie et s'exprime essentiellement au travers de propos concernant des pratiques centrées sur ces outils. De manière générale, il apparaît que les supports vidéographiques sont vus comme un moyen de recueillir les épisodes d'un *anime* hors du contrôle institutionnel afin de pouvoir en disposer à sa guise. Dans le cas de psichic, il s'agit même plus que de simples collections, puisque cet extrait de commentaire parle d' « animethèque », c'est-à-dire de collections entièrement consacrées aux *animes* comme produits culturels spécifiques :

> Evangelion est l'anime qui vous plaira, qui remontera à la surface de votre animethèque...Car c'est une série cultissime qui mérite son titre (en tout cas pour moi). […] - Dernier point : je pense que pour vraiment comprendre, ou du moins pour comprendre la totalité de subtilités de cet anime, un second visionnage est presque obligatoire (Anime-kun, 05.03.2007, à propos de Neon Genesis Evangelion [FR-5]).

Sont aussi évoqués le visionnement en différé d'*animes* ayant déjà passé à la télévision, le visionnement suivi d'épisodes ou à un rythme personnalisé, ainsi que le visionnement multiple. Ce dernier revient fréquemment, que ce soit pour mieux comprendre un récit complexe ou pour renouveler le plaisir de s'y plonger, comme l'illustre cet extrait de commentaire de Cloud93 sur *Cowboy Bebop* [FR-44] : « Cowboy est un anime culte de ma collection et je prends toujours du plaisir à le regarder à nouveau. » (Anime-kun, 16.06.2009) Une bonne partie des unités de commentaires ne mentionnent pas précisémment le type de support vidéographique, mais laissent supposer une assez grande palette d'outils, allant de

l'ordinateur (usage de DVD, VCD ou de fichiers téléchargés) au bon vieux lecteur de cassette vidéo VHS raccordé à un poste de télévision.

Par ailleurs, les propos des internautes sur ces sites accordent une certaine importance à la diffusion télévisuelle nationale dans leur expérience de ces *animes*. Il apparaît essentiellement dans des propos faisant de cette diffusion le premier point d'accès aux *animes*, à l'instar de Stephyhp, qui a d'abord découvert *Neon Genesis Evangelion* [FR-5] à la télévision : « D'abord, on tombe sur le premier épisode sur Ab1, puis on matte le deuxième par curiosité, puis on les matte tous car elle est trop bien cette série ! » (Anime-kun, 08.03.2005) Pour un internaute comme GIROT, elle a aussi été un moyen d'apprendre à connaître un peu plus la richesse de ces univers narratifs : « Quelle surprise fut à l'époque la découverte d'une seconde série avec Albator comme héros principal. Je ne crois pas que cela s'était déjà produit dans un animé en France. » (Animeka, s.d., à propos d'*Albator 84*, [FR-16])

b. Les considérations d'accès technique et commercial dans les commentaires germanophones (sous-catégorie y)

Dans la sous-catégorie "y" du corpus germanophone, les unités de commentaires sont plus dispersées entre les divers thèmes qui la constituent que celles du corpus francophone. Ainsi, le thème y-14, portant sur les divers dispositifs vidéographiques, qui arrive en tête, n'obtient que 37 % des occurrences. Celui-ci se manifeste souvent dans des propos concernant l'usage du téléchargement à partir du Web, à l'instar notamment de HeavyarmsC, qui annonce qu'il utilise ce dispositif régulièrement pour suivre des *animes*, dont *Dragon Ball Z* [D-9] : « Die erste Staffel hatte ich schon unzälige male gesehen und da durfte DBZ ja natürlich nicht fehlen. Wie gesagt Anfangs mochte ich ihn sehr, bis ich im Internet auf sehr sehr sehr viel bessere Anime gestoßen bin. » (Anisearch.de, 13.06.2007) Une des principales raisons de l'usage de ces moyens illégaux apparaît dans des extraits de commentaire portant sur l'indisponibilité de versions originales et non-éditées des *animes* en question en Allemagne. Ainsi Broculi considère Internet comme une source d'accès alternative à l'*anime One Piece* [D-13] : « Ach, wie kann ich mich noch daran erinnern, wie oft ich die Serie bis zum Ende vom Skypea Arc gesehen habe ...Naja, die Zeit ist voran geschritten - das Internet war so freundlich und bot mir diese Serie ein erneutes Mal an, diesmal ungeschnitten und im Original x). » (Anisearch.de, 03.04.2010) Pour quelques-uns, il s'agit explicitement de collectionner l'entier d'un *anime*, sous forme de fichiers électroniques obtenus sur le Web, à l'instar de Yasou à propos de *Ranma*$^{1/2}$ [D-31], qui cherche à obtenir l'intégralité de cette série dans des versions

linguistiques peu disponibles en Allemagne, à savoir des versions originales sous-titrées en anglais : « Ich hab mir die Komplette Serie auf jap. mir EngSUB angesehen […](Tip: Eine von Fans ins Englische übersetzte Mangaversion gibts im Netz). » (Anisearch.de, 06.09.2007)

Sinon, comme dans le corpus francophone, la question du recours à la technologie vidéographique renvoie à des pratiques nécessitant spécifiquement de tels dispositifs, tels que le visionnement multiple et la collection d'*animes*, si possibles en version originale. Mais, ils peuvent aussi donner l'occasion de combler certaines lacunes de la diffusion télévisuelle. Ainsi que le montre l'exemple de Sh4dowL1ght, le DVD lui a permis d'expérimenter la série *Ranma*[1/2] [D-31] dans son intégralité, alors que sa version télévisuelle était incomplète et censurée : « Leider ist das was mir von der TV Version bekannt ist dermassen dumm geschnitten das es einiges vom Charme der Serie raubt ! (DVD Version 71 % und für die TV Version leider nur 62 % vorläufige Bewertung (nur noch für Fans)). » (Anisearch.de, 17.11.2006) Pour d'autres, comme Stillgrey, la vidéo permet de regarder les épisodes qu'il a ratés lors de leur diffusion télévisuelle, peu publicisée et apparememnt, connue surtout des amateurs de l'époque :

> Evangelion lief ja schon im deutschen Fernsehen, da war Anime immer noch eine Randgruppesache in Deutschland. Ich bin auf VOX über ihn gestolpert und hatte das glück (pech) die letzten beiden Episoden zu sehen. […] Erst Jahre später hab ich mich an "Neon Genesis Evangelion" ran getraut, die letzte Episode war immer noch im Hinterkopf verborgen und schrie, dass ich es lassen sollte (Anisearch.de, 04.01.2009, à propos de *Neon Genesis Evangelion* [D-27]).

Dans tous ces cas, les dispositifs vidéographiques constituent généralement le second point d'accès aux *animes*, après une expérience télévisuelle plus ou moins complète et satisfaisante.

En effet, comme le montrent nombre d'unités de commentaires regroupées sous le thème y-7, concernant la diffusion d'*animes* sur les chaînes du pays dont sont issus ces internautes, celle-ci a souvent constitué leur première exposition aux *animes* en question, voire au monde des *animes* en général. Certains commentaires soulignent ainsi la manière dont ces *animes*, diffusés chaque semaine à la télévision, les ont accompagnés pendant des années, parfois près d'une décennie, comme aktest, à propos de *One Piece* [d-13] : « Ich will endlich mit "One Piece" abschließen, da ich diese Serie fast vor 10 Jahren angefangen habe zu sehen und das Ende ist immer noch nicht in Sicht. » (Anisearch.de, 11.04.2010)

De fait, ils sont nombreux à considérer qu'une telle diffusion constitue une étape importante de la vie d'un *anime* importé en Europe pour la création d'un public de ces séries et soulignent à quel point aussi des séries comme *Pokémon* [D-8] peuvent attirer de nouvelles audiences d'importance pour les chaînes qui décident de les programmer, ainsi que le remarque Marcel Winatschek : « Auch die Anime-Serie lief sehr erfolgreich im deutschen Fernsehen und brachte dem Sender RTL II ab und an sogar eine Quote von 80 % Marktanteil. » (Animexx.de, s.d.)

La centralité de la diffusion télévisuelle dans la manière dont les internautes sur ces sites expérimentent les *animes* apparaît aussi dans les propos regroupés sous le thème y-15, portant sur la question de la transition entre le contexte original de commercialisation au Japon et le marché d'importation. De manière générale, les commentaires où il apparaît abordent essentiellement les politiques d'adaptation et de diffusion des chaînes de télévision allemande. En effet, nombre d'internautes dénoncent ce qu'ils considèrent comme des trahisons de la part de ces dernières, lorsqu'elles ont transformé des *animes* destinés originellement à des adolescents en séries animées pour des enfants correspondant à la tranche d'âge généralement associée avec ce type de programme, soit les 7-12 ans. AneNamida résume assez bien cette problématique dans un commentaire reprochant à la chaîne ayant initialement acheté les droits de *Dragon Ball Z* [D-9] d'avoir censuré la plupart des scènes un peu violentes et de ne pas se rendre compte que les enfants d'aujourd'hui regardent dès l'âge de 5 ans des films aussi effrayants que *Le Silence des Agneaux* : « zum deutschen anime: was soll der scheiß?is zwar so nit schlecht gezeichnet,aber wo bleibt das gewisse feeling?müssen die alles zenzieren?die kids von heute sehen sich doch schon mit fünf das schweigen der lämmer an. » (Animexx.de, 28.12.2006)

c. Les considérations d'accès linguistique aux animes dans les commentaires germanophones (sous-catégorie yyy)

La première thématique, concernant l'évaluation des doublages traduits, prédomine largement dans les unités de commentaires regroupées sous cette sous-catégorie. La majeure partie de ces propos sont assez généraux (yyy-3) et se manifestent essentiellement sous forme de comparaison avec la version originale, résultant généralement dans un constat négatif pour le travail des doubleurs allemands, accusés de dénaturer les personnages qu'ils incarnent. Nirusu estime, à propos de *xXxholic* [D-18], que non seulement les personnages sont ridiculisés, mais aussi que l'interprétation générale est totalement fausse : « Was die Synchro betrifft ist es auch

hier wieder ratsam auf die wiedermall verdammt gute japanische Version zurückzugreifen, da die deutsche doch ziemlich durch extrem falsch ausgesprochene Namen und teils durch die absoluten Fehlbesetzungen(zb für Yuuko) vermiest wird. » (Anisearch.de, 27.10.2008) Les versions allemandes sont aussi fréquemment comparées à des doublages traduits dans d'autres langues et dans ce cas, les préférences vont aux premières, comme l'illustre cet extrait de commentaires anonymes au sujet de *Cardcaptor Sakura* [D-26], qui estime que la version américaine est bien pire :

> Trotzdem, ich finde die Übersetzungen sind nicht schlecht("Das Mädchen braucht Hilfe."*kicher*) und wer die amerikanische Fassung mit Madison und Co. kennt, DER weiss wie eine richtig schlimme Synchro aussieht, *schauder*. Aber leider klingen auch in der dt. Fassung die Charaktere viiiiiiel zu alt und nicht-kawaii *snif* (Animexx.de, 27.02.2003).

Plus spécifiquement, l'évaluation des voix allemandes (yyy-5) se fait généralement sur la base d'une comparaison avec la version originale, permettant d'établir une appréciation de l'adéquation entre les voix proposées et les personnages tels qu'ils apparaissent aux internautes. Le plus souvent, l'évaluation est négative et le mauvais choix des voix est décrit comme une forme d'incompréhension des personnages par les studios de doublage, à l'instar de ce que dit Irie, à propos du doublage de *Naruto* [D-29] :

> Eine miese Synchronisation die meistens sogar falsch besetzt ist. Sasuke betont viel zu viel während Naruto ohne Gefühle spricht. Positiv ist die Syhnchrobesetzung von Sakura, trotzdem sind die meisten besetzungen ein Schuss in den Ofen. Für alle Itachi Fans wie ich es einer bin, kann beruhigt sein das die erste Stimme von ihm nicht weiterhin genommen wurde. Aber ob jedem die neue gefällt ist fraglich (Animexx.de, 26.06.2007).

Au vu des évaluations négatives des versions doublées, il n'est pas si étonnant que le thème yyy-10, recommandant la version originale sous-titrée, se retrouve dans 20 % des unités de commentaires. Celles-ci sont essentiellement justifiées par l'exigence d'une expérience de réception complète et fidèle à l'original. Il s'agit en effet d'une part, à l'instar de X Johnny X, à propos de *One Piece* [D-13], d'avoir accès à des versions intégrales et non-censurées de ces *animes* : « Ich pesönlich werde die Serie auf jeden Fall weiterverfolgenden(diesmal auf japanisch, denn da ist nichts zensiert), denn ich habe über die weiteren Folgen nur gutes gehört. » (Anisearch.de, 07.06.2009) D'autre part, le but est de pouvoir apprécier des éléments de récits intraduisibles, tels que l'humour ou les jeux de mots, comme l'explique Koritsu, à propos de la comédie *Ouran High School Host Club* [D-33] : « Die japanische Fassung mit Untertiteln ist einfach genial, von der deutschen Synchro allerdings würde ich abraten da

dadurch ein großer Teil des Humors verloren geht und die Synchro an sich ist leider auch unteres Niveau. » (Anisearch.de, 17.03.2008)

5.3.4. Les publics sur les sites de critiques d'*animes*

Les discours des internautes fréquentant les sites de critiques d'*animes* dessinent aussi une assez large palette d'attitudes, même s'ils émergent aussi quelques grands traits communs aux deux corpus, et ce malgré la ligne de fracture qui recoupe également la différence dans l'importance accordée aux questions d'accès aux *animes*, soit l'axe Y, quantitativement plus fréquent dans les unités de commentaires en allemand.

Même si la question de l'accès aux *animes* est beaucoup moins souvent évoquée dans le corpus francophone sur ces sites de critiques d'*animes*, et avec moins de détails que dans le corpus germanophone, il n'en reste pas moins que les discours font ressortir quelques thèmes communs ainsi que des attitudes similaires vis-à-vis de l'utilisation des dispositifs vidéographiques dans le suivi des *animes*. Parmi ceux-ci, il émerge des formes de vidéophilie qui reprennent des pratiques déjà anciennes comme le choix du moment de visionnement, sa répétition et le contrôle du rythme de suivi des *animes*, certains étant considérés comme se prêtant particulièrement bien à ce genre d'exercice, puisqu'ils sont très courts. De fait, aussi bien pour les amateurs francophones que germanophones, le recours aux dispositifs vidéographiques vise essentiellement à échapper aux contraintes télévisuelles, voire à combler des lacunes de sa diffusion. En effet, dans les deux corpus, la télévision continue de jouer un rôle central dans l'expérience des *animes* et les produits vidéo restent des étapes ultérieures de la vie éditoriale d'une série TV, y compris d'un *anime*. Par contre, alors que chez les francophones, le téléchargement sert essentiellement à découvrir des séries qui ne sont pas diffusées à la télévision, chez les germanophones, il permet aussi de collecter des titres qui n'ont pas été distribués sur le marché allemand.

De plus, même si les internautes francophones évoquent parfois des questions liées aux politiques de traduction des *animes*, les unités de commentaires y faisant référence n'atteignent même pas 10 % du corpus, alors que chez les geramnophones, elles en constituent 24 %. C’est en partie dû au fait que très souvent, même en vidéo, seuls les doublages allemands sont disponibles, ce qui pousse les internautes germaniques de ces sites Web à se tourner vers d'autres « éditions » le plus souvent non-officielles et illégales. De fait, ces derniers ont souvent l'impression d'être négligés au profit d'un plus large public, conçu comme peu réceptif à l'idée d'une expérience inter-culturelle, notamment pour des séries à très grands succès

internationaux comme *Naruto* ou *Pokémon*. Mais, il s'exprime aussi d'autres attitudes, peut-être moins à cheval sur l'exigence d'une expérience "authentique" et "fidèle" à l'œuvre originale, qui mettent en avant un plaisir d'expérimenter un *anime* en diverses langues.

Il apparaît qu'aussi bien le processus d'audienciation, très axé sur une forme d'immersion dans un univers sérialisé, que les modalités d'accès aux *animes* s'organisent autours de deux points d'accès centraux. Pour ces amateurs d'univers narratifs issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, le *manga* constitue le cœur d'une expérience narratologique et plurimédiatique, dont l'*anime* n'est qu'une version parmi d'autres et dont le principal point de départ se trouve être la télévision, et ce même pour ceux qui n'ont pas bénéficié d'une diffusion sur une chaîne des pays dont sont issus ces internautes. Bien qu'ils aient tendance à aborder ces produits dans un sens linéaire, surtout les francophones, le *manga* et la télévision constituant deux points d'appui principaux, il se dégage aussi de ces discours une sorte d'acceptation du fait que, désormais, tous ces contenus se déclinent en de multiples formes et sur divers canaux de diffusion ou de transmission et supports de distribution. Ces internautes naviguent donc entre diverses contraintes culturelles, commerciales et techniques afin d'arriver à vivre une expérience qui corresponde au mieux à leurs attentes et à leur porte-monnaie. Il semble donc que les publics sur les sites de critique d'*anime* aussi bien germanophones que francophones se distinguent par des pratiques de vidéophiles pluritechnologiques, mais mis au service d'une forme de cinéphilie transmédia appliquée à des séries.

6. Sites de critiques de DVD

6.1. Description du contexte communicationnel des sites Web de critiques de DVD

6.1.1. DVDCritiques.com

DVDCritiques est un site associatif à but non lucratif proposant des actualités du monde de l'édition vidéo, notamment le DVD, mais aussi les jeux vidéo ainsi que le cinéma et la musique de film. Il est essentiellement alimenté par une équipe éditoriale de volontaires qui proposent des articles, analyses et évaluations. Un forum permettant aux lecteurs fidèles de discuter de leurs propres expériences est associé à ce site, mais seulement indirectement, puisqu'il a été

conçu par une association distincte de l'équipe derrière DVDCritiques. Le site est donc construit comme une grande banque de données, recensant des entrées comprenant des évaluations et des critiques. Il s'adresse essentiellement à des usagers avisés de technologies, amateurs d'expériences audiovisuelles de qualité comme peut l'offrir le dispositif du cinéma domestique, d'informatique et de consoles de jeux vidéo. Le contenu se subdivise ainsi entre formats, « HD », comprenant les contenus tests blu-ray et HD-DVD, des technologies de livraisons avec le « DVD », et les divers types de programmes audiovisuels que l'on peut enregistrer sur cette technologie de livraison, un univers médiatique, avec le « Cinéma », comprenant aussi des critiques de musiques de films, des produits éditoriaux comme les « Jeux vidéo », déclinés dans toutes leurs marques (Xbox, Playstation, Wii, etc.) et contextes techniques (PC), et des dispositifs techniques, avec les analyses de « Matériel ». Le site propose également une section plus journalistique, avec des articles d'actualité (« News ») et plus communautaire, avec le « Forum » et les « Concours ». Les productions occidentales, notamment américaines, semblent dominer les banques de données de ce site. En effet, ni sur la page d'accueil, ni sur les pages principales des autres sections n'apparaissent la moindre mention aux produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel. Même les pages principales des subdivisions des sections HD ou DVD n'en mentionnent aucune, ce qui confirme que sur ce site, les *animes* ne constituent qu'un domaine de niche.

Figure 18: Capture d'écran du 1er coffret Premium de *Cat's Eye* [FR-11] sur DVDCritiques.com : http://bit.ly/VLujol (Prise le 29.12.2011 à 22:44).

De fait, pour les trouver, il vaut donc mieux entrer un titre dans le moteur de recherche. Les résultats s'affichent en listes sur une page intermédiaire, avec des liens vers les produits associés. Les *animes* se trouvent tous dans la section DVD. En cliquant sur le texte résumant le contenu de l'article, on atterit alors sur une fiche d'information et d'évaluation du DVD d'*anime*. Celles-ci se veulent exhaustives et didactiques, avec de nombreuses illustrations sous forme de captures d'écran, permettant de visualiser les descriptions des divers aspects de ces éditions DVD. Les critiques se focalisent essentiellement sur ce que le DVD peut apporter de particulier, comme les diveres bandes audio et sous-titres, la qualité et le format du son et des

images, le confort de navigation et les contenus additionnels. De manière générale, ces fiches s'adressent à des gens qui prêtent une grande attention à la manière dont l'éditeur DVD traite le matériel audiovisuel du contenu ainsi que le soin qu'il met à proposer une présentation agréable et cohérente.

6.1.2. Excessif.com

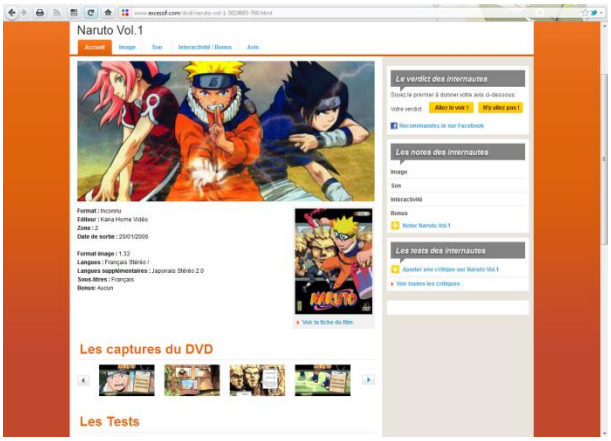
Comme l'indique la page des conditions générales d'utilisation[373], Excessif, devenu TF1 News au début 2012, est un site d'information consacré à l'actualité du cinéma, des séries télévisées, des DVD et des jeux vidéo, lancé par la société e-TF1[374], la filière Internet du groupe TF1. Le site se présente donc comme un magazine en ligne, proposant des contenus que les lecteurs inscrits peuvent commenter ou discuter dans un forum séparé. Malgré la possibilité offerte aux inscrits de réagir aux articles ou de discuter entre eux sur le forum, l'accent du site reste sur une communication en direction des lecteurs. Il ratisse large, cherchant à attirer au moins trois types de public plutôt généraliste : les téléspectateurs, les adeptes du cinéma populaire et les amateurs de jeux vidéo. Les amateurs d'*animes* ne sont qu'un public de niche parmi d'autres, à qui on donne des informations aussi fraîches et factuelles que possible.

En tant que magazine en ligne, Excessif est organisé autour de rubriques, dont la page d'accueil affiche les nouveautés. Cette dernière propose un contenu très visuel (photos et vidéos) proposant des « unes » dans les quatres rubriques autour desquelles le contenu du site est organisé. Comme pour les autres sites, il est donc possible de naviguer dans le contenu soit en passant par les onglets de chaque rubrique et leurs sous-onglets (menus déroulant s'affichant lorsque l'on passe la souris dessus), ou par mots-clés à entrer dans le moteur de recherche qui s'affiche au sommet de chaque page. Cette dernière méthode est la plus indiquée pour qui veut trouver des évaluations d'*animes* ou même de DVD d'*animes*, dans la mesure où aucune référence aux univers narratifs de l'animation japonaise n'apparaît dans les contenus affichés sur la page d'accueil ou même sur la page principale de la rubrique « Série TV ».

---

[373] http://www.excessif.com/mentions-legales/cgu/ devenue http://www.tf1.fr/conditions-generales-utilisation/ depuis le 9 avril 2012.
[374] http://www.groupe-tf1.fr/le-groupe/organisation-groupe/filiales/e-tf1-6239012-843.html

Figure 19: Capture d'écran du 1er volume DVD de *Naruto* [FR-1] sur Excessif.com : http://bit.ly/Vo15Qy (Prise le 29.12.2011 à 22:50). Depuis avril 2012, la présentation a changé.



En utilisant cette méthode, si la série est répertoriée dans les banques de données d'Excessif, on arrive alors sur une fiche proposant plusieurs types d'information. La page de défaut affiche généralement quelques captures d'écran permettant d'identifier la série et un résumé. Il est ensuite possible de sélectionner entre plusieurs onglets: « Magazine », qui renvoie vers des articles rédigés sur les diverses incarnations de l'univers narratif en question, « DVD », listant les évaluations des éditions DVD, « *Casting* », fournissant des données de base sur les éditeurs, les réalisateurs et les acteurs, et « Avis », dans lequel peuvent apparaître les commentaires des inscrits. Pour ce qui est des *animes*, ces derniers sont très rares, ce qui renforce l'impression que l'animation japonaise ne constitue qu'un monde minoritaire sur ce site, dominé par les productions occidentales, notamment américianes et françaises.

Les fiches concernant spécifiquement les éditions DVD proposent des informations articulées autour de deux axes : un aspect technique, avec des tests de son et d'image, et éditorial, avec la question des « Bonus » et de l'interactivité, c'est-à-dire, de l'interface. La page qui s'affiche par défaut propose ainsi des informations de base sur le DVD, comme le nom de l'éditeur, la date de sortie, la zone, le format de l'image, les langues audio, les langues de sous-titres, le nombre de couches et la présence de contenus additionnels. Chaque élément de critique est noté à l'aide d'étoiles, puis la critique est élaborée dans des textes plus ou moins détaillés, souvent illustrés de captures d'écran. Les évaluations se veulent généralement assez neutres et basées sur des éléments techniques.

6.1.3. DigitalDVD.de

Digital DVD[375] se présente comme un magazine d'information sur les éditions DVD et blu-ray en Allemagne ainsi que sur les productions audiovisuelles en général. Fondé en 2001[376],

[375] http://www.digitalvd.de/content/PRESSEM1.html
[376] https://www.facebook.com/digitalvd?sk=info

par Patrick Fiekers, passionné de cinéma et de télévision, l'ambition de ce portail est de recenser et d'évaluer l'ensemble des titres sortant en support vidéo digital en langue allemande. Il propose également des partenariats avec d'autres entreprises en ligne qui offrent des services en tous genres, comme la location de DVD ou même de la vidéo à la demande. Il s'adresse ainsi à des internautes qui cherchent une information sur les productions médiatiques qui allient des préoccupations aussi bien narratologiques et esthétiques que technologiques. Il s'agit de personnes qui combinent une certaine culture audiovisuelle avec un intérêt pour la technologie, dans l'optique de s'aménager les meilleures conditions techniques de visionnement possible. Mais, si l'information à ce public constitue la principale activité des éditeurs de Digital DVD, ceux-ci ont aussi mis en œuvre des outils permettant de favoriser la constitution d'une communauté ou du moins d'une ambiance communautaire grâce à la possibilité offerte aux membres de soumettre des critiques de DVD et d'échanger dans un forum associé. Le site s'articule autour de deux grands types d'information : d'une part, la critique du matériel de visionnement, aussi bien les technologies de livraison que sont le DVD ou le blu-ray que les dispositifs techniques associés, comme les lecteurs, les écrans et les enceintes audio, et d'autre part, l'analyse des œuvres et du contexte de leurs créations (producteurs, réalisateurs, acteurs, etc.). La page d'accueil se présente comme un condensé de tout ce que l'on peut trouver sur ce portail, avec notamment de multiples barres de menus, en haut ou sur le côté, et une avalanche de nouveautés et d'actualités classées par rubriques, qui lui donnent une apparence de surabondance étalée pêle-mêle. Une certaine redondance dans les menus et notamment les moteurs de recherche assure que l'usager trouvera toujours un moyen de quitter la section dans laquelle il se trouve pour passer dans une autre. Par contre, cette complexité rend difficile une vue d'ensemble du site. Néanmoins, la mise en évidence des sections « DVD », « HD-DVD », « Blu-Ray » et « UMD-Video », ainsi que les références permanentes aux produits éditoriaux plutôt que simplement aux univers narratifs, soulignent l'importance que le site accorde réellement aux diverses technologies de livraison digitales et à leurs caractéristiques.

Si de manière générale, les productions américaines et européennes dominent le catalogue, il arrive que des *animes* ou des films d'animation japonaise apparaissent dans les sélections de la page d'accueil. Par ailleurs, dans les cadres regroupant les réalisateurs et les acteurs les plus cotés, les Japonais et les Chinois sont mentionnés en bonne place, même s'il ne s'agit pas forcément d'*animes*, mais plutôt de films en prise de vue réelle. Dans le cadre comprenant ce que le site désigne par l'expression « DVD Rubriken », on trouve des catégories « *Anime* »,

« *Manga* / *Anime* », « *Animation* » et « *Zeichentrick* ». On y constate une certaine confusion autour de ce qui constitue de l'animation et notamment, un *anime*, ce qui pousse les auteurs du site à préciser que ces produits sont liés à des *mangas*, puisqu'il n'y a aucune fiche concernant les *mangas* per se sur ce site.

Figure 20: Capture d'écran de la fiche pour le 1er coffret de *Princess Princess* [D-40] sur DigitalDVD.de : http://bit.ly/12O9wri (Prise le 29.12.2011 à 23:02)

Chaque fiche d'*anime* s'ouvre sur un contenu tout aussi touffu que les autres pages du site. Les informations sur le DVD ou coffret de DVD d'*animes* se trouvent subdivisées en plusieurs rubriques, dont les éléments techniques et commerciaux du DVD, mais aussi les éléments éditoriaux tels que les pistes audio, les sous-titres et les contenus additionnels, ainsi qu'une partie consacrée aux critiques. Les auteurs des évaluations sont identifiés par leurs vrais noms complets. De fait, leur style de rédaction et leur langage sont soignés et compréhensibles. Leurs textes visent réellement à informer le lecteur, qui est probablement souvent un autre membre de la communauté.

Ils sont donc généralement assez longs, au minimum de deux paragraphes. Par contre, leurs commentaires ne couvrent pas de manière égale les questions de narration ou d'esthétique de l'*anime* et celles liées à la qualité de l'édition. Certains se concentrent uniquement sur le contenu de l'*anime*, tandis que d'autres proposent aussi des critiques du DVD même.

6.2. Description thématique générale des sites de critiques de DVD par axes et par corpus

Ces sites n'ont donné que peu d'unités de commentaires (4 % du total). Etant consacrés au DVD, il est logique que les thèmes en lien avec l'usage du DVD (axe Z) prédominent dans les évaluations et commentaires qui y ont été recueillis avec 68 % d'occurences. Cependant, grâce aux commentaires du corpus germanophone, les axes X et Y apparaissent aussi dans les trois scores les plus élevés. Comme le montre le tableau ci-dessous, la majorité des unités de commentaires en français se concentrent effectivement sur les attentes des auteurs de critiques vis-à-vis du travail d'édition réalisé, y compris sur un plan technique, tandis que celles issues

du corpus germanophone laissent apparaître des considérations plus éclatées concernant essentiellement ces produits comme des marchandises culturelles et occultant plus les questions techniques.

Tableau 15: Récapitulatif des taux d'occurences de chaque axe et sous-catégorie sur les sites de critiques de DVD.

Sous-catégories - Axes / Corpus	**FR + D**	**FR**	**D**
x	1 %	1 %	3 %
xx	5 %	1 %	22 %
xxx	4 %	4 %	3 %
Axe X	**10 %**	**6 %**	**28 %**
y	4 %	1 %	6 %
yy	1 %	2 %	0 %
yyy	15 %	13 %	22 %
Axe Y	**20 %**	**16 %**	**28 %**
z	41 %	44 %	28 %
zz	13 %	14 %	9 %
zzz	16 %	19 %	6 %
Axe Z	**70 %**	**77 %**	**43 %**

Cette différence est probablement en partie due au fait que les personnes s'exprimant sur les sites francophones sont des membres de la rédaction de ces sites, dont la mission est donc avant tout de rendre compte de la qualité des éditions DVD proposées et donc de leur valeur dans le cadre des pratiques de visionnement d'*animes*, tandis que sur les sites en allemand, les critiques sont rédigées par des internautes inscrits sur ces sites, lesquels affichent alors aussi leur expérience de publics d'*animes* et pas seulement d'adeptes du DVD en tant que technologie numérique de livraison vidéo. Mais, de manière générale, dans les deux corpus, les sous-catégories zz et zzz émergent de manière bien plus importante que sur les sites précédents, ce qui est essentiellement dû à la focalisation des sites de critiques de DVD non seulement sur leurs usages, mais aussi les éléments techniques du rendu audiovisuel et d'interaction avec l'interface.

6.3. Description des principales modalités de suivi des *animes* sur ces sites de critiques de DVD

Tableau 16: Liste des thèmes ayant les 3 meilleurs scores au sein des sous-catégories ayant obtenu plus de 10 % d'occurrences sur ces sites.

Sous-catégories / Corpus	**FR**	**D**
xx	--	xx-5(T1) : 43 % xx-17(T2) :29 % xx-12(T2)/21(T3): 17 %
yyy	--	yyy-5(T1) :43 % yyy-4(T2) :29 % yyy-3(T1)/11(T3) :14 %
z	z-6(T4): 26 % z-24(T4): 23 % z-9(T1): 21 %	z-6(T4) : 44 % z-24(T4) : 22 % z-2(T3)/10(T1)/21(T1): 11 %
zz	zz-2: 100 %	--
zzz	zzz-1(T1): 42 % zzz-8(T1): 33 %	--

6.3.1 Modalités de constitution d'audience d'*animes* (axe X)

Cet axe n'obtient un score d'occurrence de 10 % minimum que dans le corpus germanophone et seule la sous-catégorie xx, portant sur la perception des stratégies transmédia de l'industrie, remporte un taux suffisamment élevé pour être retenu, soit 18 % des unités de commentaires issus de ces sites.

a. Les perceptions des stratégies transmédia dans le corpus germanophone (sous-catégorie xx)

La seconde thématique, concernant les questions liées à une expérience transmédia domine largement dans les unités de commentaires abordant le sujet des stratégies de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel. De fait, il apparaît que les intervenants sur ces sites soulignent la position de ces produits comme ne contenant qu'une adaptation en version animée d'un *manga* (xx-5) à n'acheter que si celle-ci reste fidèle à l'œuvre dont elle est tirée, comme en témoigne les propos d'Oliver Anter qui trouve que l'*anime* de *Vampire Knight* [D-28] propose une bonne mise en scène du thème des vampires et suit de près la version *manga* : « Die Vampirthematik ist interessant umgesetzt worden und entspricht der Manga Vorlage. » (DigitalDVD.de, s.d.) De plus, pour certains, ces DVD d'*animes* s'inscrivent dans un ensemble narratologique comprenant de multiples autres versions (xx-17) formant un tout cohérent (xx-

21), comme l'illustre cet extrait de commentaire de Jean Lüdeke qui indique qu'*Ouran High School Host Club* [D-33] a donné lieu non seulement à un *manga* et un *anime*, mais aussi à un album reprenant les thèmes musicaux de la série : « Die quirlige Manga-Serie der japanischen Zeichnerin Bisco Hatori erfreut sich größter Beliebtheit. Das Abenteuer wurde auch als Anime-Fernsehserie, Hörspiel und Ren'ai-Adventure umgesetzt. » (DigitalDVD.de, s.d.)

6.3.2. Modalités de réception socio-technique des *animes* (axe Y)

Comme pour l'axe X, l'axe Y ne recueille suffisamment d'unités de commentaires que dans le corpus germanophone et uniquement dans la sous-catégorie traitant des questions de traduction des *animes* (sous-catégorie yyy). Celle-ci est surtout abordée sous l'angle de l'évaluation des versions traduites, reflétant à nouveau les préoccupations des publics germanophones avec la manière dont les *animes* sont doublés dans leur langue.

a. Les considérations d'accès linguistique aux animes dans les commentaires germanophones (sous-catégorie yyy)

La question de l'accès linguistique qui préoccupe le plus les internautes qui se sont exprimés sur ce sujet porte essentiellement sur la qualité des doublages allemands, et tout particulièrement l'adéquation des voix allemandes avec les personnages incarnés. De manière générale, cette évaluation se fait sur la base d'une expérience de la version originale, comme le montre cet extrait de commentaire de Tino Hahn qui, dans sa recension du second DVD unitaire de *FLCL* [D-2], estime que le doublage allemand n'est pas très réussi dans la mesure où les voix utilisées ne correspondent pas vraiment aux personnages :

> ist die Synchronisation nicht komplett gelungen: Die deutsche Stimme von Naota ist gewöhnungsbedürftig und passt nicht besonders gut zu der Figur. Mamimi ist ebenfalls nicht absolut passend besetzt, denn auch hier erfordert die Stimme eine gewisse Gewöhnungszeit. Harukos Synchronstimme ist hingegen über jeden Zweifel erhaben und passt zu der Figur wie die Faust aufs Auge (DigitalDVD.de, s.d.).

Près de 30 % des unités de commentaires s'intéressent aussi aux voix des *seiyus*, les acteurs japonais (thème yyy-4). Le sujet y est abordé dans l'optique d'une comparaison avec la version allemande, mais normalement à la faveur des doublages japonais, à l'instar de la recension de *Carcaptor Sakura* [D26] par Dennis Meihöfer, qui estime que les voix japonaises sont un peu plus légères que celles du doublage allemand : « Im Vergleich zur deutschen Synchronisation hat der japanische Originalton lediglich etwas leisere Stimmen, hört sich ansonsten aber identisch an. » (DigitalDVD.de, s.d.)

6.3.3. Evaluation du travail de re-conditionnement des *animes* en marchandises culturelles par les éditeurs de DVD (axe Z)

Seule la sous-catégorie z recueille suffisamment d'occurrences dans les deux corpus alors que les questions techniques ne dépassent 10 % d'occurrences que dans le corpus francophone. Il apparaît que les thèmes émergeant des unités de commentaires concernant l'évaluation du travail de re-conditionnement par les éditeurs DVD sont très similaires. Dans les deux cas, la quatrième thématique, concernant les compléments accompagnant une édition DVD, prédomine dans les discours.

a. Evaluation du processus de re-conditionnement des animes en marchandises culturelles dans le corpus francophone

Le principal thème de cette sous-catégorie, concernant les contenus additionnels (z-6), se manifeste essentiellement dans une perspective quantitative, avec généralement des descriptions sous forme de longues listes. Du coup, leur manque ou leur maigreur est alors aussi fortement soulignée, comme l'illustre la recension du premier coffret de *xXxholic* [FR-19] par Excessif.com : « Nous retrouvons ainsi les habituelles bandes-annonces de l'éditeur, et il faudra se contenter de cela et rien d'autre. Dommage ! » (s.d.)

Les suppléments matériels accompagnant un DVD (z-24) sont eux essentiellement conçus comme un enrichissement de l'édition destiné aux « fans », mais ne pouvant pas remplacer réellement les contenus additionnels, ainsi que l'illustre la recension du coffret intégral de *Ken, le Survivant* [FR-14] :

> Gros point faible de cette édition DVD, seul un livret de 16 pages soigné est fourni. L'anniversaire, cette année, de la création du personnage aurait été l'occasion de revenir plus précisément sur cette adaptation en long-métrage de la série. De même la fin alternative, décrite dans le livret comme étant une fin prévue pour l'édition vidéo, aurait été un précieux bonus. Un petit documentaire sur le doublage français, fort critiqué par les puristes de la série, aurait également été l'occasion de revenir sur les années 80 où les doubleurs avaient le champ libre pour s'exprimer sur ce type de production que l'ultra-violence affichée dérangeait, peu habitués à ce déferlement d'images chocs dans l'animation (s.d.).

Enfin, le thème z-9, concernant l'esthétique de l'emballage, apparaît souvent en même temps que z-24, car la question du « packaging », soit la présentation générale de l'emballage recoupe souvent aussi bien l'apparence du coffret ou du boîtier que les suppléments matériels qui les

accompagnent. Ce rapport est particulièrement illustré par la recension du second coffret de l'édition DeLuxe de *Nana* [FR-24] par Excessif.com :

> Dans l'élégant coffret en carton fort, est inséré un petit livret de 16 pages sur l'univers Nana comprenant : des fiches personnages, un lexique sur les termes employés dans la série, un résumé des épisodes, ainsi qu'une revue sur la musique au Japon que l'on appelle plus communément " Jpop ". Est également inclus trois cartes collector à l'effigie de Shin, Yasu et Nobu. Les stickers sur les DVD sont tous les trois différents dans un coloris orange avec une représentation de l'appartement 707 des deux Nanas. (s.d.).

b. Perceptions de la qualité audiovisuelle proposée par les éditions DVD dans le corpus francophone (sous-catégorie zz)

Pour la sous-catégorie zz, concernant l'évaluation de la qualité audiovisuelle d'une édition DVD, c'est le thème zz-2, à savoir la critique technique du travail réalisé par les éditeurs sur le son et les images, qui prédominent à 100 %. De manière générale, ces propos se trouvent sous des rubriques spécifiques des recensions des éditions DVD sur ces sites et les auteurs détaillent alors les divers éléments. Ainsi, par exemple, le commentaire sur le coffret intégral de *Murder Princess* [FR-28] décrit par le menu le résultat du travail réalisé par l'éditeur sur l'image et le son :

> Kaze soigne plutôt bien son édition avec une image d'ensemble honorable. La production de l'animé date de 2007 et nous avons donc un master vidéo irréprochable (aucune poussière n'est à déplorer). La compression MPEG-2 est correcte, même si on notera les habituels fourmillements dans les séquences ombragées de la série. Il est tout de même dommage d'avoir sa vision perturbée par ce type de petits détails faisant tâche dans un tableau technique par ailleurs bon. Mis à part ce souci, la dynamique d'image est bonne, la colorimétrie éclatante de clarté (la série aime le foisonnement de couleurs saturées). L'image s'avère être correcte bien que Kaze soit en mesure de mieux faire sur les points abordés ci-dessus. […]
>
> Avec deux pistes sonores (Français et Japonais) en stéréo, on se doute que le mixage ne va pas faire des étincelles. Et pourtant, il faut reconnaître que la bande son est étonnamment bien mise en valeur. Celle-ci fait la part belle aux compositions musicales typées hard-rock/metal qui explosent joliment quand l'action s'accélère. Dans les moments plus calmes, on notera que les voix sont spatialisées très naturellement en VO tout comme en VF. Mis à part quelques bizarreries sonores dans la VF (une absence de réplique sur un dialogue français et quelques silences sonores très étranges ?), celle-ci se montre relativement agréable à l'écoute, même si la VO emporte notre adhésion par un naturel décidemment difficile à atteindre en langue doublée (s.d.).

L'idée est donc de proposer une critique précise et d'initié à des lecteurs qui peuvent aussi bien être des usagers avertis que des amateurs d'*animes* désirant s'assurer que leur expérience audiovisuelle de la série sera aussi agréable que possible. De fait, si cette recension fait appel à un certain jargon, elle reste néanmoins compréhensible pour de parfaits néophytes. On comprend ici assez bien que sans être parfaite, cette édition propose une qualité audiovisuelle tout à fait acceptable.

c. La maniabilité des interfaces du DVD et de la personnalisation de l'expérience vidéographique dans le corpus francophone (sous-catégorie zzz)

La sous-catégorie zzz, concernant la maniabilité de l'interface du DVD s'incarne surtout dans le thème zzz-1, portant sur son aspect graphique. Ces descriptions sont parfois assez détaillées, signalant par là l'importance que les auteurs des recensions sur ces sites accordent à cet aspect de l'édition DVD. D'une certaine manière, l'esthétique de l'interface se doit d'être aussi soignée que celle de l'emballage, et vice-versa. L'exemple de cet extrait de la recension du coffret intégral Collector du *Portrait de Petite Cosette* [FR-30] le montre assez bien : « Les menus se révèlent tout aussi léchés que l'emballage et nous invitent à pénétrer l'univers intrigant de l'oeuvre grâce à de séduisantes illustrations accompagnées de la musique aérienne de Yuki Kajiura, tout en s'avérant remarquablement clairs. » (Excessif.com, s.d.)

Le thème zzz-8, concernant le confort de sélection des diverses options de paramétrage, ressort aussi de propos assez détaillés, indiquant l'importance que les intervenants accordent à la question de la prise en main du DVD, comme l'illustre la recension par Excessif.com du premier DVD unitaire d'*Elfen Lied* [FR-34] :

> Un premier écran permet le choix de la langue des menus (français ou bien néerlandais) sous forme de tableau. Le menu est sobre et ne propose que peu d'options. Sur fond d'illustration inspirée des peintures de Klimt, les choix sont les suivants : Lecture permet de visionner tout les épisodes ; ensuite viennent les choix de la version que l'on désire visionner tandis qu'Episodes permet de sélectionner précisément l'épisode sans toutefois voir de possibilité de sélection quant à son point d'entrée. (s.d.).

d. Evaluation du processus de re-conditionnement des animes en marchandises culturelles dans le corpus germanophone (sous-catégorie z)

La sous-catégorie z, concernant l'évaluation du DVD en tant que produit éditorial, est ici aussi dominée par le thème z-6, concernant les contenus additionnels. Comme dans le corpus francophone, les internautes qui s'expriment sur cette question considèrent qu'une édition

DVD se doit de proposer des contenus additionnels conséquents. Ainsi, Dennis Meihöfer, dans sa recension du premier DVD unitaire de *Cardcaptor Sakura* [D-26], regrette la maigreur des contenus additionnels : « Lediglich Extras sind quasi gar nicht vorhanden. » (DigitalDVD.de, s.d.)

Le thème z-24, concernant les suppléments matériels pouvant accompagner une édition DVD, apparaît parfois aux côtés de z-6. En effet, ils sont conçus soit comme un apport accessoire aux contenus additionnels, soit éventuellement comme un remplacement, mais qui ne saurait faire oublier l'absence ou la maigreur des premiers. De fait, Oliver Anter, dans sa recension du premier coffret de *Vampire Knight* [D-28], regrette que les contenus additionnels se limitent à des bandes annonces, remarquant que l'édition ne comprend qu'un livret pour tout complément : « Bonusmaterialien sind leider nicht vorhanden. Lediglich ein Booklet und diverse Trailer sind dem 2-DVD Set beigefügt worden. » (DigitalDVD.de, s.d.)

6.3.4. Les publics des sites Web de critiques de DVD

L'analyse thématique des recensions d'édition DVD sur ces sites suggère un ensemble d'attitudes faisant la part belle à une riche expérience sérielle d'univers narratifs qui ne s'arrête pas au récit-même, mais s'étend dans d'autres domaines, d'où l'importance des compléments médiatiques ou matériels. Il domine donc une logique de sérialisation, qui conçoit l'approche d'un univers narratif par plusieurs portes médiatiques, mais aussi en plusieurs langues et étendu dans des contenus afférents, tels que des révélations sur les coulisses de réalisation, ou dans des pratiques parallèles, caractéristiques de fans, tels que la collection de « *goodies* » ou suppléments matériels.

Dans l'ensemble, la ciné-vidéophilie qui se dégage de ces discours s'appuie particulièrement sur une approche du DVD, teintée d'une sensibilité esthétique particulière, avec des accents mis non seulement sur l'esthétique de l'emballage, mais aussi sur celle de l'interface, surtout du côté francophone. D'autre part, il ressort de ces discours une forte tendance cinéphilique puisque la présence et la qualité des compléments accompagnant une édition DVD constitue définitivement un critère déterminant sa valeur, voire même de la décision d'achat. Même pour une édition dite « simple », c'est-à-dire sans traitement particulier, les auteurs des recensions s'attendent à ce que le contenu principal connaisse une extension dans d'autres domaines médiatiques ou même d'autres pratiques, et cela dans les deux corpus. Les internautes attendent donc bien des éditeurs DVD qu'ils fassent de ces produits des objets de collection, et montrent qu'ils ont ainsi intégré l'idée qu'un *anime* peut très bien devenir une œuvre à placer

dans un bel écrin de collectionneur. On a donc à faire à une ciné-vidéophilie faisant la part belle à une cinéphilie fondée sur une technologie vidéographique, par laquelle un produit télévisuel devient une marchandise culturelle digne d'un intérêt, allant au-delà du simple divertissement.

7. Sites de critiques de DVD d'*animes*

7.1. Description du contexte communicationnel des sites de critique de DVD d'*animes*

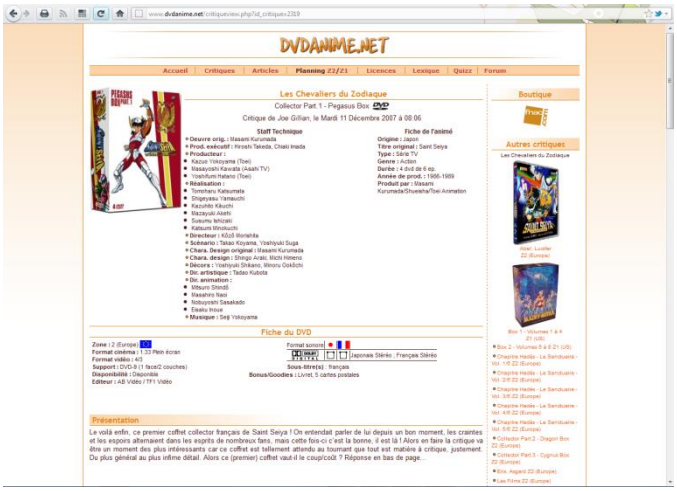
7.1.1. DVD Anime.net

DVDAnime.net est un site à visée encyclopédique fondé en 2000 par une équipe de passionnés d'*animes*. Comme son intitulé l'indique, il propose des actualités et critiques de DVD d'*animes*, sortis non seulement en Europe francophone, mais aussi au Japon et aux USA. L'équipe de rédaction publie également des articles plus généraux sur les univers narratifs concernés par ces éditions ainsi qu'un lexique couvrant autant les termes techniques liés aux dispositifs de visionnement que les concepts portant sur les divers aspects de l'animation japonaise. Le site s'adresse clairement à des amateurs d'*animes* à la recherche d'éditions vidéo leur offrant une expérience audiovisuelle qui rende justice à la qualité de ces univers narratifs. Malgré un effort de vulgarisation sémantique et technique, notamment grâce au lexique, les internautes visés sont imaginés comme des publics d'initiés qui connaissent bien cette industrie et auxquels le site s'efforce d'offrir les informations les plus pertinentes et exhaustives possibles. Bien qu'il y ait un forum dans lequel les lecteurs peuvent s'inscrire et discuter des produits commentés sur DVD *Anime*, le site est lui alimenté par l'équipe de rédaction et n'offre aucun moyen d'interaction ou de construction d'une communauté.

La page d'accueil confirme cette orientation, avec une grande emphase mise sur les critiques des supports : DVD ou blu-ray. Pour chaque titre, une page donne accès à des recensions concernant les diverses adaptations audiovisuelles existantes (films, *animes* et OAV) ainsi que les multiples éditions dont il a bénéficié dans les trois grandes régions couvertes : l'UE, le Japon et les USA. Cette classification géographique reflète les trois principaux marchés pour les *animes*, et fait la distinction à l'intérieur de la zone codée 2, entre l'Europe et le Japon. A cet égard, le site manifeste une pratique qui consiste à utiliser le Web pour se fournir en DVD

d'*animes* dans diverses régions du monde, en fonction du rythme décalé des éditions, dont les droits se négocient pays par pays. Il est donc logique qu'un tel site propose des informations aussi bien sur les éditions nord-américaines que japonaises, même si l'audience visée est clairement francophone et européenne. Les fiches ne se contentent pas d'évaluer les éditions, mais chaque volume composant l'édition, qu'il s'agisse de coffrets ou de boîtiers à l'unité.

Figure 21: Capture d'écran de la fiche du 1er coffret Collector intégral de *Saint Seiya* [FR-9] sur DVDAnime.net : http://bit.ly/W9lyEX (prise le 29.12.2011 à 23:13).

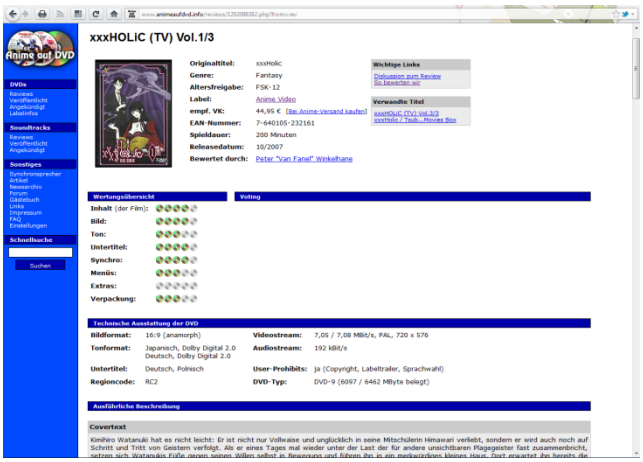


Ces fiches se veulent très complètes et sont illustrées d'un certain nombre d'images. Elles se subdivisent en trois parties. La première porte sur l'*anime* même, la deuxième sur le DVD évalué et la troisième donne un lien vers la page de la FNAC ou d'un autre magasin en ligne où le DVD est disponible à l'achat et énumère les produits associés à celui de la fiche ainsi que les autres critiques proposées par son auteur. La partie consacrée au DVD est la plus développée et se subdivise à son tour en plusieurs rubriques portant sur les divers aspects de cette technologie de livraison, dont la qualité et le format du son et de l'image, le confort de navigation, les divers menus ainsi que les contenus additionnels. L'ensemble de la critique est enfin synthétisée dans un petit tableau résumant les « points forts » et les « points faibles », débouchant sur une note globale, qui est celle que l'on retrouve sur les pages listant les *animes*. Il arrive parfois qu'un autre membre de la rédaction complète la fiche de son propre avis. Chaque contributeur précise aussi le matériel qu'il a utilisé pour visionner le DVD, c'est-à-dire qu'il donne les indications exactes du modèle de téléviseur et de lecteur de DVD dont il s'est servi. De manière générale, le style et le langage de ces fiches sont soignés, mais regorgent souvent de jargon technique. Le lexique du site sert ici de béquille aux moins initiés. Le but est clairement de proposer des critiques constructives, complètes et aussi objectives que possible, passant en revue chaque aspect de l'expérience d'un *anime* en DVD. Par contre, le ton employé manifeste une certaine connivence, ou du moins, le désir d'établir une proximité intellectuelle et culturelle avec un lecteur imaginé comme un amateur d'*anime* relativement averti, sans forcément être un expert.

7.1.2. AnimeAufDVD.info

Comme l'indique son nom, ainsi que l'extension « .info » de son adresse électronique, ce site propose de l'information sur les *animes* en DVD, sortis en Allemagne. D'après sa notice légale[377], il s'agit d'un site réalisé par un fan d'*animes*, vivant dans la région berlinoise, pour d'autres fans. Fondé en 2003, il semblerait que sa principale activité, l'évaluation de DVD d'*anime* s'arrête en 2008. Seule la page recensant les derniers titres sortis en Allemagne semblait encore active en 2011. Ce net ralentissement d'activité du site se manifeste aussi par le nombre conséquent de liens « brisés » censés mener vers des sections du site qui semblent avoir été retirés du serveur ou avoir changé d'adresse. D'une présentation graphique très sobre, l'ensemble du site, à visée initale partiellement communautaire, se concentre clairement sur une recension de DVD d'*animes* destinée avant tout à un public averti, cherchant des informations précises et exhaustives, mais sans prétention. L'ensemble du site se subdivise en trois parties : la principale, consacrée aux DVD d'*animes*, une toute petite, portant sur quelques CD de musique d'*animes* et une troisième contenant des articles d'ordre général. Pour arriver sur les fiches de critiques des DVD d'*animes*, on peut passer par les liens menant aux plus récentes, affichés sur la page d'accueil, ou cliquer sur celui menant à la section « Reviews ».

Figure 22: Capture d'écran du 1er volume de *xXxholic* [D-18] sur Animeaufdvd.info : http://bit.ly/RoKQCd (prise le 29.12.2011 à 23:27).



Cette section propose une liste alphabétique des DVD d'*animes* ayant fait l'objet d'une critique. Celles-ci se veulent aussi complètes et didactiques que possible. Chaque fiche est subdivisée en plusieurs rubriques couvrant les divers aspects de l'expérience d'un *anime* en DVD, souvent de manière détaillée et technique, et illustrés de plusieurs captures d'écrans tirés du DVD, et se termine par une synthèse sous forme de notes attribuées aux différents éléments

[377] http://www.animeaufdvd.info/impressum.php

passés en revue: contenu, image, son, sous-titres, doublages allemands, menus, « extra » (contenus additionnels), l'emballage (boîtier et parfois, suppléments matériels).

Le langage de ces évaluations se veut soigné et précis. Le ton reste neutre, dans un souci d'objectivité, lequel se manifeste aussi par la très grande précision dans la formulation des données techniques et narratives. Il apparaît assez clairement que les auteurs de ces fiches prennent leurs lecteurs très au sérieux, se les représentant comme des amateurs d'*animes* avertis, cherchant une information aussi exhaustive que possible avant de se décider à acheter des DVD.

7.2. Description thématique générale des sites de critiques de DVD d'*animes* par axes et par corpus

Près de 12 % du total des unités de commentaires sont issues de ces sites, en troisième position derrière les sites de critiques d'*animes* et ceux de ventes de détail en ligne. Comme le montre le tableau ci-dessous, les thèmes liés au DVD en tant que produit éditorial dominent largement, comme on pouvait s'y attendre sur ce type de site Web. Si les considérations d'audienciation sont pratiquement absentes de ces commentaires, les questions d'accès linguistiques aux *animes* (sous-catégorie yyy) sont suffisamment récurrentes pour être traitées ici, dans les deux corpus. L'évaluation du travail de re-conditionnement des *animes* en marchandises culturelles par les éditeurs (sous-catégorie z) constitue le sujet le plus fréquemment abordé aussi bien chez les germanophones que les francophones. Ces résultats indiquent que bien que ces sites soient effectivement consacrés avant tout aux DVD en tant que technologie de livraison spécifique, permettant *a priori* d'offrir une expérience sensorielle et technique particulière des *animes*, les propos se préoccupent malgré tout majoritairement de l'objet éditorial.

Tableau 17: Récapitulatif des taux d'occurences de chaque axe et sous-catégorie sur les sites de critiques de DVD d'*animes*.

Sous-catégories - Axes / Corpus	**FR + D**	**FR**	**D**
x	3 %	5 %	2 %
xx	4 %	4 %	5 %
xxx	5 %	5 %	6 %
Axe X	**12 %**	**14 %**	**13 %**
y	3 %	4 %	3 %
yy	0 %	0 %	1 %
yyy	17 %	13 %	21 %
Axe Y	**20 %**	**17 %**	**25 %**
z	39 %	36 %	42 %
zz	10 %	10 %	10 %
zzz	18 %	23 %	11 %
Axe Z	**67 %**	**69 %**	**63 %**

La différence apparaît au niveau de l'importance accordée aux questions de maniabilité du DVD (sous-catégorie zzz) qui apparaît en seconde position dans le corpus en français, tandis que les commentaires en allemands font plus souvent référence aux questions de traduction (sous-catégorie yyy). On retrouve à nouveau cette fracture concernant les questions d'accès entre les deux corpus.

7.3. Description des principales modalités de suivi des *animes* sur les sites de critiques de DVD d'*animes*

Tableau 18: Liste des thèmes ayant les 3 meilleurs scores au sein des sous-catégories ayant obtenu plus de 10 % d'occurrences sur ces sites.

Sous-catégories / Corpus	**FR**	**D**
yyy	yyy-3(T1) : 43 % yyy-2(T1) / yyy-11(T3) : 14 %	yyy-3(T1) : 36 % yyy-5(T1) : 21 % yyy-13(T3) : 15 %
z	z-9(T1) : 21 % z-24(T4) : 18 % z-6(T4)/10(T1) : 17 %	z-10(T1) : 23 % z-6(T4)/24(T4): 14 % z-9(T1) : 11 %
zzz	zzz-1(T1): 37 % zzz-8(T1): 20 % zzz-3(T3): 18 %	zzz-1(T1) : 33 % zzz-8(T1) : 24 % zzz-7(T1) : 19 %

7.3.1. Modalités de réception socio-technique des *animes* (axe Y)

Dans les deux corpus, seule la sous-catégorie yyy concernant les politiques de traduction obtient un résultat minimum de 10 % d'occurrences sur ces sites. La première thématique y prédomine dans les deux cas, signalant par là l'importance des questions liées aux doublages traduits pour les intervenants sur ces sites, même si la question des sous-titres y est aussi parfois abordée.

a. Les considérations d'accès linguistique aux animes dans les commentaires francophones (sous-catégorie yyy)

Les discours de la sous-catégorie yyy sont largement dominés par le thème yyy-3, concernant l'évaluation générale des doublages traduits. Dans les propos concernant de vieilles séries, ayant été diffusées dans les années 80, les doublages français sont évalués en fonction de leur capacité à restituer l'esprit de l'univers narratif. Les intervenants signalent notamment les critiques et les polémiques qui avaient pu se déclencher dans le passé concernant des doublages considérés comme bâclés, ainsi que l'illustre cet extrait du commentaire de Kahlone, à propos du premier coffret de l'édition intégrale de *Ken, le survivant* [FR-14] :

> […] les nostalgiques auront la joie de redécouvrir dans d'excellentes conditions une VF d'époque entièrement intégrale (des passages qui avaient été coupés ou même jamais diffusés sont ici bien présents en doublage d'époque). D'autant plus agréable que le doublage de cette partie de la série n'est pas encore (trop) catastrophique malgré un début de "déconne" de la part de l'équipe de comédiens sur les derniers épisodes de ce coffret (DVDAnime.net, 25.02.2010).

En revanche, pour les séries plus récentes, les doublages français sont évalués en fonction des versions originales, qui servent alors de référence, à l'instar de Lovers, qui estime que le doublage français inclus dans le coffret intégral de *Murder Princess* [FR-28], sorti en 2008 (diffusé au Japon en 2007), est un peu moins bon que la version japonaise : « Niveau sonore, la version originale se veut être plus percutante que la française. Cette dernière reste de bonne qualité mais propose un jeu d'acteur moins convaincant dans son ensemble. » (DVDAnime.net, 18.09.2008)

Ce souci concernant la restitution aussi fidèle que possible du récit original se traduit de manière encore plus appuyée dans les unités de commentaires regroupées sous le thème yyy-2, concernant la qualité de la traduction utilisée dans les doublages. La préoccupation qui domine ces commentaires réside assez logiquement dans la capacité des éditeurs à proposer

des traductions qui respectent l'esprit de la série, à défaut de pouvoir fournir des transpositions exactes des propos en français. Ainsi, Joe Gillian ne considère pas les quelques erreurs ou modifications apportées aux dialogues de *Lady Oscar* [FR-13] par la version reprise pour l'édition Collector intégrale, comme problématiques, puisque le sens d'origine est respecté:

> Certes, quelques libertés avec le texte original ont été prises, notamment sur la condition d'Oscar dont le secret n'est, selon les personnages, apparemment pas connu dès le départ, et on s'amusera certainement à traquer ici et là les différences avec la VO, mais l'adaptation est excellente, ce qui reste l'essentiel et ne saurait être une trahison de l'œuvre originelle (DVDAnime.net, 28.07.2006).

On retrouve une préoccupation similaire dans les manifestations du thème yyy-11, concernant la qualité de la traduction utilisée dans les sous-titres. En effet, plus encore que dans les doublages, les auteurs de ces critiques insistent sur l'exactitude des traductions et les éventuels défauts identifiés. Ils apprécient aussi particulièrement le fait que les éditeurs profitent d'ajouter aussi des précisions sur la signification de certains termes ou éléments culturels, à l'instar de Grouick et Yann, à propos du coffret intégral Collector *de Fruits Basket* [FR-25] : « L'adaptation française demeure excellente en conservant toujours les notions culturelles auxquelles l'animé fait référence et en les annotant quelques fois d'une petite explication. » (DVDAnime.net, 12.02.2003)

b. Les considérations d'accès linguistiques aux animes dans les commentaires germanophones (sous-catégorie yyy)

Dans les discours germanophones, le thème yyy-3, concernant l'évaluation générale des doublages traduits, prédomine aussi largement. Et tout comme dans le corpus francophone, la préoccupation principale qui en découle porte sur la capacité des doublages à restituer l'esprit de ces séries. Or, le plus souvent, les intervenants sur Animeaufdvd.info estiment que les doublages en allemand dénaturent totalement les *animes* concernés. Ainsi, Florian "ZeroDown" Lindinger estime que celui repris pour l'édition simple à l'unité de *Neon Genesis Evangelion* [D-27] devrait être considéré comme une autre œuvre:

> Somit sollte man die deutsche Bearbeitung, wie bei anderen Animes, als ein eigenständiges Produkt ansehen und es nicht unbedingt mit der japanischen Fassung vergleichen oder auf eine Stufe stellen wollen. Etwas störend ist jedoch die Aussprache der Namen. Die wirkt nämlich meist nur bemüht, etwas gestellt und künstlich. Aufgefallen ist mir auch, dass die "Schreie" der Evas etwas abgeändert wurden, sowie die Stimme von Pen² (Animeaufdvd.info, 29.03.2005).

Du point de vue des voix allemandes (yyy-5), les propos ne sont pas plus positifs, les intervenants estimant, comme de nombreux internautes sur les autres sites Web germanophones, qu'elles ne sont que rarement en adéquation avec les personnages incarnés. Ainsi, Lunarian, dans son commentaire sur le premier coffret de *Princess Princess* [D-40], trouve les voix des doubleurs allemands mal adaptées et peu convaincantes : « Und auch die Stimmen klingen leider manchmal nicht ganz motiviert. Ob die Besetzung gelungen ist, muss jeder selbst entscheiden... mir gefallen einige nicht. » (Animexx.de, 06.07.2007)

Enfin, une partie de l'attention des internautes s'est portée sur la qualité générale des sous-titres (yyy-13) utilisés dans ces éditions DVD, notamment sous l'angle de leur lisibilité. Ainsi, Thomas "Soldat" Heintschel indique que les sous-titres dans l'édition unitaire de *Fist of the North Star* [D-3] sont jaunes cerclés de noir, ce qui les rend facile à suivre, et apparaissent dans les chansons de début et de fin de chaque épisode : « Die Untertitel präsentieren sich in Gelb mit schwarzer Umrandung, was sie jederzeit gut erkenn- und lesbar macht. Opening- und Endingsong wurden ebenfalls übersetzt. » (Animeaufdvd.info, 07.05.2011)

7.3.2. Evaluation du travail de re-conditionnement des *animes* en marchandises culturelles par les éditeurs de DVD (axe Z)

L'axe Z qui regroupe le plus d'unités de commentaires sur ces sites de critiques de DVD d'*animes*, est essentiellement incarné par la sous-catégorie z, portant sur l'évaluation du DVD en tant que produit éditorial, dans les deux corpus. La première thématique, concernant les critères qui font du DVD un objet culturel de collection, et la quatrième thématique, portant sur les compléments au texte principal sont les plus représentées dans ces discours. La maniabilité de l'interface des DVD constitue l'autre aspect de ces produits éditoriaux qui revient dans plus de 10 % des unités de commentaires. Par contre, la sous-catégorie zz, concernant l'expérience audiovisuelle proposée par les éditions DVD, bien qu'obtenant des scores d'au moins 10 % d'occurrences dans les deux corpus, ne sera pas traitée ici, car elle arrive en 4ème position et qu'il a été décidé de n'aborder que les trois premières remportant les meilleurs scores.

a. Evaluation du processus de re-conditionnement des animes en marchandises culturelles dans le corpus francophone (sous-catégorie z)

Les discours regroupés dans la sous-catégorie z sont dispersés sur une large palette de thèmes, ce qui fait que le plus important d'entre eux en termes de taux d'occurrences, le thème z-9, portant sur l'esthétique de l'emballage, ne recueille que 21 % des unités de commentaires.

Ceux qui abordent cette question s'attardent surtout sur les illustrations des couvertures, qui, à leur sens, offrent une première introduction aux personnages de la série, souvent représentés sur les coffrets, comme l'explique cet extrait de commentaire de Yann Mermet, dans son évaluation du coffret Collector intégral d'*Albator 84* [FR-16] :

> Le coffret se présente sous la forme d'un digipack du format classique utilisé par les autres titres de la collection nostalgie. Le fourreau, dont le gaufrage met en relief quelques ornements dorés et le titre, présente une illustration sur laquelle figure une partie des principaux protagonistes et qui donne les grandes lignes de ce que l'on retrouve sur le reste du packaging c'est-à-dire le digipack et les sérigraphies. Le célèbre capitaine est évidement largement représenté sur cette série d'Artworks récurrents sur laquelle on s'étonne de retrouver un peu trop souvent Emeraldas au détriment d'autres personnages. Une fois ôtés de leur emplacement, les DVD de dessous laissent apparaître la célèbre tête de mort faisant office d'emblème sur le pavillon et la devanture de l'Atlantis (DVDAnime.net, 02.03.2009).

En deuxième position vient le thème z-10, concernant le statut d'une édition DVD comme objet de collection. Pour ce qui est du premier, la pratique de la collection apparaît souvent explicitement et généralement liée à une audienciation assidûe, puisque les fans sont également fréquemment évoqués. Ikkakumon, à propos du coffret intégral Platinium de *Neon Genesis Evangelion* [FR-5], parle même de *DVDthèque*, et estime que tout *amateur d'animation japonaise* se doit de rassembler cette série dans une telle collection :

> Grâce à son scénario, ses personnages et sa réalisation, Neon Gensesis Evangelion se hisse sans aucun problème dans le haut du classement des séries d'animation, c'est une œuvre riche et complexe que tout amateur d'animation japonaise doit posséder dans sa dvdthèque. (DVDAnime.net, 09.03.2008)

La question des suppléments matériels (z-24), avec 17 % d'occurrences, est aussi essentiellement abordée sous l'angle des exigences des publics les plus assidus, à savoir les fans. Celles-ci sont formulées à la fois en terme de quantité (plus il y en a, mieux c'est), mais aussi de qualité, voire de diversité d'informations. Ces suppléments sont ainsi conçus comme des sources d'information sur l'univers narratif de l'*anime* et les conditions de sa réalisation. Les suppléments matériels sont parfois accueillis comme un remplacement des contenus additionnels. Mais, de manière générale la préférence va à ces derniers. De fait, il arrive que les jugements soient assez critiques, à l'instar de Yann Mermet, qui évalue le coffret intégral Collector d'*Albator 84* [FR-16], en énumérant toutes les erreurs qu'il a pu découvrir dans le livret accompagnant cette édition :

> Unique supplément disponible en l'absence de bonus, le livret présente donc le film, les personnages, le pilote et la série. On y trouve naturellement un portrait de son illustre auteur Leiji Matsumoto et une analyse de la « boucle du temps » caractérisant l'univers développé au gré de ses diverses oeuvres. Les résumés des épisodes de la série sont également présents mais, si le choix de les numéroter de 6 à 27 en référence à la diffusion du film en 5 parties sur nos écran peut se concevoir, il y a malheureusement un erreur puisque la numérotation du « 22ème » redevient le numéro 17. Ce problème ne touche pas les sérigraphies des DVD qui se tiennent au référencement allant de 6 à 27. Malheureusement ce n'est pas la seule erreur […]. Bref ceci manque un peu de cohérence et de sérieux (le nombre « important» d'intervenants en est-il l'une des raisons ?) ce qui est fort dommage car certains thèmes abordés sont assez intéressants (DVDAnime.net, 02.03.2009).

Enfin, le thème z-6, portant sur les contenus audiovisuels additionnels, obtient aussi 17 % d'occurrences. Cette question est généralement abordée sous l'angle de la quantité comme l'illustre bien cet extrait de la critique par Yann du premier coffret DVD de *Naruto* [FR-1] :

> Cette édition collector renferme donc un très grand nombre de suppléments parmi lesquels une filmographie du staff et des doubleurs, reprise sur chaque DVD. […] On a peu l'habitude de bénéficier de suppléments de cette nature, qui confèrent pleinement à cette édition son appellation collector (DVDAnime.net, 12.02.2003).

b. La maniabilité des interfaces du DVD et de la personnalisation de l'expérience vidéographique dans le corpus francophone (sous-catégorie zzz)

Les discours relevant de la sous-catégorie zzz sont eux aussi dispersés entre ses multiples thèmes. De fait, le thème zzz-1, portant sur l'esthétique graphique de l'interface DVD, qui a le meilleur taux d'occurrence, n'obtient que 37 % des unités de commentaire. Sur le site DVDAnime.net, cette question fait l'objet d'une rubrique désignée par le terme « packaging », soit l'emballage, mais il s'agit ici de l'emballage des menus. Le plus souvent, les unités de commentaire qui viennent de ce site font état d'un graphisme qui reprend celui du boîtier ou de la couverture du disque, soulignant ainsi la manière dont l'apparence visuelle des menus rappellent l'esprit de l'*anime*, à l'instar de ce que remarque Yann Mermet, à propos de l'interface du premier coffret Collector de *Ranma*$^{1/2}$ [FR-10] :

> L'apparition du menu principal est précédée par une petite animation. Ce dernier bénéficie lui aussi de petites animations telles que le défilement de personnages SD et chacune des trois options (Lectures, Episodes et Versions) donnent également lieu à une amusante transition. Aucun des écrans de navigation ne reste donc statique et, à l'image de la série, la présentation s'avère très rythmée et tout simplement excellente (DVDAnime.net, 26.12.2008)!

Les propos regroupés sous le thème zzz-8 (20 %), portant sur la maniabilité des diverses options de paramétrage de l'expérience audiovisuelle, mettent surtout en avant le côté pratique ou pas de la navigation dans les menus. Ainsi, Lovers souligne la facilité de choix des options dans l'interface des DVD du premier coffret d'*Ouran High School Host Club* [FR-31] : « Sans fioriture, l'interface est on ne peut plus simple. Un seul menu fixe avec image de fond propose de lire l'ensemble du disque, de choisir un épisode en particulier, d'accéder à quelques bandes-annonces de l'éditeur ou de visualiser la liste du staff Kaze. » (DVDAnime.net, 02.10.2008)

Finalement, le thème zzz-3, concernant les options linguistiques, même s'il n'apparaît que dans 18 % des unités de commentaires, ne semble servir qu'à signaler l'existence d'un menu dédié aux options linguistiques, sans autre détail, comme l'illustre le commentaire de Lovers à propos des DVD du second coffret Deluxe de *Nana* [FR-24] : « Une option Audio est là pour le choix de la langue. » (DVDAnime.net, 09.01.2008) De fait, cet élément ne constitue pas une préoccupation majeure, mais elle fait partie de ce qu'une édition DVD est supposée offrir.

c. Evaluation du processus de re-conditionnement des animes en marchandises culturelles dans le corpus germanophone (sous-catégorie z)

Les unités de commentaires relevant de la sous-catégorie z, concernant l'évaluation du processus de re-conditionnement des *animes* en œuvres DVD, sont, comme dans le corpus germanophone s'étalent sur plusieurs thèmes. Celui qui obtient le taux d'occurrence le plus élevé, le thème z-10, concernant le statut d'une édition DVD comme objet de collection, ne fait que 23 % d'occurrences. Ce sujet est essentiellement abordé sous l'angle de l'exhaustivité qu'une édition peut apporter dans le cadre de la pratique de collection, à l'instar d'Yvonne "Sternenfee" Staller s'exprimant sur le premier DVD de *Naruto* [D-29], qui reproche à l'éditeur de ne pas proposer une version allemande non éditée, alors que le DVD inclut une version originale sous-titrée complète, les fans de la série en allemand se retrouvant ainsi négligés :

> Dabei wäre eine Veröffentlichung von ungeschnittenen deutschen Folgen ein gutes Kaufargument für Naruto-Fans gewesen. Für Fans einer deutschen Fassung ist es zwar enttäuschend, dass die deutsche Version von Naruto geschnitten ist, doch hat das Label wenigstens eingesehen, dass man den Käufern etwas mehr bieten muss. Aus diesem Grund ist zumindest die japanische Version ungeschnitten ebenfalls auf dem Silberling (Animeaufdvd.de, 11.02.2007).

La question des contenus additionnels (z-6) et de suppléments matériels (z-24) est essentiellement traitée sous l'angle de la quantité, suivant en cela une logique d'exhaustivité qui semble prédominer sur ce site. Cette approche émerge particulièrement dans les unités de commentaires négatives, à l'instar de lunarian qui trouve que le livret accompagnant le premier coffret de *Princess Princess* [D-40] est beaucoup trop maigre, surtout pour le prix de cette édition : « Als Extra bietet die DVD lediglich ein Booklet, was ich für den anfänglichen Preis doch recht mager fand. Inzwischen sind die Preise stark gesunken und liegen jetzt doch im günstigeren Bereich der deutschen DVDs würde ich sagen. » (Animexx.de, 06.07.2007)

La question esthétique de l'emballage (z-9) est parfois abordée, mais essentiellement comme une sorte de mise en bouche avant d'ouvrir le paquet et d'apprécier son contenu, ainsi que le montre l'extrait du commentaire de Steffen "SJachnow" Jachnow, à propos du second DVD de *Cowboy Bebop* [D-15], sur lequel est représenté l'un des personnages de l'*anime* (Faye) :

> Die DVD kommt in der zur Zeit bei Dynamic Visions üblichen transparenten Amaray-Hülle daher. Das Frontcover ist in eher gedeckten Farben gehalten, und zeigt Faye, wie sie zusammengekauert am Boden sitzt. Auf der Innenseite des Covers ist dasselbe Motiv noch einmal in voller Größe und ohne Beschriftung zu sehen. Die Rückseite gibt die übliche Kurzbeschreibung zum Inhalt, ein paar Screenshots sowie eine Auflistung der Macher, der wichtigsten technischen Eckdaten der DVD und der enthaltenen Episoden wieder (Animeaufdvd.info, 02.10.2003).

d. La maniabilité des interfaces du DVD et de la personnalisation de l'expérience vidéographique dans le corpus germanophone (sous-catégorie zzz)

Les unités de commentaires relevant de la sous-catégorie zzz, concernant l'évaluation de la maniabilité de l'interface du DVD, sont également assez dispersées sur une large palette de thèmes. De fait, le thème zzz-1, concernant la description graphique de l'interface, qui obtient le meilleur score, affiche un taux de seulement 33 % d'occurrences. Dans la majorité des cas, il se manifeste dans des propos faisant le lien entre l'esprit de la série et les illustrations de l'interface, avec, par exemple, les personnages de la série apparaissant dans les menus, comme dans le cas du premier coffret de l'édition simple de *xXxholic* [D-18] décrit par Peter "Van Fanel" Winkelhane:

> Nach der Sprachwahl sowie Copyright-Hinweisen und Labeltrailer baut sich das Hauptmenü auf. Das Hauptmenü ist animiert und mit dem Intro der Serie musikalisch unterlegt. Wechselt man in die anderen Auswahlpunkte stellt man

> fest, dass vom Design her jeder Menüpunkt gleich ausfällt, weil das Hintergrundmotiv überall Verwendung findet lediglich ein neues Motiv von Yûko sorgt für etwas Abwechslung. Lediglich die musikalische Untermalung ist bei den Spracheinstellungen und der Episodenauswahl verschieden vom Hauptmenü (Animeaufdvd.info, 04.02.2008).

La question de la maniabilité des diverses options de paramétrage de l'expérience audiovisuelle (zzz-8) est également abordée, mais de manière succincte, ce qui laisse à penser que, comme dans le corpus germanophone, cet aspect-là n'est pas considéré comme primordial, mais néanmoins constitutif de n'importe quelle édition DVD digne de ce nom. La plupart des commentaires se contentent d'indiquer le degré de facilité ou de difficulté rencontré dans la manipulation des options. Ainsi, lunarian se plaint du fait que le réglage « visionnement comme un film », sur l'édition intégrale de *Princess Princess* [D-40] saute les résumés des épisodes précédents et des épisodes suivants au début et à la fin de chaque épisode : « Die Folgen sind drauf und auch komplett, mit Vorspann und Abspann, wenn man sie sich einzeln anguckt. Wenn man sie sich als Film anschaut, wird der Abspann weggelassen. » (Animexx.de, 06.07.2007)

Enfin, les questions de manipulation de l'interface (zzz-7 – 19 %) apparaissent presque systématiquement dans des commentaires signalant un problème avec la prise en main du DVD. Ainsi, Thomas "Soldat" Heintschel indique un défaut de l'interface des DVD de *Fist of the North Star* [D-3], qui fait que le pointage ne fonctionne correctement qu'avec un lecteur de DVD classique accompagné d'une télécommande, mais pas avec un lecteur d'ordinateur pour lequel il faut utiliser la souris pour sélectionner les options. En effet, les plages de « cliquage » sont trop petites, ce qui ralentit sérieusement le processus de paramétrage des options de lecture :

> Zumindest solange man eine DVD-Playerfernbedienung in der Hand hält. Sobald man sich per Maus daran versucht, verkommt das Einstellen zur lästigen Fitzelarbeit, da die Abfragepunkte äußerst klein gesetzt sind. Das bedeutet, man muß immer einen recht kleinen Bereich z.B. innerhalb des Schriftzuges "Einstellungen" anklicken, um eine Reaktion zu erzielen. Das kann auf die Dauer etwas an den Nerven zerren (Animeaufdvd.com, 07.05.2011).

7.3.4. Les publics sur les sites de critiques de DVD d'*animes*

Malgré des similitudes dans la présentation des sites Web de critiques d'*animes* francophones et germanophones, ainsi que dans les thématiques évoquées par les intervenants des deux corpus, il émerge malgré tout quelques différences significatives.

Tout d'abord, les sites en français s'adressent beaucoup plus nettement à des publics assidus d'*animes* et techniquement assez initiés, soit dotés d'une bonne compréhension des potentialités techniques d'un DVD ainsi que des usages auxquels il peut être mis à profit. C'est ainsi que pour les intervenants francophones, le re-conditionnement d'un *anime*, comme série TV, en une marchandise culturelle à collectionner, passe par une présentation particulièrement soignée du contenu, afin de le transformer en une véritable œuvre, avec une exigence, typique du cinéphile, soit celle d'étendre l'expérience initiale à d'autres contenus, notamment explicatifs.

Du côté des sites germanophones, par contre, il apparaît que le public auxquels ils s'adressent est certes constitué d'amateurs, voire de fans d'*animes*, mais pas forcément particulièrement portés sur les capacités d'une technologie de livraison comme le DVD. Ce qui compte pour eux, c'est d'indiquer si une édition offre vraiment l'exhaustivité, en matière de contenus et de compléments, qu'ils estiment être en droit d'attendre de ce genre de produit, et si son fonctionnement est aisé ou compliqué. La tendance est aussi à une cinéphilie, mais moins fondé sur les potentialités techniques du DVD. Il s'agit avant tout de collectionner des *animes* dans des produits garantissant une certaine exhaustivité.

Là où les deux corpus se retrouvent, c'est dans la perception des questions de maniabilité de l'interface du DVD. Celle-ci, au final, doit être aussi peu technicisante que possible, c'est-à-dire qu'elle doit permettre au spectateur de personnaliser son expérience grâce à une interface agréable d'un point de vue visuel et fonctionnel. De fait, même si les questions techniques sont abordées, c'est pour signaler la capacité des éditeurs à la rendre simple d'utilisation. Les intervenants de ces sites ne sont finalement pas aussi technophiles que l'on pourrait le croire au premier abord.

8. Conclusions de la 2nde phase d'analyses

8.1. La ciné-vidéophilie: entre usagers initiés aux technologies et récepteurs d'univers narratifs plurimédiatiques

L'analyse de ces unités de commentaires dans le cadre de leur contexte d'énonciation montre une tendance des internautes à se conformer aux discours associés aux types de publics auxquels s'adressent ces différents sites Web et aux objets sur lesquels ils portent. Ainsi, le nombre d'unités de commentaires concernant les attentes des internautes vis-à-vis des éditions DVD d'*animes* prédominent largement sur les sites traitant du DVD soit comme un produit (sites de ventes, magazine/forum spécialisé), soit comme une technologie de livraison vidéo (sites de critiques de DVD et de DVD d'animes), tandis que les sujets liés aux modalités d'audienciation et d'accès aux *animes* prédominent plutôt dans les sites portant strictement sur les *animes*, même s'ils apparaissent aussi dans les propos recueillis sur les autres sites. Cette remise en contexte permet ainsi de faire émerger un lien entre l'expression d'attitudes relevant de la cinéphilie ou de la vidéophilie et l'importance que les sites étudiés attribuent aux questions techniques dans l'évaluation de l'expérience de ces univers narratifs.

De fait, il semblerait que plus le site porte spécifiquement sur les éditions DVD et ce qu'elles peuvent offrir comme expérience audiovisuelle et narratologique, plus les discours des intervenants mettent en avant des attentes reflétant une maîtrise technique des divers dispositifs entrant dans les pratiques de suivi des *animes*. Or, ce genre d'exigences constitue justement une des caractéristiques des pratiques de cinéphiles tels que décrits par Barbara Klinger (2008), pour qui une œuvre audiovisuelle ne se réduit pas simplement à un beau récit raconté en images et en sons, mais tire sa qualité des technologies et savoir-faire dont les réalisateurs usent pour mener leur création à l'écran. Il en découle que pour apprécier pleinement une œuvre cinématographique, un matériel adéquat s'avère indispensable, du moins du point de vue de ce type d'amoureux du septième art. Ces publics développent de bonnes connaissances techniques concernant les divers formats de sons et d'images et les dispositifs appropriés pour obtenir le meilleur rendu possible. Cette attitude cinéphile se base donc, par définition, sur un certain nombre de discours que l'on pourrait qualifier de technophiles. Ce lien se retrouve ici dans les deux corpus sur les sites de critiques de DVD et de DVD d'*animes*. Il manifeste aussi une forme de sensibilité esthétisante en lien avec l'apparence de la technologie. Il en ressort que c'est parmi les usagers les plus avertis que les

processus de re-conditionnement de ces séries TV en œuvres d'un certain statut, soit échappant à l'univers purement télévisuel qui leur a donné naissance, sont le mieux reçus.

Au contraire, dans les trois premières catégories de sites Web, tous de vente, les *animes* demeurent essentiellement des séries TV éditées en vidéo, et les DVD se présentent alors surtout comme des extensions de la VHS dans le domaine numérique, permettant quelques améliorations de l'expérience vidéographique, essentiellement quantitative: les compléments et les divers pistes audio et sous-titrées permettent d'accéder à une approche que l'on pourrait qualifier d'exhaustive des *animes*. Mais, ceux-ci restent généralement de simples adaptations d'une œuvre originale et leur achat en DVD se justifie notamment par leur capacité soit à la compléter, soit à la reproduire fidèlement. Les vidéogrammes permettent donc de se constituer des collections d'œuvres télévisuelles de valeur. Il y a ainsi relativement peu d'exigences en termes de qualité audiovisuelle ou même d'esthétique de la présentation éditoriale. La ciné-vidéophilie qui en émerge penche donc surtout du côté de la vidéophilie, même s'il y a aussi des éléments de cinéphilie, notamment le fait de considérer ces séries comme des œuvres télévisuelles.

Enfin, sur les sites spécialisés dans les univers issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, on constate des attitudes qui tendent à mélanger des pratiques de cinéphiles et de vidéophiles à parts égales. En effet, bien que les *animes*, dans les discours des intervenants, demeurent résolument liés au média télévision, il apparaît que les vidéogrammes, DVD ou autres, permettent néanmoins de les re-conditionner en archives personnelles de morceaux de flots télévisuels, que l'on collectionne en-dehors du contrôle institutionnel et commercial exercé par les chaînes. Mais, les amateurs de ces séries TV s'exprimant sur ces sites affichent malgré tout une sensibilité pour les présentations soignées par les éditeurs, ayant l'impression de se faire gruger lorsque l'emballage, qu'il soit matériel ou virtuel, est trop sommaire.

8.2. Le problème de l'accès aux *animes*: une contrainte qui conditionne en partie l'orientation de la ciné-vidéophilie

La maîtrise technologique ne constitue pas le seul élément déterminant l'orientation des pratiques de ciné-vidéophilie. La question de l'accès aux *animes* joue aussi un rôle important. Dans le cas de ce terrain, elle est particulièrement liée à l'offre commerciale. Comme on l'a déjà vu, le marché germanophone s'est développé beaucoup plus récemment que dans le domaine francophone et les amateurs assidûs ne représentant qu'un public de niche, les

éditeurs et les responsables de propgrammations ont donc encore tendance à privilégier des séries grand public et donc regardables par les plus jeunes. Cela signifie qu'il y a une sorte de fracture entre les corpus francophones et germanophones sur l'ensemble des sites Web à ce sujet. Cette contrainte influence alors non seulement le rôle que les auteurs de commentaires en allemand attribuent aux divers types de plates-formes médiatiques, mais aussi leurs conceptions des DVD et leurs attentes vis-à-vis des éditeurs. De fait, quel que soit le contexte dans lequel s'expriment les internautes dont les commentaires ont été analysés, l'une des principales préoccupations évoquées concerne simplement l'accès aux *animes* et, parfois aussi, à une expérience spécifique de ceux-ci, les éditeurs ayant aussi tendance à favoriser les doublages allemands, au désavantage des versions originales sous-titrées.

Cette observation en a fait ressortir une autre, à savoir l'importance paradoxale que conserve la télévision pour les auteurs de commentaires de l'ensemble des sites Web. En effet, elle garde un rôle central dans l'expérience des *animes*, que ce soit en tant que système médiatique, en tant que dispositif technique (écran lié à un lecteur vidéo), ou en tant que logique spécifique (rendez-vous régulier, temporalité particulière) et ce, alors même que le choix d'*animes* diffusés est relativement restreint, puisque les chaînes ne sélectionnent le plus souvent que les séries à destination des publics de 7-12 ans. Ainsi, comme on l'a vu ponctuellement, le recours aux visionnements de vidéo sur le Web reprend parfois le même rôle que la télévision, à savoir permettre à certains de suivre une série de manière régulière, sans en collectionner les épisodes. Il apparaît que pour les commentaires qui évoquent cette modalité d'accès, notamment sur les sites de vente et de critiques d'*animes*, ces derniers demeurent avant tout des contenus télévisuels qui devraient, à ce titre, bénéficier d'une diffusion sur une chaîne de leur pays, qu'elle soit privée ou publique, ou du moins, être visionnés selon une logique de rendez-vous.

8.3. La ciné-vidéophilie: une large palette de pratiques de collections de séries TV

Ces analyses ont fait émerger une assez large palette d'attitudes essentiellement en fonction du type de site Web sur lequel elles s'exprimaient. Comme on vient de le voir, les propos correspondant le plus à ce que l'on pourrait considérer comme une véritable ciné-vidéophilie, soit l'idée que les séries TV peuvent être considérées comme des œuvres à part entière, à collectionner dans un bel écrin et sur un support garantissant une bonne expérience audiovisuelle, n'apparaissent essentiellement que dans les propos tirés des sites d'évaluation

de DVD et de DVD d'*animes*. Sur les autres sites, on rencontre divers discours allant de la simple application aux vidéogrammes numériques des usages des VHS à des usages pluri-techniques et pluri-médiatiques, mélangeant des éléments de pratiques liées à la vidéophilie et à la cinéphilie.

8.3.1. La ciné-vidéophilie sur les sites de vente de détails

La fracture entre les corpus francophone et germanophone y est particulièrement évidente, puisque l'on retrouve la différence quantitative dans le nombre d'occurrence des questions liées aux attentes vis-à-vis des produits DVD vendus sur ces sites dans le nombre d'unités de commentaires en allemand concernant l'accès aux *animes* (17 points de différence). D'un côté, les clients francophones manifestent une attitude qui penche surtout du côté d'une cinéphilie appliquée à des séries TV considérées comme le produits d'une culture spécifique, valant la peine qu'on s'y intéresse sérieusement, même si des considérations plus consuméristes font pencher une partie d'entre eux vers des pratiques relevant plus de la vidéophilie. En effet, pour ces derniers, les DVD vendus sur ces sites constituent avant tout la possibilité de collectionner leurs séries préférées. Par contre, du côté des clients germanophones, du fait d'un choix d'*animes* plus limités et d'éditions tendant à donner la priorité aux habitudes attribuées au grand public, l'objectif principal est de collecter les épisodes de ces séries, qu'ils considèrent d'ailleurs comme une version médiatique parmi d'autres d'un ensemble narratologique, afin de pouvoir les expérimenter à leur convenance. Si parmi eux, une partie des internautes estiment que de « vrais » fans devraient être prêts à débourser des sommes importantes pour acquérir de belles éditions pour ce qu'ils considèrent comme des œuvres à part entière, la plupart refuse de se ruiner pour constituer leur collection.

Une autre fracture se révèle aussi bien dans les commentaires en français qu'en allemand, entre des publics zélés, se réclamant d'un statut particulier de connaisseurs et de passionnés, et des publics revendiquant une même assiduité, mais refusant de payer de fortes sommes pour assouvir leur passion et cherchant donc diverses alternatives à des éditions DVD considérées parfois comme beaucoup trop chères, surtout si elles ne peuvent offrir une grande quantité de contenus. Comme ces sites s'adressent plutôt à un large public, constitué de nombreux groupes de niche, les propos de certains semblent presque élitistes, ce qui peut aussi sembler paradoxal, étant donnée la manière dont les séries télévisées sont généralement considérées, surtout lorsqu'elles se présentent sous forme de dessins animés.

8.3.2. La ciné-vidéophilie sur les sites suisses de vente de CD/DVD

Tout comme sur les sites de vente de détails, les publics de ces sites de vente de CD/DVD se caractérisent surtout par des propos focalisés soit sur leur propre position d'audienciation, soit sur les DVD en tant que produits éditoriaux, mais ils occultent presque complètement l'aspect technique et sensoriel de leur usage. Cependant, ils se distinguent par une appréhension de ces univers narratifs comme des ensembles plurimédiatiques, dont la version *anime* n'est qu'une version parmi d'autres, à tel point que l'un ou l'autre des intervenants parlent même des séries animées comme de *mangas*. La fracture entre les deux corpus s'exprime aussi autour de la question d'accès aux *animes*, mais cette fois-ci en termes essentiellement quantitatifs. Alors que les francophones souhaitent malgré tout un traitement soigné des *animes* par les éditeurs (tout en estimant que les présentations les plus luxueuses et donc les plus chères sont essentiellement destinées aux « fans »), les germanophones sont essentiellement préoccupés par la possibilité d'obtenir l'ensemble des épisodes d'une série, voire même des versions médiatiques d'un univers narratif, sans se ruiner. Par ailleurs, les francophones ont une conception plutôt linéaire de leur expérience de ces ensembles plurimédiatique, partant de ce qu'ils considèrent comme l'œuvre originale (généralement le *manga*), alors que les germanophones prônent une expérience horizontale de toutes les versions existantes.

8.3.3. La ciné-vidéophilie sur les sites de vente de produits issus de l'industrie japonaise du divertissement

Comme ces sites promeuvent une immersion aussi complète que possible dans les univers narratifs de cette industrie, il n'est donc pas étonnant de constater que les publics des deux corpus expriment une approche de ces produits dans une optique transmédia très intégrée. C'est le site où la différence entre les deux corpus est la moins évidente, puisque malgré un décalage statistique dans les résultats obtenus par les thèmes concernant l'accès aux *animes*, les propos entre les intervenants sont remarquablement similaires. Dans l'ensemble, ils se présentent comme des publics assidus de ce qui reste pour eux des produits télévisuels. Les éditions DVD constituent avant tout un moyen de recueillir l'intégralité de ces séries et les compléments qui les accompagnent ne justifient pas seulement leur prix, mais permet d'assurer une certaine exhaustivité de l'expérience de ces récits. On est donc dans une ciné-vidéophilie qui penche surtout du côté de la vidéophilie, mais dans un contexte d'immersion intense dans ces univers sérialisés, comme le font certains cinéphiles avec des œuvres cinématographiques.

8.3.4. La ciné-vidéophilie sur le magazine / forum spécialisé

La principale différence entre le magazine Animeland et le forum spécialisé Animexx.de, comme il l'a été dit, se situe au niveau des intervenants : des membres de la rédaction du site pour la plupart du côté francophone, des inscrits à la plate-forme communautaire chez les germanophones. En conséquence, la question de l'accès aux *animes* se fait encore plus aigüe que sur les autres sites, puisque les rédacteurs sur Animeland reçoivent généralement les éditions DVD d'office afin d'en faire une critique. Cependant, en termes de rapport à ces séries TV animées, les propos sont assez similaires, puisque dans les deux corpus, les DVD d'*animes* sont considérés comme des produits dérivés de *mangas*, œuvres originales, auxquelles ils doivent être aussi fidèles que possible, et que tous recherchent un accès linguistique à une expérience aussi originale et authentique que possible, même dans le cas de doublages en français ou en allemand. Le DVD se présente bien comme une passerelle vers une autre culture, reflétant ici une forme de cinéphilie culturelle. Par contre, alors que les intervenants sur Animeland se placent dans une perspective d'une expérience narratologique élargie, grâce notamment aux compléments, ceux d'Animexx.de sont plutôt préoccupés par des questions d'accès et conçoivent les supports vidéographiques essentiellement comme une extension de la VHS dans le domaine numérique. Pour eux, les *animes* restent des contenus télévisuels qu'ils cherchent surtout à consommer à leur guise, pour échapper aux contraintes des chaînes nationales.

8.3.5. La ciné-vidéophilie sur les sites de critiques d'*animes*

Sur ces sites, malgré la ligne de démarcation entre les deux corpus sur les questions d'accès, toujours problématiques pour les internautes germanophones, les discours d'audienciation et d'usage des vidéogrammes sont relativement similaires. S'il y a une distinction qui émerge et que l'on retrouve dans les deux corpus, c'est entre les tenants d'une fidélité absolue à l'œuvre originale au sein de l'ensemble médiatique développé autour d'un univers narratif, et ceux qui, au contraire, estiment que chaque version doit être complémentaire des autres et contribuer à sa manière à la constitution de ces récits transmédia. Mais, dans l'ensemble, si la grande majorité considère les *animes* comme des œuvres valant la peine d'être collectées, elles demeurent malgré tout, dans leurs discours, des œuvres avant tout télévisuelles et relevant de ce domaine médiatique. Il reste donc une réelle loyauté non seulement à ce média, mais aussi aux dispositifs techniques qui le matérialisent chez les gens, à savoir le poste de télévision et les lecteurs de vidéogrammes qui lui sont attachés. Ces derniers, même sous forme numérique restent conçus comme un moyen de visionner des *animes* à sa guise, en différé et le plus

souvent, pour compenser des lacunes de la diffusion télévisuelle. Même le Web, par l'usage des sites de « *streaming* », est utilisé comme une sorte de télévision à la demande. Il ressort donc de ces propos une ciné-vidéophilie qui s'appuie beaucoup sur des pratiques de type vidéophilie, mais s'inscrit dans un contexte d'immersion intense dans des séries transmédia, qui rappelle un aspect de la cinéphilie, celui de la plongée totale dans le récit.

8.3.6. La ciné-vidéophilie sur les sites de critiques de DVD

Les différences entre les deux corpus sont ici assez importantes. Non seulement la question de l'accès reste plus fréquente du côté germanophone, mais l'approche des éditions DVD varie aussi fortement. Du côté des commentaires en français, les éditions DVD sont véritablement conçues comme un moyen de re-conditionner des *animes* en œuvres culturelles, grâce notamment à une présentation matérielle et « virtuelle » (l'interface) soignée, mais aussi au travail réalisé sur le son et l'image afin de garantir la meilleure expérience sensorielle possible. On est donc dans une ciné-vidéophilie où une technologie de livraison vidéo est mise au service d'une pratique relevant d'une cinéphilie assez poussée. Par contre, dans les commentaires germanophones, ces éditions sont essentiellement conçues pour accumuler des contenus divers (flot télévisuel, reportages, interviews, etc.) dans l'optique d'une expérience extensive et exhaustive. Les *animes* restent considérés comme des œuvres télévisuelles ce qui implique une ciné-vidéophilie qui articule une pratique d'accumulation de contenus télévisuels rappelant l'usage des cassettes vidéo (pratique vidéophile) avec un désir d'immersion narratologique de type plus cinéphile.

8.3.7. La ciné-vidéophilie sur les sites de critiques de DVD d'*animes*

Sur ces sites, même si la question de l'accès reste un point de décalage entre les deux corpus, les approches des éditions de DVD d'*animes* sont très similaires dans les discours aussi bien en français qu'en allemand. Mêmes les considérations liées à l'accès linguistique aux *animes* sont très proches dans les deux corpus, la majorité des intervenants sur ces sites exigeant des éditions proposant une expérience culturelle aussi proche que possible de celle d'origine et dont les doublages doivent absolument respecter l'esprit. Ces éditions doivent permettre aux amateurs d'*animes*, considérés comme des œuvres à part entière, nécessitant un traitement éditorial digne de n'importe quel contenu de qualité (c'est-à-dire, un bon film de cinéma), de les recueillir dans des collections exhaustives, leur proposant une expérience élargie, dans l'optique d'une immersion aussi complète que possible dans ces univers narratifs. Les discours sur ces sites s'approchent donc le plus de ce que l'on appelle la ciné-vidéophilie, à savoir

l'adoption d'une approche cinéphile de ces séries TV et une utilisation des potentiels éditoriaux et techniques des DVD au service de cette cinéphilie, que l'on pourrait, en l'occurrence, qualifier d' « animephilie », puisqu'il s'agit d'une forme d'audienciation particulièrement assidûe mais liée strictement aux *animes* et non pas à l'ensemble des séries télévisées (ce qui aurait justifié l'usage du terme sériphilie). En effet, les *animes* sont ici considérés comme des productions issues d'un cadre culturel et médiatique spécifique, auquel le DVD doit justement offrir un accès aussi authentique que possible.

8.4. La ciné-vidéophilie: signe d'une valorisation du divertissement audiovisuel sérialisé ?

Même si la ciné-vidéophilie la plus aboutie n'apparaît que dans les types de sites Web focalisés sur les technologies de livraison vidéo digitale, à savoir le DVD et depuis 2011, le blu-ray, une certaine généralisation d'attitude de type cinéphilie appliquée aux séries et aux univers transmédia sérialisés laisse supposer un début de réarrangement de la hiérarchie de qualifications des productions médiatiques et culturelles. En effet, le fait que les éditeurs DVD prennent souvent soin de proposer une belle présentation de ces séries TV, alors qu'il s'agit de dessins animés venus d'un pays étranger dont on craignait encore, il n'y a pas si longtemps, la concurrence économique et psychologique féroce, signifie qu'il est de plus en plus admis que les séries télévisées, même animées, peuvent être considérées comme au moins des œuvres télévisuelles, si ce n’est des œuvres audiovisuelle à part entière. D’un point de vue des études de réception, cela implique alors une valorisation du divertissement télévisé, alors que pendant si longtemps, il n'a été conçu que comme un moyen d’attirer les audiences à exposer aux publicités, dont les recettes font vivre les chaînes, privées comme publiques.

Dans ce sens, les productions télévisuelles pourraient progressivement se transformer en patrimoine culturel au même titre que le cinéma, bien que rangé dans une autre catégorie. Même s'il est admis depuis longtemps que divertissement n'équivaut pas forcément à abêtissement, la doxa voulait cependant que seule une petite minorité des programmes de distraction télévisuelle ait une quelconque valeur, notamment les films documentaires et certaines émissions d’analyse culturelle ou politique. Il se pourrait que l'arrivée progressive des univers transmédia sérialisés change cette donne, en permettant à de nouvelles formes d'audienciation, plus immersives, actives, voire même interactives d'émerger. Comme le montrent les analyses de discours recueillis sur les sites Web sélectionnés pour ce terrain,

l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel et les éditeurs de DVD semblent contribuer favorablement à ce type de développement socio-culturel.

Résumé du chapitre 6

En caractérisant les attitudes de ciné-vidéophilie telles qu'elles se manifestent sur les divers sites Web étudiés, cette partie du terrain a permis de montrer plus précisémment la manière dont divers publics francophones et germanophones d'animes perçoivent le processus du re-conditionnement de ces séries en produits vidéographiques, notamment grâce aux éditions DVD. Elle souligne aussi en quoi la collection d'*animes* en DVD s'inscrit dans un cadre plus large de collection d'incarnations diverses d'univers narratifs matérialisés de plusieurs manières pour s'intégrer dans notre monde empirique. Il ressort notamment que l'importance accordée aux thèmes de chaque axe dépend du type de public visé par le site, c'est-à-dire que les internautes se conforment relativement souvent au contexte d'énonciation, traitant des sujets encouragés par le site**.** Ainsi, les questions liées aux modes d'audienciation (axe X) et d'accès (axe Y) dominent surtout dans les sites de critiques d'*animes*, tandis que les thèmes en lien avec les attentes des destinataires des éditions DVD (axe Z) apparaissent surtout dans les sites focalisés sur le DVD comme technologie de livraison ou comme produit éditorial. Le niveau de cinéphilie et de vidéophilie exprimée varie donc en fonction des publics ciblés par les sites Web. On a vu que le contexte d'énonciation joue ainsi un rôle déterminant dans ce que les internautes expriment de leurs expériences des univers narratifs produits par l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel.

Il est aussi apparu que la question de l'accès médiatique et linguistique aux *animes* constitue un facteur déterminant pour la conception de ces séries arrivant en Europe. Un accès médiatiquement et technologiquement diversifié à une large palette d'entre elles favorise une approche dé-médiée de ces séries. C'est ainsi que les internautes francophones, exposés depuis plus longtemps à un plus grand choix d'*animes* que leurs collègues germaniques, témoignent d'une attitude plus ouverte à ces processus de re-conditionnement et se soucient surtout de la qualité des éditions, qu'elles soient en DVD ou sur d'autres supports vidéographiques, notamment des sites Web de streaming. La diffusion télévisée des animes sur les chaînes germanophones étant beaucoup plus récente et le choix des *animes* proposés en vidéo souvent limité à ce qui est passé ou pourrait passer à la télévision, les commentaires en allemand tendent à considérer ces contenus comme essentiellement télévisuels et témoignent d'une certaine fidélité à la logique du rendez-vous qui caractérise le fonctionnement de la télévision. Même lorsqu'ils s'expriment sur des éditions DVD ou des distributions pirates sur le Web, la question du rythme de sortie émerge aussi. Il semble donc que pour eux, les sites de *streaming* peuvent parfois compenser une diffusion télévisuelle considérée comme lacunaire ou

déficiente. Il apparaît ainsi que les internautes germanophones considèrent plus souvent le DVD comme un successeur direct et numérique de la cassette VHS, et l'utilisent dans une optique vidéophile, c'est-à-dire pour gérer leur suivi des *animes*, plus que pour les collectionner en tant qu'œuvres audiovisuelles à part entière. Par contre, il est intéressant de constater que pour ces derniers, les *animes* s'inscrivent parfois plutôt dans une expérience véritablement transmédia, dans laquelle aucune version médiatique ne supplante l'autre, alors que les francophones témoignent d'une attitude plus linéaire et hiérarchisée de la réception de ces univers narratifs.

De fait, si la question de l'accès peut influencer les pratiques ciné-vidéophiles des internautes alternativement vers le pôle cinéphile pour les francophones et vidéophiles pour les germanophones, le contexte d'énonciation du site Web sur lequel ils s'expriment joue aussi un rôle. Au-delà de cette question, il ressort que les discours entre les deux corpus peuvent s'avérer remarquablement similaires. Si on devait placer les tendances générales exprimées sur chaque type de site sur un axe allant des postures les plus cinéphiles aux plus vidéophiles, on verrait une variation de contrastes allant des sites de critiques des DVD en tant que technologie de livraison à ceux de vente. Plusieurs facteurs font varier ces pratiques, dont, tout particulièrement la question des coûts d'achats qui peuvent interférer avec le désir de collectionner ces séries et cette préocuppation ne renvoie pas uniquement à une vision purement financière, mais aussi à la valeur que les internautes attribuent aux *animes*. En effet, il émerge fréquemment de leurs discours que les plus belles éditions DVD ne sont vraiment destinées qu'aux publics de fans les plus assidus. Les autres veulent avant tout posséder l'intégralité d'une série qui leur plaît, mais qu'ils continuent de considérer comme un simple contenu télévisuel. Ceux-là attestent alors une conception des DVD s'inscrivant dans la droite ligne des cassettes vidéo pré-enregistrées. La distinction économique entre divers types de publics émergent donc aussi dans le cas de ces séries et de manière d'autant plus aigües que certaines sont très longues, à l'instar de gros succès comme *Naruto* ou *One Piece*, qui peuvent compter plusieurs centaines d'épisodes, sans compter les films d'animation dérivés et les OAV. Même sur les sites spécialisés dans les produits issus de l'industrie japonaise du divertissement, mais eu meilleurs prix, on découvre des publics *a priori* très fidèles, mais refusant de débourser ce qui leur apparaît parfois comme des sommes trop importantes et qui se gaussent alors de ces « fanatiques » qui se font dépouillller par les acteurs commerciaux.

Un autre facteur concerne l'accès aux technologies médiatiques de diffusion et de distribution. Comme on l'a vu, la cinéphilie ne concerne pas seulement une connaissance approfondie des

contenus des œuvres filmiques, mais aussi du langage cinématographique qui s'inscrit dans le domaine technique. Un cinéphile qui se respecte tente donc de s'équiper d'un dispositif qui lui permette d'apprécier un film dans les meilleures conditions audiovisuelles possibles. L'édition en DVD, une technologie commercialisée sous le slogan d'une meilleure qualité de son et d'image que la cassette vidéo, a donc tendance à encourager cet aspect de l'attitude cinéphile, mais uniquement auprès de ceux qui ont déjà une bonne connaissance technique de ces appareils. Cela explique en partie que les discours les plus cinéphiles et adhérant le plus au processus de re-conditionnement des séries TV en marchandises culturelles soient apparus dans les commentaires recueillis sur les sites de DVD d'*animes*. Pour la majorité des internautes sur les autres sites Web, l'acte de suivre un *anime* reste avant tout une démarche liée à une logique de rendez-vous, dont on peut contrôler la temporalité grâce à divers outils, dont le DVD. Celui-ci est alors conçu comme une cassette VHS numérique, dont la capacité de stockage représente la principale propriété, puisqu'elle implique non seulement un nombre plus élevé d'épisodes sur un seul vidéogramme, mais aussi la possibilité d'y ajouter d'autres contenus, permettant de compléter l'expérience de l'*anime*. Les auteurs de ces commentaires sont donc surtout dans une perspective quantitative, bien plus que qualitative. Le DVD permet d'avoir plus de contenus qu'une cassette VHS pour un prix qui doit être raisonnable.

Mais, dans un cas comme dans l'autre, les éditions DVD d'*anime* permettent de matérialiser des séries TV que l'on collectionne aux côtés d'autres produits éditoriaux ou dérivés liés au même univers narratif. Il y a donc bien une forme de démédiation des *animes*, qui se retrouvent alors inclus dans une collection plus larges de produits incarnant de diverses manières un même monde imaginaire. En effet, il s'agit de transformer en objet un contenu normalement non seulement éphémère, mais aussi immatériel. Même les internautes qui restent fidèle à la logique de rendez-vous caractérisant le média télévisuel apprécient de pouvoir préserver ces séries hors de son système de flux. Les sites de streaming, soit une sorte de télévision sur le Web qui peut donc s'apparenter à la culture de flux, fonctionnent selon un système légèrement différent, puisque les vidéos restent sur ces sites (du moins jusqu'à ce que ceux qui les gèrent les retirent, soit pour libérer de l'espace, soit sous les injonctions judiciaires, leur activité étant rarement légale) et peuvent donc être revues à sa convenance. Le cas de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel montre donc une forme de convergence, non pas technologique, malgré l'adoption de plus en plus généralisée du numérique, mais plutôt entre les logiques de secteurs distincts, soit celles qui président aux pratiques dans lesquelles s'inscrivent les produits de flots et les marchandises culturelles. Il semble donc que l'immatériel (soit les

programmes audiovisuels diffusés) et le matériel (les objets éditoriaux) se rejoignent et se mélangent, comme l'illustrent le procédé du re-conditionnement en DVD d'une part, et le phénomène socio-technique du « *streaming* » d'autre part. On peut donc plutôt parler d'une re-configuration des relations entre « réel » et « virtuel », car, comme on l'a vu précédemment, les deux n'ont jamais été totalement séparés.

En lisant entre les lignes de tous ces commentaires, il apparaît néanmoins que, quel que soit le pôle vers lequel penchent les pratiques cin-vidéophiles analysées ici, les internautes considèrent que les *animes* sont des contenus méritant d'être préservés, si possible sur des supports durables, dans des archives personnelles temporaires, dans une optique plus vidéophile, ou dans des collections permanentes, dans une logique cinéphile. Il semblerait donc que le soin apporté par les éditeurs DVD au traitement des séries TV aie promu l'idée, auprès de divers publics, que les séries TV peuvent être dignes d'un intérêt prolongé au même titre que les productions cinématographiques. De plus, d'un point de vue SIC, avec la promotion d'une immersion plus active dans les univers narratifs grâce aux injonctions liées au transmédia, il se pourrait que les séries TV montent dans la hiérarchie culturelle des contenus audiovisuels

.

Résumé de la 2ème partie

L'objectif de cette partie était de décrire au travers de l'analyse de contenus de commentaires recueillis sur le Web, comment certains publics européens d'animes perçoivent le processus de re-conditionnement de ces séries TV en marchandises culturelles grâce à leur édition en DVD, et cela, dans le contexte d'une offre pléthorique de produits issus de l'industrie qui leur a donné naissance. En effet, vus les liens intertextuels, voire même intramédiumiques (c'est-à-dire qu'il s'agit du même médium), qu'entretiennent entre elles les diverses versions médiatiques d'un même univers narratif, il fallait en tenir compte pour comprendre les positionnements de ces publics. La grille de lecture des commentaires en trois axes a permis d'aborder les diverses facettes de cette problématique, et tout particulièrement le processus d'audienciation vis-à-vis de contenus médiatiques ne représentant qu'une version parmi d'autres, les modalités d'accès à ces séries TV en fonction des potentialités technologiques de certains dispositifs numériques, mais aussi des contraintes commerciales et socio-techniques liées aux règles suivies par les acteurs industriels, et les attentes des publics analysés quant au processus d'édition DVD. La principale difficulté de cette étude a résidé dans le phénomène de la fragmentation non seulement des publics, mais aussi des usagers, résultant du paradigme sociétal actuel qui encourage les individus à vivre librement leur vie, sans se soucier de normes spécifiques au-delà des lois s'imposant à chacun. Cela signifie qu'il est extrêmement difficile de proposer des catégories typologiques de publics-usagers ou, dans le cas de l'hypothèse de ce travail, de ciné-vidéophiles. Les résultats montrent en effet que ces pratiques s'étalent sur une palette de variations parfois subtiles, mais que l'on ne peut pas ignorer si on étudie des *particuliers*.

Cependant, la méthodologie adoptée comporte plusieurs défauts importants. Tout d'abord, comme il a déjà été précisé, les internautes les plus jeunes, qui ne s'exrpiment souvent pas sur le Web, ne sont pas du tout inclus dans le corpus. De plus, l'anonymat du Web empêche de re-contextualiser les propos des commentaires dans un vécu socialisé. Cela signifie qu'il n'est pas possible de spécifier exactement à quelle catégorie de *particuliers*, au sens où l'entend Hélène Merlin[378] (évoquée à la section 2.1.2. La sociologie de la réception pour appréhender

[378] Citée par Louis Quéré, "Le public comme forme et comme modalité d'expérience," *op. cit.*, p. 118-119.

les masses insaisissables du chapitre 1) appartiennent les internautes à l'origine des propos analysés. La plupart du temps, il est impossible de savoir précisémment qui parle et quelle est sa situation socio-démographique ou culturelle. Enfin, parce que la formulation d'une problématique précise et d'hypothèses claires a été beaucoup plus longue et fastidieuse que prévu, la recherche de terrain a dû débuter sans but vraiment précis. En d'autres termes, la méthodologie a été constituée sur la base d'un objectif vague et de questionnements flous, ce qui signifie que l'objet de la recherche est longtemps resté confus. Il a donc été initialement décidé de sélectionner des *animes* qui avaient le plus de chance d'obtenir un nombre minimum de commentaires sur autant de sites Web que possible parmi ceux sélectionnés. Il en ressort que la plupart sont soit des « blockbusters », soit des « classiques » ou des séries « cultes ». De plus, par manque de base de comparaison, il n'a pas été possible de resituer les commentaires dans un contexte d'audienciation pour chaque titre ou univers narratif. Chaque commentaire est donc pris pour lui-même et les thèmes y ont été identifiés sans tenir compte des particularités de chaque *anime* ou même des éditions DVD choisies. Au bout du compte, il s'agissait juste d'avoir une quantité suffisante de commentaires pour pouvoir évaluer l'importance des thèmes repérés. Mais, la composition du corpus ne répondant lui-même pas aux règles habituelles de la statistique, il n'est pas possible d'évaluer sa représentativité par rapport à l'ensemble des publics d'*animes* s'exprimant sur le Web. De fait, la conclusion ne peut pas prétendre à une généralisation des résultats au-delà de ce corpus spécifique.

Cependant, cette approche a aussi eu quelques avantages. D'abord, les discours recueillis ne sont pas influencés par la présence du chercheur et leur sélection a été relativement neutre d'un point de vue idéologique ou sociologique. En effet, n'ont été écartés que les commentaires qui étaient trop courts pour que l'on puisse en tirer quoi que ce soit ou qui n'évoquaient aucun thème en lien avec les axes de la grille de lecture, c'est-à-dire qui parlaient essentiellement du récit sans rien dire de l'industrie dont ils sont issus, ni même mentionner les modalités de réception ou les usages du DVD. Ensuite, il s'est avéré qu'au-delà de la carrière éditoriale de chaque univers narratif, un certain nombre de discours se retrouvent quand même concernant les mêmes thèmes. Cela signifie que pour les internautes de ce corpus, il existe des attentes ou des exigences communes qui s'appliquent à chacune de leurs expériences de ces séries et qui peuvent donc être utilisées pour définir une base de leur pratique générale telle qu'elle s'applique à leur suivi des *animes.* Par ailleurs, il est apparu que sur certaines questions, les discours sont les mêmes dans le corpus francophone et germanophone, ce qui suggère la possibilité d'une diffusion internationale d'éléments de pratiques ciné-vidéophiles dans le

cadre particulier des univers narratifs issus de l'industrie japonaise. Mais, comme la carrière spécifique de chaque *anime* n'a pas été prise en compte, il n'est donc pas possible de conclure avec certitude sur un tel phénomène de globalisation, même dans ce cas d'étude.

Cette partie a ainsi permis d'apporter des réponses à la question de départ sur la manière dont le re-conditionnement des *animes* en produit DVD est perçu par certains de leurs destinataires, mais sous la forme d'une véritable palette de considérations. Cependant, l'hypothèse de l'adhésion au processus de démédiation impliqué par cette transformation, soit une pratique de ciné-vidéophilie penchant complètement dans le sens d'une cinéphilie appliquée à des contenus télévisuels sur un support vidéographique, n'est que partiellement confirmée et seulement dans un cadre précis : celui d'une maîtrise pré-existante des technologies de lecture et d'affichage, tels qu'un lecteur DVD branché à un dispositif télévisuel ou informatique. Or, seule une minorité des commentaires recueillis témoignent d'une telle connaissance et d'un goût réel pour cet aspect de l'expérience audiovisuelle, ceux trouvés sur les sites de critiques de DVD et de DVD d'*animes*. Sur les autres sites, la majorité des internautes expriment des positions qui tendent généralement plus du côté de la vidéophilie, soit qui conçoivent cette technologie de livraison vidéo numérique comme des cassettes VHS améliorées, avec surtout une plus grande capacité de stockage dans un objet plus petit, permettant d'élargir l'expérience initiale à d'autres contenus. Ils se situent donc plutôt dans la perspective d'une accumulation de contenus que dans celle d'une collection de biens culturels. Il apparaît ainsi qu'une bonne part des internautes de ce corpus résistent au processus de démédiation impliqué par le re-conditionnement des *animes* en DVD. D'un autre côté, le désir d'accéder à une expérience culturelle originale constitue aussi une des motivations derrière l'achat d'éditions DVD, mais si elles s'avèrent trop coûteuses, ou si les sorties de chaque volume sont trop espacées dans le temps, rompant ainsi le rythme de suivi de la série, les internautes n'hésitent pas à se tourner vers le Web et les « fansubs ». De ce point de vue, les sites de *streaming* agissent un peu comme de la télévision à la demande, mais servant de passerelle entre deux contexts socio-culturels différents, un peu comme une espèce de télévision transnationale.

Il apparaît ainsi que les pratiques de ciné-vidéophilie se déploient entre deux pôles: un minoritaire, caractérisé par une acceptation de l'idée que les *animes* puissent constituer des œuvres audiovisuelles à part entière, à collectionner sous une forme tangible, dans un bel objet éditorial, aux côtés d'autres marchandises culturelles issues des mêmes univers narratifs, voire d'autres produits dérivés, c'est-à-dire une ciné-vidéophilie dominée par des attitudes de type cinéphiles; et le pôle opposé, réunissant le plus d'internautes, notamment germanophones, qui

considèrent les *animes* essentiellement comme des œuvres télévisuelles à expérimenter selon la logique de base de ce média, c'est-à-dire sous forme de rendez-vous récurrents, et pour qui les supports vidéographiques permettent surtout de gérer leur suivi de ces séries hors du contrôle des institutions, en sus des autres versions médiatiques, notamment des *mangas* dont elles ne sont que des adaptations secondaires, soit une ciné-vidéophilie dominée par une vision de l'usage des vidéogrammes tel qu'il se déployait dans le tandem télévision-lecteur vidéo.

Le contexte d'énonciation, à savoir le type de sites Web sur lesquels se sont exprimés les internautes, constitue un autre facteur déterminant la manière dont les internautes retenus dans le corpus de cette étude parlent de leurs expériences et de leur pratiques ciné-vidéophiles. De fait, plus le DVD, en tant que technologie de livraison, constitue la raison d'être du site, plus les discours penchent vers la cinéphilie appliquée aux *animes* et les conçoivent comme des œuvres audiovisuelles à part entière, soit comme des produits culturels dissociés de leur matrice médiatique d'origine. Il en découle que sur les autres types de sites Web, d'autres facteurs peuvent aussi faire varier le curseur entre ces deux pôles. La question du prix d'achat et du coût encouru par celui qui veut collecter une série, parfois très longue, émerge ainsi naturellement sur les sites de vente, notamment les deux sites « discount » spécialisés dans les produits issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel. Dans ces cas, on voit émerger des formes de ciné-vidéophilie par laquelle même si les amateurs d'*animes* souhaitent les collectionner hors du contrôle institutionnel médiatique, ils les traitent malgré tout comme des œuvres télévisuelles, ne méritant pas non plus que l'on se ruine pour les acquérir. La motivation sous-jacente est essentiellement quantitative : il s'agit d'accumuler un maximum de contenus, et éventuellement, un maximum de versions médiatiques, pour le meilleur prix. Dans cette optique, les « fans » prêts à débourser des sommes importantes sont vus comme des naïfs qui se font exploités par l'industrie. La manière dont les internautes évaluent le juste coût d'un *anime* et de ses éditions DVD constitue donc une sorte de distinction entre des publics qui se considèrent comme avertis et ceux qu'ils perçoivent comme des « fans » dans le sens négatif du terme.

Mais, cette ligne de fracture économique s'exprime aussi, dans l'autre sens, sur la question de l'accès à une expérience culturelle plus ou moins authentique, c’est-à-dire proche de l'originale telle que destinée aux publics japonais. En effet, suivant que les *animes* sont conçus comme avant tout un produit télévisuel, la présence d'options linguistiques sur les DVD peuvent alors être perçues comme un facteur inutile de renchérissement. S’ils sont considérés comme une œuvre audiovisuelle à part entière, qu'il faut respecter dans son intégralité, la présence de

version originale sous-titrée, est alors conçue comme faisant partie du prix. Dans ce sens, émerge alors une distinction entre des pratiques ciné-vidéophiles basées sur la collecte sous une forme durable du contenu d'une expérience télévisuelle dans l'optique de la revivre dans des conditions similaires à celles de sa diffusion initiale, et des internautes qui voient dans le DVD le moyen d'avoir accès à une œuvre originale, bien que déconnectée de son média d'origine, intégrant là complètement la logique de démédiation impliquée par le re-conditionenment en DVD.

Mais, quelle que soit la direction dans laquelle penchent les pratiques de ciné-vidéophilie, il semble émerger de leur expression le désir de collecter les formes immatérielles de ces univers narratifs sous une forme tangible et durable, aux côtés des autres marchandises culturelles (*mangas*, jeux vidéo) qui en sont issus ainsi que des produits dérivés. Le cas des éditions DVD des *animes* reflètent donc non seulement un processus de démédiation médiatique, soit de dissociation des contenus d'avec leur contexte médiatique d'origine, mais aussi une démédiation matérielle ou une rematérialisation de contenus considérés comme « virtuels », soit non-actualisés dans notre environnement physique. En présentant des séries TV sur des technologies de livraison initialement destinées à la commercialisation de films de cinéma sur la base de critères généralement attribués aux cinéphiles, les éditeurs DVD font entrer des contenus longtemps considérés comme du pur divertissement éphémère, car essentiellement médiocre, dans le domaine des œuvres à collectionner, aux côté des films de cinéma, mais aussi des livres, des « albums » de musique, etc.

Conclusion

1. L'intérêt de cette recherche

Cette thèse a été l'occasion d'aborder des sujets d'importance pour comprendre un secteur-clé de nos sociétés industrialisées, celui du divertissement audiovisuel. En effet, aussi bien le temps consacré aux loisirs que la place occupée par le divertissement audiovisuel dans ceux-ci ont beaucoup augmenté ces dernières années, au point de représenter une part significative de la vie quotidienne[379]. S'insérant dans une perspective des sciences de l'information et de la communication (SIC), à la croisée des questions d'audienciation et d'usages des technologies, ce travail avait justement pour but d'éclairer sous un angle spécifique le processus de réception de produits audiovisuels circulant à travers le monde à l'ère du tout-numérique et des promesses de révolution techno-sociale.

La décision de s'intéresser de plus près à l'industrie japonaise a été motivée par divers facteurs, dont tout particulièrement une grande familiarité avec les *animes* diffusés sur les chaînes françaises dans les années 1980-1990 et la découverte, au cour de la première décennie du 21ème siècle, d'une littérature académique en anglais traitant de l'histoire des *mangas* et des *animes*, au Japon et en Amérique du Nord. Cependant, ces ouvrages faisaient complètement l'impasse sur l'Europe, et notamment la France et l'Italie, qui ont pourtant longtemps constitué les principaux marchés occidentaux d'exportation pour ces produits. Plus problématique encore, une bonne part de ces discours a tendance à considérer que la situation nord-américaine s'applique aux contextes européens et qu'il est donc possible de les regrouper sous le vocable d'« Occident » (*The West*). Il est alors apparu que peu de chercheurs s'étaient intéressés à la réception de ces univers narratifs sur le vieux continent, sauf pour décrier leur nocivité pour les enfants. Une autre raison pour traiter de cette industrie spécifique réside dans les nombreux discours sur la domination progressive de l'Asie sur le monde[380]. En effet, l'idée de l'émergence des « tigres » asiatiques, non seulement dans le domaine économique et financier, mais également sur le front culturel, fait maintenant son chemin dans les consciences américaines et européennes. Si le Japon apparaît depuis une vingtaine d'années comme un fauve économiquement et démographiquement fatigué, certains experts et journalistes très en vue, comme Joseph Nye (1990), à propos du « *soft power* » japonais[381], et

---

[379] Fabienne Gire, Dominique Pasquier, et Fabien Granjon, "Culture et sociabilité: Les pratiques de loisirs des Français," *Réseaux*, 30 December 2007, vol. 25, no. 145-146, p. 172. ; Olivier Moeschler et Stéphanie Vanhooydonck, *Les pratiques culturelles en Suisse: Analyse approfondie – enquête 2008*, 2011, p. 24-25.

[380] Laquelle avait notamment alimenté la peur du "péril jaune" et la panique contre les "dessins animés japonais" dans les années 70-80.

[381] Joseph Nye, "Soft power," *Foreign policy*, 1990, no. 80, p. 153-171.

Douglas McGray, avec son fameux article sur le *Japan's Gross National Cool*[382], laissent penser que ce pays serait en train de devenir une puissance culturelle. Marco Pellitteri a partiellement repris cette perspective dans son ouvrage très complet sur l'histoire de l'importation des *animes* et des *mangas* en Europe[383], mais pour y apporter d'importantes nuances.

S'il reconnaît que l'on peut effectivement retrouver l'empreinte d'une influence de la culture populaire japonaise actuelle dans les productions pour enfants commercialisées sur nos marchés, il estime que l'adoption de ces codes grapholexiques et d'un certain imaginaire global lié au Japon n'a servi, en réalité, qu'à contenir l'expansion des contenus audiovisuels japonais en Europe et en Amérique du Nord, au point qu'ils ne constituent aujourd'hui plus qu'une niche commerciale, malgré l'immense succès de quelques franchises comme *Pokémon*, *Naruto* ou *Yu-Gi-Oh*. Si l'industrie nippone conserve encore un certain avantage compétitif sur le marché mondial du jeu vidéo sur console, les entreprises américaines dominent déjà celui du jeu en-ligne, et tout particulièrement du MMORPG (*Massively Multiplayers Online Role Playing Games* - Jeux de rôle en ligne massivement multi-joueurs). Cependant, cette étude a permis de rappeler que les industries du divertissement audiovisuel ne sont pas façonnées uniquement par les entreprises occidentales, mais que les acteurs de la culture populaire et de l'ingénierie japonaise ont aussi joué un rôle important dans le foisonnement technologique et le développement actuel des phénomènes transmédia.

Elle a aussi servi à éclairer plusieurs facettes de ces industries dont tout particulièrement les obstacles à la globalisation de leurs activités qu'elles rencontrent encore, et qui sont souvent de leur propre fait. L'oscillation entre massification et individualisation, standardisation et personnalisation continue ainsi de caractériser leur recherche de l'audience idéale, et l'adoption du numérique, pourtant présenté comme un langage universel et polyvalent, n'a pas encore permis de réconcilier ces deux pôles. Au contraire, les destinataires des produits médiatiques sont plus que jamais confrontés à une démultiplication de dispositifs en tous genres, souvent incompatibles les uns avec les autres, pourtant censés répondre à leurs besoins personnels.

---

[382] Douglas McGray, "Japan's Gross National Cool," *op. cit.*
[383] Marco Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, *op. cit.*

Le cas du DVD, une technologie résultant de la coordination entre fabricants de matériels électroniques, producteurs de contenus et éditeurs de logiciels, illustre bien cette tension entre les idéaux envisagés et la réalité des pratiques et des usages. En effet, bien qu'il s'agisse d'un véhicule transportant des énoncés codés sous forme de « paquets » de 1 et de 0, *a priori* lisibles par n'importe quel appareil digital, n'importe où dans le monde, ce sont les éditeurs de contenu qui ont exigé des fabricants qu'ils verrouillent les disques optiques des DVD en fonction de zones qui correspondent à la division du monde telle qu'ils l'appliquent dans leurs modèles commerciaux. La recherche de terrain a permis de mettre en lumière comment les publics réagissent à ces contraintes économiques, y compris sous l'angle de l'expérience interculturelle résultant de la confrontation avec un contenu produit à l'autre bout du monde, pour une autre audience.

Surtout, les analyses de contenu des commentaires d'amateurs d'*animes* ont pu faire apparaître en creux certains aspects de la reconfiguration des rôles des divers acteurs industriels impliqués dans la production et la circulation du divertissement audiovisuel telle qu'elle affecte les publics et les usagers de ces multiples dispositifs d'accès et d'affichage de ces contenus. En effet, elles ont notamment permis d'illustrer, grâce à un cas spécifique et particulièrement emblématique, la thèse de la démédiation des contenus télévisuels développée par Jean-Louis Missika dans son ouvrage *La fin de la télévision* (2006). Le sociologue estime effectivement que les chaînes de télévision sont en train d'être progressivement délogées de leur position d'intermédiaires entre des créateurs de contenu et les audiences par d'autres acteurs économiques, notamment certains groupes de télécommunication, qui les intègrent dans leurs offres, aux côté d'abonnements téléphoniques et d'accès à Internet [384].

Dans le cas spécifique de l'importation des *animes* en Europe, les télévisions se sont progressivement désengagées, sous la pression de diverses forces politiques et sociales, pour laisser la place aux éditeurs vidéo, qui ont d'abord proposé certaines de ces séries sur cassettes VHS (au milieu des années 90), puis en DVD et blu-ray, et maintenant, également en vidéo à la demande. Cependant, tout en illustrant la manière dont une bonne part de ces publics restent malgré tout fidèles à la logique du rendez-vous télévisuel, ainsi que l'a aussi constaté Jean-Louis Missika, cette étude va plus loin, en s'intéressant au statut culturel qu'ils accordent

[384] Jean-Louis Missika, *La fin de la télévision* , *op. cit.*, p. 63-64.

aux contenus audiovisuels avant et après le re-conditionnement qu'implique ce processus de démédiation des *animes*.

2. Démédiation et pratiques de divertissement audiovisuel

Comme il était impossible pour une seule personne d'aborder la question de la réception de l'ensemble des produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel et de leur succès en-dehors de leur pays d'origine, il a été décidé de la traiter sous un angle spécifique, mais transversal : celui de la réception en Europe francophone et germanophone d'*animes* édités en DVD, celui-ci étant devenu, pour des raisons économiques mais aussi socio-culturelles, le principal véhicule officiel de ces séries sur le vieux continent. D'un point de vue de la sociologie de la réception et des usages, il s'avère que regarder un *anime* doublé dans sa propre langue à la télévision ou le visionner à sa convenance et en version originale sous-titrée en DVD ne constitue pas du tout la même expérience. La différence réside en effet dans la réception du processus de re-conditionnement de ces séries, qui, de contenus éphémères, déconsidérés, et condamnés à disparaître avec le flot continu d'images, se voient promus au statut de marchandises culturelles, éditées dans un objet tangible et durable, que l'on peut collectionner aux côtés d'autres versions médiatiques, voire de produits dérivés tels que des figurines.

La question de la perception du procédé de reconditionnement à la fois commercial, culturel et technique a débouché sur l'hypothèse du développement de pratiques hybrides, issues des habitudes de publics distincts, mais que l'usage de la technologie DVD, du fait de son histoire à la croisée de plusieurs industries (informatiques et audiovisuelles), semble pouvoir satisfaire grâce à un seul produit : les cinéphiles et les vidéophiles. Plus spécifiquement, l'utilisation de cette technologie de livraison, initialement développée pour la commercialisation vidéo de films selon des critères cinéphiles, dans le domaine de l'édition de séries TV, manifeste un discours sous-jacent sur la valeur culturelle de ces contenus. Si on peut les éditer avec le même soin que des films de cinéma (grand public ou d'auteur), c'est que l'on peut aussi les considérer comme des œuvres, soit télévisuelles, soit à part entières, dissociées de la télévision, c'est-à-dire totalement « démédiées ».

Pour éprouver cette hypothèse, l'approche théorique s'est appuyée sur deux cadres conceptuels articulés l'un à l'autre. Le premier, le plus large, comprenait une description en trois grands axes du contexte dans lequel évoluent toutes les industries du divertissement audiovisuel, à

savoir la fragmentation des audiences, la globalisation et l'adoption de plus en plus généralisée du numérique. Le second s'étirait entre deux thèmes transversaux : d'une part, l'évolution des pratiques du divertissement audiovisuel dans le sens d'une individualisation toujours plus accrue, débouchant sur les phénomènes de démédiation et d'obsolescence programmée, avec une constante nécessité d'innover comme corrolaire, et d'autre part, la logique de sérialisation, qui se trouve au cœur du transmédia actuel, mais qui peut s'opposer à cette dynamique de renouvellement.

Puisque la problématique concernait d'abord les publics européens des éditions DVD d'*animes*, il a été décidé de concevoir la recherche en partant du phénomène de fragmentation des audiences et d'aborder la question de la globalisation sous l'angle du fonctionnement des entreprises concernées. Il est alors apparu progressivement que si les industries médiatiques se sont historiquement assez rapidement pensées au niveau international, voie transnational, ce sont avant tout des audiences nationales qu'elles ont toujours cherché à capter et que la tension entre massification et individualisation, standardisation et personnalisation, pouvait se concevoir dans cette perspective. Dans cette configuration, le numérique a émergé alors comme un des moyens technologiques, mis en œuvre pour réconcilier ces deux pôles dans l'approche des audiences, et le DVD comme l'un des derniers avatars matériels de ces tentatives. A partir de là, les questions de la démédiation et de la sérialisation ont pu être abordée en fonction de ce qu'elles reflétaient des évolutions récentes de l'industrie sur ces trois axes.

C'est ainsi qu'il a été possible de situer le DVD à la fois en tant qu'innovation technique et comme matérialisation de pratiques pré-existantes dans l'histoire techno-culturelle des industries du divertissement audiovisuel, un concept qui, en lui-même, reflète bien les interconnexions qui se sont construites progressivement entre les deux grands secteurs de la production médiatique, à savoir la culture de flot et les marchandises culturelles. En effet, les éditions DVD de séries TV reprennent un procédé ancien, celui du re-conditionnement de contenus médiatiques, et comme d'autres véhicules matériels, représentent des produits hybrides, reliant plusieurs secteurs industriels et manifestant des pratiques mélangées. En nous concentrant sur cette question du re-conditionnement, il est ainsi apparu que les acteurs industriels japonais se sont parfaitement insérés dans cette configuration, initialement influencés par le divertissement occidental, avant de devenir eux-mêmes acteurs du développement de ces stratégies au niveau mondial, notamment grâce à ce qu'Anne Allison

(2010) a décrit comme le « techno-animisme »[385]. Cette attitude qui consiste à présenter un contenu comme une sorte d'entité autonome pouvant passer d'un média à l'autre semble, en effet, avoir favorisé la tendance à collectionner, entre autres produits dérivés des univers narratifs de cette industrie, les versions médiatiques matérialisées sur le disque optique du DVD. De plus, il a été constaté que malgré la mauvaise réputation de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel dans plusieurs pays d'Europe, ces stratégies transmédia, aidées en cela par la fragmentation des audiences, ont permis malgré tout aux *animes* de revenir occuper une niche marketing à la fin des années 90, aux côtés de produits éditoriaux comme les *mangas* et les jeux vidéo.

3. Une approche descriptive d'une palette de pratiques de ciné-vidéophilie

Cette approche a justifié une méthodologie qui s'appuie sur une prise en compte de la relation entre contenus et contenants, afin de comprendre comment les amateurs de ces séries TV se situent vis-à-vis de l'industrie qui leur a donné naissance, de la pléthores des versions qui composent ces univers narratifs ainsi que des contraintes à la fois techniques et commerciales qui peuvent leur être imposées. Elle a aussi débouché sur une grille de lecture distinguant entre diverses facettes du processus de réception de ces univers narratifs et favorisant la distinction entre une transmédialité totale, manifestée par l'adaptation d'un récit en de multiples versions médiatiques et produits dérivés, et une transmédialité partielle, résultant d'une dé-médiation et du re-conditionnement qui l'accompagne, lorsqu'une version médiatique passe simplement d'un véhicule à un autre, comme dans le cas de l'édition DVD d'*animes*. L'hypothèse reposait sur l'idée que ces activités de re-conditionnement pouvaient influencer les pratiques de divertissement audiovisuel domestique dans le sens d'une cinéphilie appliquée à des produits vidéographiques, donnant progressivement naissance à des pratiques qualifiées de ciné-vidéphiles. Les analyses des commentaires recueillis sur divers types de site Web, portant alternativement sur la vente de DVD d'*animes*, la critique d'*animes* ou encore la critique de DVD ou de DVD d'*animes*, devait permettre d'obtenir une palette de variations s'étalant entre les deux pôles de ces pratiques hybrides : soit plutôt cinéphile, c'est-à-dire portés à considérer les contenus comme des œuvres dignes d'être collectionnées, ou plutôt vidéophiles, dans le sens d'une accumulation de morceaux de flots télévisuels, pour un visionnement différé.

---

[385] Anne Allison, *Millennial Monsters, op. cit.*

3.1. La démédiation des *animes* : la télévision tient bon

Ces analyses, bien que reposant sur une méthodologie comportant certains défauts dont il a fallu tenir compte lors de l'interprétation des résultats, ont ainsi partiellement confirmé les hypothèses posées au début de ce travail. Il est notamment apparu que la réception du processus de démédiation des *animes* lors de leur arrivée en Europe, et du re-conditionnement l'accompagnant, dépend en grande partie de la conception qu'ont les internautes étudiés de ces séries TV.

De manière générale, la démédiation influence le suivi des *animes* par les internautes étudiés dans cette recherche essentiellement à travers leur accessibilité. Celle-ci n'est de loin pas la même sur les marchés francophones et germanophones. En effet, comme on l'a vu à plusieurs reprises, les *animes* ont été commercialisés en France bien avant qu'en Allemagne, ce qui signifie que les acteurs industriels français disposent d'un plus grand vivier d'audiences que les éditeurs allemands, et donc d'une meilleure assurance d'arriver à vendre leurs produits. Les publics germanophones ayant été exposés à moins d'univers narratifs issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel et depuis moins longtemps, ils se montrent donc moins confiants dans le travail des intermédiaires qui importent ces séries. Avant d'acheter des *animes* dont ils ne connaissent rien ou presque rien, n'ayant eu que des échos par le bouche-à-oreilles interpersonnels ou médiatiques, ils désirent donc pouvoir les voir, au moins partiellement, « gratuitement », c'est-à-dire, à la télévision.

Il est ainsi apparu que celle-ci conserve paradoxalement une place centrale dans leur expérience de ces produits. De plus, nombre d'internautes semblent rester attachés à la logique du rendez-vous récurrent ainsi qu'à l'attente entre les épisodes, quoique dans des limites du raisonnable (selon leurs propres critères, qui peuvent naturellement varier), et même, pour une partie d'entre eux au « poste » de télévision. Ainsi, de nombreux commentaires se demandaient quand tel ou tel *anime* serait diffusé ou re-diffusé à la télévision, alors même qu'il était disponible en DVD. En l'absence d'une telle programmation, les sites de téléchargements, notamment de « *streaming* » peuvent alors servir de remplacement de la télévision, tout en restant dans une logique de flot similaire. Cependant, cette méfiance de certains germanophones s'exerce aussi à l'égard des chaînes de télévision qui tendent à censurer ces séries par des interventions éditoriales parfois très invasives. De fait, lorsque les éditeurs DVD reprennent ces versions, leur travail est alors souvent considéré comme une nuisance ou même une interférence par les internautes germaniques qui tentent d'accéder à

ces séries dans leur intégralité d'origine. Dans leur optique, les sites de téléchargements permettent alors de compenser ces lacunes.

Il semblerait donc que la plupart des internautes qui s'expriment sur le sujet acceptent au moins une certaine forme de dé-médiation, celle permettant la transformation des séries TV en œuvres à conserver. Cependant, c'est bien le pôle vidéophile qui prédomine et les animes restent considérés essentiellement comme des œuvres télévisuelles. Pourtant, on peut considérer que cela constitue malgré tout une forme de changement de statut pour ces séries, jusqu'à récemment surtout perçues comme un simple divertissement passager et éphémère, pris dans un flot continu d'images. Mais, cela signifie aussi que la télévision, du moins dans sa logique médiatique, garde une réelle influence sur la manière dont ces internautes conçoivent leurs divertissements audiovisuels.

3.2. Les perceptions du re-conditionnement des *animes* en produit DVD

Les analyses montrent que seule une petite minorité admet l'idée qu'il est possible de transformer une série TV en œuvre audiovisuelle à part entière, manifestant par là l'adoption d'une véritable attitude cinéphile appliquée à ces contenus. La majorité des commentaires recensés dans cette étude continuent de voir les *animes* comme des séries intrinsèquement reliées au média télévisuel. Non seulement cela, mais s'ils sont motivés par l'idée de préserver un contenu hors du contrôle de l'institution médiatique, ce n'est pas forcément dans une optique de collection, dans le sens cinéphile, mais bien plutôt dans celui d'une archive vidéographique, permettant de gérer leur suivi de ces séries. Pour la majorité de ceux qui s'exprimant sur les éditions DVD, celles-ci se présentent plutôt comme des cassettes VHS améliorées, notamment à la capacité de stockage plus grande, permettant d'étendre la logique de sérialisation et l'expérience narratologique à d'autres contenus additionnels, permettant de passer de l'autre côté des coulisses. Ils se situent plutôt dans la perspective d'une accumulation de contenus que dans celle d'une collection. On peut donc penser qu'une partie du public résiste encore aux implications du re-conditionnement des *animes* en DVD.

D'un autre côté, le désir d'accéder à une expérience culturelle originale constitue aussi une des motivations derrière l'achat d'éditions DVD, mais si elles s'avèrent trop coûteuses, ou si les sorties de chaque volume sont trop espacées dans le temps, rompant ainsi le rythme de la série, les internautes n'hésitent pas à se tourner vers le Web et les « *fansubs* ». De ce point de vue, les sites de *streaming* agissent un peu comme de la télévision à la demande, mais servant de passerelle entre deux contexts socio-culturels différents. C'est là qu'apparaît une autre

ambiguïté des postures affichées par les internautes de cette étude, puisque la logique sous-jacente au Web et celle de la télévision sont *a priori* opposées, le premier fonctionnant plutôt dans un registre de transmission à la demande, et la seconde, dans celui d'une diffusion centralisée en flot continu, même s'ils ont en commun que celui-ci est sous le contrôle d'un tiers. Les sites de téléchargements et/ou de *streaming* ont néanmoins cet avantage sur la télévision, en tous cas pour ceux qui veulent contrôler les modalités de visionnement de leurs séries préférées, que leurs « vidéos » sont accessibles à tout moment. Cependant, ils n'encouragent pas à la collection. Ils se situent, tout comme la télévision, dans une optique d'accès et les « séries » sont présentées sous forme de listes d'épisodes, non pas d'œuvres à collectionner. Cela signifie que ces vidéos sont juste présentées en juxtaposition avec d'autres contenus, et non pas dans des ensembles cohérents.

Il est ainsi apparu que la tendance vers une attitude cinéphile dépend surtout de deux éléments : la position attribuée aux *animes* dans la hiérarchie des productions culturelles, exprimées en termes économiques et financiers, et la maîtrise technologique des dispositifs permettant leur visionnement. Dans la majorité des commentaires s'exprimant à ce sujet, les animes restent des séries télévisées et donc des œuvres de moindre valeur par rapport à d'autres contenus audiovisuels, comme les films de cinéma ou les « livres », soit les ouvrages imprimés, y compris les *mangas* . De fait, ils estiment que certaines éditions DVD de luxe, qui tendent à renchérir l'acquisition des épisodes, sont simplement surfaites et s'adressent avant tout à des « fans », considérés non pas comme des connaisseurs, mais plutôt comme des naïfs un peu snobes qui se font avoir par les stratégies commerciales. A leur avis, la logique de cinéphilie ne peut s'appliquer que dans une certaine limite aux séries, surtout à des séries animées. Les DVD servent essentiellement à collecter les épisodes d'un animes et les contenus additionnels peuvent ajouter de la valeur s'ils permettent d'étendre l'expérience du récit à d'autres domaines, en l'approfondissant ainsi. Mais, il ne faut pas qu'ils renchérissent exagérément le produit. D'un autre côté, une minorité des internautes voit au contraire les belles éditions comme une forme de respect de ce qu'ils considèrent comme des œuvres audiovisuelles, s'inscrivant dans un ensemble narratif et transmédia.

La perception du re-conditionnement dépend aussi de la maîtrise technologique affichée par les internautes. En effet, il apparaît que la cinéphilie ne se limite pas à la recherche d'une expérience esthétique et narrative, mais aussi sensorielle et médiatique, ce qui implique un minimum de connaissances des dispositifs techniques de visionnement et leurs caractéristiques. Ainsi, ce sont sur les sites de critiques de DVD et de DVD d'animes que les

propos penchent le plus vers une perception véritablement cinéphile du re-conditionnement des animes en œuvres. La plupart des internautes qui s'y expriment semblent considérer que ces séries ont valeur d'œuvres audiovisuelles à part entière, méritant alors un traitement du son et de l'image digne de ce nom.

Pour la plupart des internautes sur les autres sites, les animes restent des séries TV, qui peuvent certes être rassemblées comme des œuvres télévisuelles, mais qui ne nécessitent pas des conditions techniques de visionnement d'excellente qualité, puisqu'elles n'ont pas bénéficié d'une réalisation technique particulièrement soignée à l'origine. Non seulement cela, mais l'aspect technique est effectivement presque complètement ignoré dans la très grande majorité des commentaires. Il s'agit plutôt de pouvoir contrôler divers paramètres de l'expérience, ce qui n'est généralement pas possible avec un fichier téléchargé ou avec la diffusion télévisuelle. En effet, la multiplication des dispositifs médiatiques et techniques semble avoir fait naître un désir d'une plus grande palette d'options permettant de paramétrer son expérience : choix de langues, choix de versions éditoriales, choix des dispositifs techniques de visionnement. Or, il faut reconnaître que la plupart des dispositifs de lecture et d'accès aux contenus audiovisuels sont d'une utilisation relativement aisée, ce qui explique que les propos analysés y fassent peu référence. En général, les commentaires abordant l'aspect technique du DVD ou d'autres dispositifs se contentent de lister leurs fonctions ou leurs capacités. Dans cette optique, le DVD et les autres supports vidéo permettent surtout de prendre connaissance de ces récits de manière suivie et les contenus additionnels peuvent éventuellement apporter une valeur ajoutée, mais uniquement dans le but de rentabiliser le produit en augmentant la quantité de contenus pour un prix modique.

3.3. La ciné-vidéophilie entre collection et simples listes

Enfin, ces analyses ont montré que la démédiation des *animes* en DVD constitue une forme de matérialisation de ces contenus qui permet alors de les collectionner ou des les accumuler aux côtés d'autres objets incarnant ces univers narratifs, notamment les marchandises culturelles comme les *mangas* et les produits dérivés. En effet, aussi bien les commentateurs germanophones que francophones considèrent les univers narratifs dont sont issus les *animes* comme des tous cohérents. Cependant, l'atittude de la plupart s'oppose à la logique latérale du développement synergique, voire super-synergique, de ces ensembles, dans la mesure où ils les abordent le plus souvent selon une logique chronologique et linéaire. Cela signifie qu'ils continuent de considérer la première incarnation de ces récits comme l'œuvre originale et les

autres, comme des « adaptations » ou des « dérivés », potentiellement dégradés par rapport à leur modèle de départ. Ils hiérarchisent donc encore majoritairement les versions médiatiques de ces univers narratifs, alors que ces formes de commercialisation synergique ou super-synergique tendent à les présenter comme équivalentes en valeur, et comme de simples composantes du méta-récit, qu'il faut accumuler, potentiellement à l'infini.

Certes, une minorité de germanophones ayant développé une approche un peu moins hiérarchisée de ces univers narratifs, acceptent de les expérimenter de multiples manières sans trop se formaliser de l'ordre dans lequel ils les abordent. Mais même eux reconnaissent la centralité de la version « originale », soit généralement le *manga*, dans cet ensemble. De fait, rares sont ceux parmi eux qui expriment vraiment une approche fortement intégrée de ces univers narratifs et acceptent de les expérimenter de multiples manières sans les hiérarchiser. Cette attitude s'exprime plus exactement dans des commentaires où les internautes semblent confondre, par exemple, les concepts de « *manga* » et d' « *animes* », d' « *anime* » et de « DVD » ou même carrément, de « *manga* » et de « DVD ».

Il semblerait donc que l'on soit confronté à une logique de sérialisation à l'intérieur d'une œuvre. On voit particulièrement bien là la tension entre accumulation, potentiellement infinie, et collection, dans une optique de finitude. L'œuvre est segmentée de manière sérielle, mais ses diverses versions peuvent aussi être des œuvres, notamment la toute première. Il apparaît que l'on pourrait alors considérer les univers narratifs transmédias comme des « méta-œuvres » constituée de diverses œuvres ou versions d'une même œuvre, lesquelles sont alors "juxtaposées" dans une optique ouverte vers un développement potentiellement infini, mais dont on sait bien malgré tout qu’il prendra fin un jour.

4. La ciné-vidéophilie et le changement de statut culturel des séries TV

Cette recherche a donné lieu à une réflexion assez large qui a permis d’aborder le phénomène du transmédia sous un angle un peu particulier : celui du processus par lequel un produit médiatique passe d’un secteur à l’autre, dans notre cas, de celui de la télévision au marché de l’édition vidéo. Cette transformation d’un produit de flot en une marchandise culturelle, selon les termes de Patrice Flichy (1991), implique un changement de statut de son contenu, qui, comme on l’a vu, devient alors un texte fini, voire une œuvre à part entière que l’on peut alors inclure dans une collection personnelle, matérialisée sous forme tangible.

L'idée de préserver des morceaux de flot télévisuel n'est pas nouvelle et suppose que certains contenus, bien que conçus initialement pour une diffusion à un moment spécifique, décidé par la chaîne de télévision, généralement dans une optique commerciale, sont appréciables au point qu'ils valent la peine d'être préservés, et peut-être même revus à plusieurs reprises. Cependant, pendant des années, les enregistrements vidéo que les gens réalisaient servaient essentiellement à gérer leurs temps de divertissement télévisuel et à échapper partiellement aux contraintes de la grille horaire. Ils étaient rarement permanents, le manque d'espace physique obligeant la plupart des usagers à ré-enregistrer d'autres contenus par-dessus les précédents. D'ailleurs, les "vidéophiles" assidûs, soit, ceux qui se constituaient de véritables archives de télévision, étaient plutôt rares, dans la mesure où il s'agissait d'une activité requérant une bonne connaissance du matériel vidéographique et une certaine patience pour la classification et les étiquettages. Surtout, une telle habitude était alors considérée comme plutôt bizarre, dans la mesure où les contenus télévisuels ne sont pas conçus pour être préservés, mais consommés au moment-même de leur diffusion[386].

Cette conception des choses a commencé à être bouleversée avec l'arrivée des premières éditions VHS de séries TV, mais les contraintes matérielles et commerciales n'ont pas permis une commercialisation massive des séries en cassettes vidéo. Cependant, c'est ainsi qu'a progressivement émergé l'idée que même sans être des chefs-d'œuvre artistiques, les séries TV méritaient néanmoins de recevoir un traitement éditorial soigné, au même titre que n'importe quel film commercial. Le DVD, circonvenant certaines des difficultés techniques et physiques de la VHS, permettaient alors aux producteurs de séries TV de les vendre directement au public comme un contenu à collectionner.

Cependant, à cet aspect vidéophile de la pratique, le recourt à une technologie de livraison numérique, permettant de rassembler divers types de contenus dans un seul produit éditorial, ajoutait alors la possibilité de postures plus cinéphiles, déjà annoncées depuis la fin des années 80, avec les éditions élaborées de films de cinéma sur des disques laser par des sociétés comme Criterion. Le DVD ayant émergé à la croisée des chemins entre activités vidéophiles consistant à collecter des contenus de flot grâce à des dispositifs vidéographiques rattachés à la télévision, et des attitudes cinéphiles, consistant à collectionner des œuvres, il en découle que ces formes de ciné-vidéophilie se déployent selon une palette de réactions au processus

---

[386] Kim Bjarkman, "To Have and to Hold: The Video Collector 's Relationship with an Ethereal Medium," *op. cit.*

de re-conditionnement des *animes*, allant de conception de ceux-ci comme des « œuvres télévisuelles » à leur perception comme « œuvres audiovisuelles » sérialisées. Mais, dans les deux cas, il apparaît que le procédé de re-conditionnement de ces contenus, auparavant déconsidérés et initialement destinés à une vie éphémère, en un produit vidéographique a favorisé un changement de statut de ceux-ci dans les modalités de leur réception, lequel est également relayé par des acteurs de l'espace public, notamment des journalistes spécialisés. Il semblerait ainsi qu'il devient de moins en moins bizarre de collectionner des séries télévisées sous une forme tangible et de désirer les revoir plusieurs fois à sa convenance. Et cela même si certains plaident de manière rétrospective pour le respect de la logique télévisuelle pour laquelle les séries ont été créées[387].

Ce travail a aussi montré sous un autre angle, celui de la relation entre deux secteurs des industries du divertissement audiovisuel, la culture de flux et les marchandises culturelles, le rôle joué par certains publics et usagers, non pas pionniers, mais plutôt éduqués et initiés aux nouvelles technologies, dans l'encouragement à de nouvelles attitudes[388]. Or, l'approche japonaise des stratégies transmédia, couplée à l'adoption du numérique, a facilité ces développement en encourageant une matérialisation des univers narratifs afin de pouvoir les collecter sous une forme tangible. C'est ainsi que le traitement de la problématique de la perception qu'ont les publics européens d'*animes* de leur re-conditionnement en produits vidéo a révélé la relation étroite qui peut se développer entre la collection de versions médiatiques matérialisées et celle de produits dérivés, tous issus d'un même univers narratif. Mais, il a aussi souligné la multiplicité des attitudes, parfois contradictoires, qui peuvent émerger de la rencontre entre des discours sur les nouvelles technologies et certaines logiques promues par les acteurs commerciaux d'une part, et des pratiques déjà bien enracinées dans les habitudes des gens, d'autre part.

Cependant, pour des raisons essentiellement logistiques, il n'a pas été possible d'aller plus en profondeur dans l'analyse des pratiques ciné-vidéophiles décrites dans cette étude. En effet, il serait particulièrement intéressant de croiser les données des trois axes afin de pouvoir proposer une typologie de ces attitudes pour chaque internaute et d'affiner ces catégories par des entretiens avec des amateurs de ces séries et/ou des observations in situ. Des recherches

---

[387] Jim Pagels, "Arrêtez de regarder les séries télé à la chaîne !," *Slate.fr*, traduit par Antoine Bourguilleau, 07/14/2012.
[388] Guénaël Pépin, "Le piratage a forcé l'animation japonaise à se réinventer en France," *Le Monde.fr*, 05/06/2013.

similaires, portant sur la réception de séries télévisées circulant par d'autres moyens numériques, tels que le *streaming* sur le Web ou la vidéo à la demande, qui se développent depuis quelques années, permettraient de continuer d'évaluer le positionnement de la télévision, à la fois comme média et comme dispositif technique, dans le divertissement audiovisuel domestique

Bibliographie

Ouvrages imprimés

ALLEN R.C. (dir.), *To be Continued….: Soap Operas Around the World*, London, New York, Routledge, 1995.

Allison, Anne, *Millennial Monsters: Japanese Toys and the Global Imagination*, Berkeley, CA, University of California Press, 2006.

Appadurai, Arjun, *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Mineapolis, MN: University of Minnesota Press, 1996.

Arborio, Anne-Marie, et Fournier, Pierre, *L'observation directe : L'enquête et ses méthodes*. 2è édition. Paris: Armand Colin, 2005.

Barbier, Frédéric et Bertho Lavenir, Catherine, *Histoire des médias : De Diderot à Internet* , 3ème éd., Paris, Armand Colin, 2003.

Barlow, Aaron, *The DVD Revolution: Movies, Culture and Technology*, Praeger Publishers, 2004.

BENNETT J. and T. BROWN (dir.), *Film and Television After DVD*, London, New York, Routledge, 2008.

Bergier, Bertrand, *Pas très cathodique : Enquête au pays des "sans-télé"*. Toulouse: Erès, 2010.

Blanchet, Alain, et Gotman, Anne, *Sociologie 128, numéro 19 : L'Enquête et ses méthodes*. Paris: Armand Colin, 2007.

Boillat, Alain, *La fiction au cinema*, Paris, L'Harmattan, 2001.

Bouissou, Jean-Marie, *Manga: Histoire et univers de la BD japonaise*, Arles, Philippe Picquier, 2010.

Breton, Philippe et Proulx, Serge, *L'explosion de la communication : Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*, Paris, Editions La Découverte, 2006.

Brougère, Gilles (dir.), *La ronde des jeux et des jouets : Harry, Pikachu, Superman et les autres*. Paris: Editions Autrement, 2008.

Chartier, Roger, *Les origines culturelles de la Revolution francaise*, Paris, Seuil, 1990.

CHARTIER R. (dir.), *Pratiques de la lecture*, 3ème édition (1ère, 1985, 2ème 1993), Paris, Payot & Rivages, 2003.

Craig, Timoty J., *Japan pop! : inside the world of Japanese popular culture*. M.E. Sharpe. 2000.

Debray, Régis, *Introduction à la médiologie*, Paris, Presses Universitaires de France - PUF, 2000.

Drazen, Patrick, *Anime Explosion! The What? Why? & Wow! of Japanese Animation*. Berkeley, CA: Stone Bridge Press, 2002.

Du Gay, Paul, Hall, Stuart et al., *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman (Culture, Media & Identities, Vol. 1)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1997.

Esquenazi, Jean-Pierre, *Mythologie des séries télévisées*, Paris, Cavalier Bleu, 2009.

--, *Les séries télévisées: l'avenir du cinéma?*, Paris, Armand Colin, 2010.

Ethis, Emmanuel, *Sociologie du cinéma et de ses publics : Domaines et approches*, Paris, Armand Colin, 2009.

Faviez, Pierre, *La télé: un destin animé*, Paris, Société des Ecrivains, 2010.

Flichy, Patrice, *Les industries de l'imaginaire*, 2nde édition, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1991.

Gitelman, Lisa and Pingree, Geoffrey B., *New Media, 1740-1915*, Cambridge, MA, The MIT Press, 2004.

Gitelman, Lisa, *Always Already New: Media, History, and the Data of Culture*, Cambridge, MA, The MIT Press, 2008.

Le Grignou, Brigitte, *Du côté du public : usages et réceptions de la télévision*, Paris, Economica, 2003.

Günter, Barrie and Svennevig, Michael, *Behind and in Front of the Screen*, London, University of Luton Press, 1987.

Held, David et al., *Global Transformations: Politics, Economics, and Culture*, Palo Alto, CA, Stanford University Press, 1999.

Heudin, Jean-Claude, *Robots et avatars : Le rêve de Pygmalion*. Paris: Odile Jacob, 2009.

Iwabuchi, Koichi, *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*, Durham, NC, Duke University Press, 2002.

Jenkins, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, NYU Press, 2006.

Jost, François et Leblanc, Gérard, *La télévision française au jour le jour*, Paris, Economica, 1994.

Jullier, Laurent, et Marie, Michel, *Lire les images de cinéma*. Paris: Larousse, 2009.

Kohler, Chris, *Power-Up: How Japanese Video Games Gave the World an Extra Life*, Indianapolis, IN, BradyGames, 2004.

Koyama-Richard, Brigitte, *L'animation japonaise, du rouleau peint aux Pokémon*, Paris, Flammarion, 2010.

Lamarre, Thomas, *The Anime Machine: A Media Theory of Animation*, Mineapolis, London, University of Minnesota Press, 2009.

Laufer, Roger et Scavetta, Domenico, *Texte, hypertexte, hypermédia*, Paris, Presses Universitaires de France, 1992.

Le Diberder, Alain et Chantepie, Philippe, *Révolution numérique et industries culturelles*, Paris, Editions La Découverte, 2010.

Lipovetsky, Gilles et Serroy, Jean, *L'écran global : Culture-médias et cinéma à l'âge hypermoderne*, Paris, Seuil, 2007.

Lunven, Ronan et Vedel, Thierry, *La télévision de demain*, Paris, Armand Colin, 1993.

Frédéric Martel, *Mainstream: Enquête sur cette culture qui plaît à tout le monde*, Paris, Flammarion, 2010.

Maigret, Eric et Mace, Eric, *Penser les médiacultures : Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représenation du monde*, Paris, Armand Colin, 2005.

Mattelart, Armand, et Mattelart, M., *Penser les médias*. Paris: La Découverte, 1986.

Mattelart, Armand, *La mondialisation de la communication*, Paris, Presses Universitaires de France, 2008.

Martinez, D., (ed.), *The Worlds of Japanese Popular Culture: Gender, Shifting Boundaries and Global Cultures*. Cambridge University Press, 1998.

Mcluhan, Marshall, *Understanding media: the extensions of man*, McGraw-Hill, 1964.

Missika, Jean-Louis, *La fin de la télévision*, Paris, Seuil, 2006.

Moores, Shaun, *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption*, Thousand Oaks,CA, London, New Delhi, Sage Publications Ltd, 1994.

Morin, Edgar et Macé, Eric, *L'Esprit du temps*, 2ème éd., Paris, Armand Colin, 2008.

Napier, Susan J., *Anime from Akira to Howl's Moving Castle, Experiencing Contemporary Japanese Animation*. Updated edition (2001), New York: Palgrave Macmillan, 2005.

Nornes, Abe Mark, *Cinema Babel: Translating Global Cinema*, Mineapolis, London, Univ Of Minnesota Press, 2007.

Pasquier, Dominique et Cefaï, Daniel, *Les sens du public : Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses Universitaires de France, 2004.

Pellitteri, Marco, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies and Identities of Japanese Imagination - A European Perspective*, Latina, Tunué, 2010.

Perriault, Jacques, *La logique de l'usage : Essai sur les machines à communiquer*, Paris, L'Harmattan, 2008.

Pigeat, Henri, *Saint Écran. Un âge nouveau: La télévision par câble*, Paris, Editions Solar, 1974.

Richard, Olivier, et Kahn, Alain, *Les chroniques de Player One: 20 ans de jeu vidéo et de manga!*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010.

Robertson, Roland, *Globalization: Social Theory and Global Culture*, Thousand Oaks, CA, Sage Publications, 1992.

Sauvageot, Anne, *Voirs et savoirs : Esquisse d'une sociologie du regard*, Paris, Presses Universitaires de France, 1994.

Schodt, Frederik, *Manga! Manga!: The World of Japanese Comics*, New York, Kodansha International, 1986.

--, *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga*, Berkeley, CA, Stone Bridge Press, 1996.

Scott, Allen J., *The Cultural Economy of Cities (Theory, Culture and Society)*, London; Thousand Oaks, Calif., Sage Publications, 2000.

Silverstone, Roger, *Television and Everyday Life*, London, New York, Routledge, 1994.

Souriau, Etienne, *L'univers filmique*, Paris, Flammarion, 1953.

TOBIN J. (dir.), *Pikachu's Global Adventure: The Rise and Fall of Pokemon*, Duke University Press Books, 2004.

Warnier, Jean-Pierre, *La mondialisation de la culture*. Paris: Editions La Découverte, 2008.

Williams, R., *Television: Technology and Cultural Form*. London, New York: Routledge, 2nd edition (1974, 1990), 3rd reprint (2005, 2007), 2008.

Chapitres d'ouvrages imprimés

Allen, Robert C., "Introduction", *in* Allen, Robert C. (dir.), *To be Continued. . .: Soap Operas Around the World*, London, New York, Routledge, 1995, p. 1-26.

Bennett, James and Brown, Tom, "Past the boundaries of 'new' and 'old' media: Film and Television After DVD", In: Bennett, James and Brown, Tom (ed.), *Film and Television after DVD*, New York, Routledge, 2008, p. 1-18.

Bouissou, Jean-Marie, Pellitteri, Marco, Dolle-Weinkauff, Bernd, and Beldi, Ariane, "Manga in Europe: A Short Study of Market and Fandom", In: Johnson-Woods, Toni (dir.), *Manga, An Anthology of Global and Cultural Perspectives*, Auckland, NZ, Continuum, 2010, p. 253-266.

Boullier, Dominique, "Construire le téléspectateur: récepteur, consommateur ou citoyen?", In*:* Vitalis, André (éd.) *Médias et nouvelles technologies: Pour une socio-politique des usages*, Rennes, Apogées, 1994, p. 63-74.

Brown, Tom, "The DVD of Attractions: The Lion King and the Digital Theme Park", In*:* Bennett, James and Brown, Tom (ed.), *Film and Television after DVD*, New York, Routledge, 2008, p. 81-100.

Caldwell, John T., "Prefiguring DVD Bonus Tracks, Making-of and Behind-the-Scenes as Historic Television Programming Strategies Prototypes", In*:* Bennett, James and Brown, Tom (ed.), *Film and Television after DVD*, New York, Routledge, 2008, p. 149-171.

Davis, Glyn, "A Taste for Leeches! DVDs, Audience Configurations, and Generic Hybridity", In*:* Bennett, James and Brown, Tom (ed.), *Film and Television after DVD*, New York, Routledge, 2008, p. 45-62.

Dayan, Daniel, "Le double corps du spectateur", In: Proulx , Serge (dir.), *Accusé de réception: Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, Paris, L'Harmattan, 1998, p. 175-191.

Delavaud, Gilles, “Le dispositif télévision. Discours critiques et création dans les années 1940 et 1950”, In: Berton, Mireille et Weber, Anne-Katrin (dir.), *La télévision du téléphonoscope à YouTube : Pour une archéologie de l’audiovision*, Editions A., Lausanne, 2009, p. 229-248.

Göhlen, Josef, “Suspekt, doch erfolgreich - Der Weg der Anime ins ZDF ”, In: Menzel, Martha-Christine, Blauhut, Adam, Reichmann, Hans-Peter und Von Der Schulenburg, Stephan (dir.), *Ga-netchū! The Manga Anime Syndrome*, Frankfurt am Main, Deutsches Filmmuseum/Deutsches Filminstitut, 2008, p. 234-239.

Grant, Catherine, “Auteur Machines? Auteurism and the DVD”, In: Bennett, James and Brown, Tom (ed.), *Film and Television after DVD*, New York, Routledge, 2008, p. 101-115.

Hagedorn, Roger, “Doubtless to be continued: A brief history of serial narratives”, In: Allen, Robert C., *To be Continued. . .: Soap Operas Around the World*, London, New York, Routledge, 1995, p. 27-38.

Harper, G., “DVD and the New Cinema of Complexity”, In: Rombes , Nicholas (dir.), *New Punk Cinema*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 2005, p. 89-101.

Ito, Mizuko, “Mobilizing the imagination in everyday play: The case of Japanese media mixes”, In: Livingstone, Sonia and Drotner. Kirsten (dir.), *The International Handbook of Children, Media, and Culture*, 2006, p. 397-413.

Jacobs, Jason, “Television and History: Investigating the Past”, In: Creeber, Glen (ed.), *Tele-Visions: An Introduction to Studying Television*, New York, Palgrave Macmillan, 2006, p. 107-115.

Klinger, Barbara, “The DVD Cinephiles: Viewing Heritage and Home Film Cultures”, In: Bennett, James and Brown, Tom (ed.), *Film and Television after DVD*, New York, Routledge, 2008, p. 19-44.

Malone, Paul M., “The Manga Publishing Scene in Europe”, In: Johnson-Woods, Toni (dir.), *Manga: An Anthology of Global and Cultural Perspectives*, New York, The Continuum International Publishing Group Inc, 2010, p. 315-331.

Poitras, Gilles, “Contemporary Anime in Japanese Pop Culture”, In: Williams, Mark W. (dir.), *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, London & New York, Sharpe, M.E., 2008, p. 48-67.

Quéré, Louis, “Le public comme forme et comme modalité d’expérience”, In: Cefaï, Daniel and Pasquier, Dominique (dir.), *Les sens du public: Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, CURAPP, PUF, 2003, p. 113-133.

Smith, Jo T, “DVD Technologies and the Art of Control”, In: Bennett, James and Brown, Tom (ed.), *Film and Television after DVD*, New York, Routledge, 2008, p. 129-148.

Spigel, Lynn, “La télévision portable: enquête sur les voyages dans l’espace domestique”, In:Berton, Mireille et Weber, Anne-Katrin (dir.), *La télévision du téléphonoscope à YouTube : Pour une archéologie de l’audiovision*, Lausanne, Editions Antipodes, 2009, p. 249-271.

Zillmann, Dolf and Vorderer, Peter, “Preface”, In: Zillmann, Dolf and Vorderer, Peter (dir.), *Media Entertainment: The Psychology of Its Appeal*, Mahwah, NJ, Taylor & Francis, 2000, p. 288.

Articles de périodiques imprimés

Baton-Hervé, Elisabeth, “L’offre: Structure et faiblesses”, *Les Cahiers de l’Audiovisuel*, Mars 2003, no.108, p.8-11.

Bjarkman, Kim, “To Have and to Hold: The Video Collector’s Relationship with an Ethereal Medium”, *Television & New Media*, 2004, vol.5, no.3, p. 217-246.

Bolter, Jay David, “Remediation and the Desire for Immediacy”, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, March 2000, vol.6, no.1, p. 62-71.

Bouissou, Jean-Marie, “Pourquoi le manga est-il devenu un produit culturel global ?”, *Esprit*, 2008, no.7, p. 42-55.

--, “Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais”, *Cités*, 2006, vol.27, no.3, p. 71-84.

--,“Du passé faisons table rase ? Akira ou la révolution self-service”, *Critique internationale*, 2000, vol.7, no.1, p. 143-156.

Bourdon, Jérôme, “La triple invention : comment faire l’histoire du public ?”, *Le Temps des médias*, 2004, vol.3, no.2, p. 12.

Brereton, Pat, “Editorial: The Consumption and Use of DVDs and their Add-Ons”, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 2007, vol.13, no.2, p. 115-117.

Brereton, Pat and O’connor, Barbara, “Pleasure and Pedagogy: The Consumption of DVD Add-Ons Among Irish Teenagers”, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, May 2007, vol.13, no.2, p. 143-155.

Brougère, Gilles, “De Tolkien à « Yu-Gi-Oh »,” *Communications*, 2005, vol.77, no.1, p. 167-181.

Caradec, Vincent et Glevarec. Hervé, “Ages et usages des médias”, *Réseaux*, 2003, no.119, p. 1-16.

Cauquelin, Anne, “Séries en mouvement (remarques sur le destin de la série)”, *Quaderni*, 1989, vol.9, no.1, p. 11-17.

Chaniac, Régine, “La fiction en série : évolution de la programmation en France”, *Quaderni*, 1989, vol.9, no.1, p. 41-54.

Condry, Ian, “Anime Creativity: Characters and Premises in the Quest for Cool Japan”, *Theory, Culture & Society*, 8 June 2009, vol.26, no.2-3, p. 139-163.

Corner, John, “Genres télévisuels et analyse de la réception,” *Hermès*, 1992, vol. 11-12, p. 117-124.

Cover, Rob, “Audience inter/active: Interactive media, narrative control and reconceiving audience history,” *New Media & Society*, February 2006, vol.8, no.1, p. 139-158.

Cubbison, Laurie, “Anime Fans, DVDs, and the Authentic Text”, *The Velvet Light Trap*, 2005, vol.56, no.1, p. 45-57.

Cucco, Marco, “The promise is great: the blockbuster and the Hollywood economy”, *Media, Culture & Society*, 2009, vol.31, no.2, p. 215-230.

Dayan, Daniel, “Raconter le public”, *Hermès*, 1992, vol. 11-12, p.15-21.

Demers, Frédéric, “Téléroman, télésérie, feuilleton... : retour sur une source de confusion sémantique”, *Communication*, 2006, vol. 25, no. 1.

Denison, Rayna, “Star-Spangled Ghibli: Star Voices in the American Versions of Hayao Miyazaki’s Films”, *Animation*, July 2008, vol.3, no.2, p. 129-146.

Dequen, Bruno, “Les collectionneurs de DVD: Technophilie galopante et reconfiguration de la cinéphilie”, *24 images*, 2009, no.142, p. 22-27.

Eco, Umberto, “Innovation et Répétion: entre esthétique moderne et post-moderne”, *Réseaux*, 1994, vol.68, p.11-26.

Gire, Fabienne, Pasquier, Dominique, et Granjon, Fabien, “Culture et sociabilité: Les pratiques de loisirs des Français”, *Réseaux*, 2007, vol.25, no.145-146, p. 159-215.

Guins, Raiford, "'Now You're Living': The Promise of Home Theater and Deleuze's 'New Freedoms'", *Television & New Media*, 2001, vol.2, no.4, p. 351-365.

Jehel, Sophie, "Evolution de l'offre hertzienne pour le jeune public, 1991-2001", *Dossiers de l'Audiovisuel*, March 2003, vol.108, p.15-19.

Jensen, Klaus Bruhn et Rosengren, Karl Erik, "Cinq traditions à la recherche du public", *Hermès*, 1992, vol. 11-12, p. 281-310.

Jouët, Josiane, "Les dispositifs de construction de l'internaute par les mesures d'audience", *Le Temps des médias*, 2004, vol.3, no.2, p. 160.

Jouët, Josiane, "Pratiques de communication et figures de la médiation", *Réseaux*, 1997, vol.11, no.60, p. 99-120.

Julia, Jean-Thierry, "Interactivité, modes d'emploi : Réflexions préliminaires à la notion de document interactif", *Sciences de l'information*, 2003, vol.40, no.3, p. 204-212.

Kilker, Julian Albert, "Shaping Convergence Media: 'Meta-Control' and the Domestication of DVD and Web Technologies", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, September 2003, vol.9, no.3, p. 20-39.

Kokoreff, Michel, "Sérialité et répétition : l'esthétique télévisuelle en question", *Quaderni*, 1989, vol.9, no.1, p. 19-39.

Kompare, Derek, "Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconception of Television", *Television & New Media*, 2006, vol.7, no.4, p. 335-360.

Koolstra, C. M., Peeters, A. L., and Spinhof, H., "The Pros and Cons of Dubbing and Subtitling", *European Journal of Communication*, September 2002, vol.17, no.3, p. 325-354.

Kwak, Ki-Sung, "Restructuring the Satellite Television Industry in Japan", *Television & New Media*, January 2008, vol.9, no.1, p. 62-84.

La Rochelle, Réal, "« Le DVD, le cinéphile et la médiathèque »", *24 images*, 1998, no.92, p. 4-5.

Lee, Hye-Kyung, "Between fan culture and copyright infringement: manga scanlation", *Media, Culture & Society*, November 2009, vol.31, no.6, p. 1011-1022.

Liebes, Tamar et Katz, Elihu, "Six interprétations de la série « dallas »", *Hermès*, 1992, vol.11-12, p. 125-144.

Livingstone, Sonia et Lunt, Peter K., “Un public actif, un téléspectateur critique”, *Hermès*, 1992, vol.11-12, p. 145-157.

Lu, Amy Shirong, “The Many Faces of Internationalization in Japanese Anime” *Animation*, July 2008, vol.3, no.2, p. 169-187.

Mattelart, Armand et Neveu, Erik, “Cultural studies’stories: La domestication d'une pensée sauvage?”, *Réseaux*, 1996, vol.14, no.80, p. 11-58.

Merzeau, Louise, “Ceci ne tuera pas cela”, *Les Cahiers de médiologie*, 1998, no.6, p. 27-39.

Mottet, Jean, “L’espace-temps de la télévision : le cas du soap opera”, *Quaderni*, 1989, vol.9, no.1, p. 65-78.

Mousseau, Jacques, “La télévision en République fédérale d’Allemagne”, *Communication*, 1988, p. 84-101.

O’Hagan, Minako, “Impact of DVD on Translation: Language Options as an Essential Add-On Feature”, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, May 2007, vol.13, no.2, p. 157-168.

Parker, Deborah et Parker, Mark, “Directors and DVD commentary: The specifics of intention”, *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 2004, vol.62, no.1, p. 13-22.

Pasquier, Dominique, “Télévision et apprentissages sociaux : les séries pour adolescents”, *Réseaux*, 1997, vol.1, no.1, p. 811-830.

Proffitt, Jennifer M., Tchoi, Djung Yune, and McAllister, Matthew P., “Plugging Back Into The Matrix: The Intertextual Flow of Corporate Media Commodities”, *Journal of Communication Inquiry*, July 2007, vol.31, no.3, p. 239-254.

Proulx, Serge et Latzko-Toth, Guillaume, “La virtualité comme catégorie pour penser le social : l’usage de la notion de communauté virtuelle”, *Sociologie et sociétés*, 2009, vol.32, no.2, p. 99-122.

Ruddell, Caroline, “From the `Cinematic’ to the `Anime-ic': Issues of Movement in Anime”, *Animation*, July 2008, vol.3, no.2, p. 113-128.

Schroder, Kim Christian, “Qualité culturelle : la poursuite d’un fantôme ?”, *Hermès*, 1992, vol.11-12, p. 95-110.

Scolari, Carlos Alberto, “Transmedia Storytelling : Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production”, *Journal of Communication*, 2009, vol.3, p. 586-606.

Souchon, Michel, “« le vieux canon de 75 » L’apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision”, *Hermès*, 1992, vol.11-12, p. 233-245.

Skopal, Pavel, “The Adventure Continues on DVD”: Franchise Movies as Home Video', *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, May 2007, vol.13, no.2, p. 185–198.

Skorecki, Louis, “Contre la nouvelle cinéphilie”, *Cahiers du cinéma*, 1978, vol.293.

Steinberg, Marc, “Immobile Sections and Trans-Series Movement: Astroboy and the Emergence of Anime”, *Animation*, November 2006, vol.1, no.2, p. 190-206.

Viallon, Philippe, “La télévision et le téléphone portable en Suisse: un mariage d’amour, de raison ou d’argent ? Une analyse de contenu du 100 secondes”, *Communication*, 2013, vol.29, no.1, p. 1-17.

--, “La télévision comme accélérateur du mouvement”, *Communications*, 1998, vol.67, no.1, p. 179-191.

Articles de périodiques électroniques

Bouquillion, Philippe, “Concentration, financiarisation et relations entre les industries de la culture et industries de la communication,” *Revue française des sciences de l’information et de la communication*, 2012, no.1, [En ligne : http://rfsic.revues.org/94 depuis le 1er septembre 2012, consulté le 9 février 2013].

Ferjoux, Céline, “Les multiples vies des séries télévisées : de la modification des logiques de programmation aux pratiques communautaires en ligne”, *Entrelacs*, HS, 2008, [En ligne : depuis le 1er août 2012, consulté le 10 août 2012: http://entrelacs.revues.org/278].

Gil, Muriel et Renard, Julie, “Pratiques intermédiatiques de la série télévisée : vers une reconfiguration de la réception”, *Entrelacs*, HS, 2008 [En ligne depuis le 1er août 2012, consulté le 10 août 2012 : http://entrelacs.revues.org/273].

Morin, Rudy, “Séries télévisées : la suite sur Internet ”, *Entrelacs*, HS, 2008, [En ligne depuis le 1er août 2012, consulté le 10 août 2012 : http://entrelacs.revues.org/271].

Olivier, Aim, “La série télévisée comme machine à voir”, *Entrelacs*, HS, 2008, [En ligne depuis le 1er août 2012, consulté le 10 août 2012 : http://entrelacs.revues.org/260].

Petitjean, Virginie, “Sérialisation et logique de marque ou comment fidéliser les téléspectateurs : l’exemple de TF1”, *Entrelacs*, HS, 2008, [En ligne depuis le 1er août 2012, consulté le 10 août 2012 : http://entrelacs.revues.org/276].

Peyron, David, “Auteurs fans et culture geek, un nouveau rapport entre producteurs et consommateurs dans la culture de masse contemporaine ?,” *Observatoire des Mondes Numériques en Sciences Humaines (OMNSH)*, 2008, http://www.omnsh.org/spip.php?article151, consulté le 2 février 2012.

Communications à des Congrès

Merzeau, Louise, *Une nouvelle feuille de route (de la vidéosphère à l’hypersphère)*, http://www.merzeau.net/txt/mediation/berlin.html, consulté le 23 juin 2010.

Molinier, Pierre, “Le DVD cinéma, une machine à communiquer internationalisée”, In : *Questionner l’internationalisation : Cultures, acteurs, organisations, machines*, Actes du XIVè Congrès national des sciences de l'information et de la communication, Université de Montpellier III, Campus de Bézier, 2004, Société française des sciences de l’information et de la communication (SFSIC), p. 277-284.

Blanchet, Alexis, “Les films de cinéma à l’épreuve de la DVDphilie: que recherche le DVDphile? ”, In : *Archives de cinéma et révolution numérique : conduite du changement et formation*, Troisièmes Journées d’études européennes sur les archives de cinéma, Bibliothèque nationale de France/BiFi, Paris, 30 novembre - 2 décembre 2004, http://bit.ly/190kMFK (en Webcache), consulté le 4 juin 2013.

Travaux universitaires

Baudot, Anne, *Les “mauvais genres” dans les bibliothèques publiques : l’exemple du manga*, Diplôme d’étude, Conservateur des bibliothèques, ENSSIB, Villeurbanne, janvier 2009.

Taylor, Jayme Rebecca, *Convention Cosplay: Subversive Potential in Anime Fandom*, Master of Arts, Faculty of Graduate Studies in Anthropology, University of British Columbia, Vancouver, April 2009.

Yoccoz, Marion, *Les amateurs de cinéma sur le réseau Internet : peut-on parler d’ une nouvelle forme de cinéphilie ? Le cas des forums de discussion*, Mémoire de master 1 recherche, UFR des Sciences de la commmunication, Université Stendhal - Grenoble III, 2011.

Rapports électroniques

Besson, Nicolas, Bonnin, Corisandre, Danard, Benoît,et al. , *Le marché de la vidéo*. [En ligne : http://bit.ly/18NduVS, consulté le 17 août 2011.], Paris : CNC, 2010.

Besson, Nicolas, Danard, Benoît, et Jeanneau, Caroline, *La diffusion de la fiction à la télévision en 2010*. [En ligne : http://bit.ly/1bgM4tA, consulté le 17 août 2011.], Paris : CNC, 2011.

Danard, Benoît, Jardillier, Sophie, et Jeanneau, Caroline, *La vidéo : Perceptions et attentes du public*. [En ligne : http://bit.ly/11dEXvu, consulté le 10 août 2011.] Paris : CNC, 2003.

Donnat, Olivier, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique , Enquête 2008 »*, [En ligne : http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr, consulté le 10 août 2011.] Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, 2008.

Moeschler, Olivier et Vanhooydonck, Stéphanie, *Les pratiques culturelles en Suisse: Analyse approfondie – enquête 2008*. [en ligne : http://bit.ly/1aIxuXZ, consulté le 21.08.2011.], Neuchâtel : OFS, 2011.

Articles de magazines spécialisés imprimés

Bastide, Julien et Bordenave, Julie, "Aux sources de l'animation moderne: Entretien avec Ilan Nguyên", *Animeland*, June 2003, Hors-Série #5, p. 7-16.

Fallaix, Olivier, "De la vidéo au DVD: Le Japon à la maison", *Animeland*, 2003, Hors-Série #5, 2003.

Faviez, Pierre et Rui, Pascoal, "Evolution de la japanimation dans le PAF", *Animeland*, June 2003, Hors-Série #5, p. 26-34.

Ferrand, Stéphane, "La difficile destinée du manga en France", *Animeland*, June 2003, Hors-Série #5, p. 194-207.

Gallet-Blanchard, Liliane, "Le CD-ROM : du support papier à la recherche multicritères de l'homo interactivus", *Micro*, 1995, p. 89-96.

Mcgray, Douglas, "Japan's Gross National Cool", *Foreign Policy*, 2002, no. 130, p. 44-54.

Nye, Joseph, "Soft power", *Foreign policy*, 1990, no. 80, p. 153-171.

Blogs / Sites Web spécialisés

Consommer les séries : Netflix vous propose le binge viewing, http://lesplumesasthmatiques.net/fr/consommer-les-series-netflix-vous-propose-le-binge-viewing/, consulté le 26 février 2013.

Hayao Miyazaki, *About Japanese animation*, http://www.nausicaa.net/miyazaki/interviews/aboutanime.html, traduit par Ryoko TOYAMA, consulté le 10 décembre 2010.

Articles de journaux imprimés

De Baecque, Antoine, “La nouvelle bobine du cinéphile,” *Libération*, 2005.

Articles de journaux électroniques

Bush, Vannevar, “As we may think”, *The Atlantic*, July 1945, http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/303881/

Pagels, Jim, “Arrêtez de regarder les séries télé à la chaîne !”, *Slate.fr*, traduit par Antoine Bourguilleau, 14/07/2012, http://www.slate.fr/story/59297/visionnage-series-tele, consulté le 10 mai 2013.

Pépin, Guénaël, “Le piratage a forcé l’animation japonaise à se réinventer en France”, *Le Monde.fr*, 06/05/2013, http://www.lemonde.fr/technologies/article/2013/05/06/le-piratage-a-force-l-animation-japonaise-a-se-reinventer-en-france_3166907_651865.html, consulté le 10 mai 2013.

Autres sources

Tetsuwan Atomu DVD-Box 2 Data File, Mushi Productions, 2002.

DVDForum, DVD Primer, http://www.dvdforum.org/faq-dvdprimer.htm, consulté le 20 mai 2011.

Liste des tableaux

Tableau 1: Nombre de commentaires recueillis et retenus pour l'analyse de contenu par types de site Web pour l'ensemble du corpus (FR + Alld) 163
Tableau 2: Résumé des taux d'occurrences de chaque sous-catégorie par types de site Web dans les deux corpus réunis. (n=3915 unités de commentaires) 164
Tableau 3: Résumé des taux d'occurrences de chaque sous-catégorie par types de site Web dans le corpus francophone. (n=1690 unités de commentaires) 165
Tableau 4: Résumé des taux d'occurrences de chaque sous-catégorie par types de site Web dans le corpus germanophone. (n=2225 unités de commentaires).....165
Tableau 5: Récapitulatif des pourcentages d'occurrences de chaque axe et sous-catégorie dans les commentaires recueillis sur les sites de commerce de détails. 234
Tableau 6: Liste des thèmes ayant les 3 meilleurs scores au sein des sous-catégories ayant obtenu plus de 10 % d'occurrences sur ces sites. 235
Tableau 7: Récapitulatif des taux d'occurences de chaque axe et sous-catégorie sur les sites de vente de CD/DVD en Suisse. 251
Tableau 8: Liste des thèmes ayant les 3 meilleurs scores au sein des sous-catégories ayant obtenu plus de 10 % d'occurrences sur ces sites. 252
Tableau 9: Récapitulatif des taux d'occurences de chaque axe et sous-catégorie sur les sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement. 262
Tableau 10: Liste des thèmes ayant les 3 meilleurs scores au sein des sous-catégories ayant obtenu plus de 10 % d'occurrences sur ces sites. 263
Tableau 11: Récapitulatif des taux d'occurences de chaque axe et sous-catégorie sur les sites d'Animeland.com et d'Animexx.de 274
Tableau 12: Liste des thèmes ayant les 3 meilleurs scores au sein des sous-catégories ayant obtenu plus de 10 % d'occurrences sur ces sites. 275
Tableau 13: Récapitulatif des taux d'occurences de chaque axe et sous-catégorie sur les sites de critiques d'*animes*. 290
Tableau 14: Liste des thèmes ayant les 3 meilleurs scores au sein des sous-catégories ayant obtenu plus de 10 % d'occurrences sur ces sites. 291
Tableau 15: Récapitulatif des taux d'occurences de chaque axe et sous-catégorie sur les sites de critiques de DVD. 308
Tableau 16: Liste des thèmes ayant les 3 meilleurs scores au sein des sous-catégories ayant obtenu plus de 10 % d'occurrences sur ces sites. 309
Tableau 17: Récapitulatif des taux d'occurences de chaque axe et sous-catégorie sur les sites de critiques de DVD d'*animes*. 319
Tableau 18: Liste des thèmes ayant les 3 meilleurs scores au sein des sous-catégories ayant obtenu plus de 10 % d'occurrences sur ces sites. 319

Liste des figures

Figure 1: Description schématique du fonctionnement d'un média. Dans ce schéma, le média est l'éditeur de DVD (schéma réalisé par l'auteur à l'aide de PowerPoint). 26
Figure 2: Combinaison de logiques ayant présidé à la naissance du DVD (schéma conçu par l'auteur) 75
Figure 3: Carte indiquant le découpage du monde en six zones de standards techniques différents pour le DVD (http://fr.wikipedia.org/wiki/Fichier:DVD-Regions_with_key-2.svg, Creative Commons paternité – partage à l'identique 3.0, Monaneko, (cc) 2007). 76
Figure 4: Schéma décrivant les principales caractéristiques de la ciné-vidéophilie suivant l'hypothèse de départ (conçu par l'auteur).....151
Figure 5: Capture d'écran de la page « *Manga* » dans la rubrique « DVD et Blu-ray *Manga* » d'Amazon.fr : http://amzn.to/VckWCd. (Prise le 29.12.2011 à 15:20).....230
Figure 6: Capture d'écran de la page « *Anime* » dans la rubrique « DVD & Blu-ray » d'Amazon.de : http://amzn.to/TbiAVv. (Prise le 29.12.2011 à 15:19) 230
Figure 7: Capture d'écran de la page « DVD d'animation japonaise », dans la rubrique « DVD et Blu-ray » du site de la FNAC.com: http://bit.ly/Vcnq3u. (Prise le 29.12.2011 à 16:42) 232
Figure 8: Capture d'écran de la fiche du coffret Platinium édition limitée de *Neon Genesis Evangelion* [FR-5] sur CEDE.ch: http://bit.ly/12K9OOW (Prise le 29.12.2011 à 21:50 .248
Figure 9: Capture d'écran de la fiche du coffret intégral de *Mahoromatic* [D-1] sur WoG.ch: http://bit.ly/UoqE48 (Prise le 24.12.2012 à 10:19). 250
Figure 10: Capture d'écran de la page de la rubrique « DVD / Blu-ray » du site Discount Manga: http://bit.ly/V60ZcQ (Prise le 24.12.2012 à 14:34). 259
Figure 11: Capture d'écran de la page du 1er coffret de *xXxholic* [D-18] sur AnimeVersand : http://bit.ly/UoV1Hy (Prise le 24.12.2012 à 15:00).....261
Figure 12: Capture d'écran de la fiche du coffret Collector intégral d'*Albator 84* [FR-16] sur Animeland.com : http://bit.ly/10ikHcj (Prise le 29.12.2011 à 21:37).....271
Figure 13: Capture d'écran de la page d'accueil du site Animexx.de: http://www.animexx.de (prise le 29.12.2011 à 21:40).....273

Figure 14: Capture d'écran de la fiche de la série *Elfen Lied* [FR-34] sur *Anime*-kun : http://bit.ly/U2SQav (Prise le 29.12.2011 à 22:29).....283
Figure 15: Capture d'écran de la fiche de *Neon Genesis Evangelion* [FR-5] sur Animeka.com : http://bit.ly/U5vWiJ (Prise le 29.12.2011 à 22:12). 285
Figure 16: Capture d'écran de la page d'accueil pour la série *Ranma*$^{1/2}$ [D-31] sur Animexx.de: http://bit.ly/Tu7TKt (Prise le 29.12.2011 à 22:20).....286
Figure 17: Capture d'écran de la fiche de *Death Note* [D-24] sur Anisearch.de: http://bit.ly/YTxhy6 (Prise le 29.12.2011 à 22:34). 288
Figure 18: Capture d'écran du 1er coffret Premium de *Cat's Eye* [FR-11] sur DVDCritiques.com : http://bit.ly/VLujol (Prise le 29.12.2011 à 22:44).....303
Figure 19: Capture d'écran du 1er volume DVD de *Naruto* [FR-1] sur Excessif.com : http://bit.ly/Vo15Qy (Prise le 29.12.2011 à 22:50). Depuis avril 2012, la présentation a changé.....305
Figure 20: Capture d'écran de la fiche pour le 1er coffret de *Princess Princess* [D-40] sur DigitalDVD.de : http://bit.ly/12O9wri (Prise le 29.12.2011 à 23:02).....307
Figure 21: Capture d'écran de la fiche du 1er coffret Collector intégral de *Saint Seiya* [FR-9] sur DVDAnime.net : http://bit.ly/W9lyEX (prise le 29.12.2011 à 23:13). 316
Figure 22: Capture d'écran du 1er volume de *xXxholic* [D-18] sur Animeaufdvd.info : http://bit.ly/RoKQCd (prise le 29.12.2011 à 23:27).....317
Figure 23: Capture d'écran du document FichesAnime_FR1 (*Naruto*) avec annotations.423
Figure 24: Capture d'écran du fichier Excel Terrain_Juin.xlsx.....423

Liste des illustrations

Illustration 1: Le cinématographe des Frères Lumière, 1895. Credits: Archives Château Lumière. Source : Wikimédia. http://bit.ly/12R3GaW. 61
Illustration 2: Kinetoscope fermé de William K. L.Dickson, collaborateur de Thomas Edison. 1900. Source: Wikimedia. http://bit.ly/13yASzN 61
Illustration 3: Photo d'une famille américaine dans les années 1920, à l'écoute d'une radio à cristaux. Crédits : Alan Douglas (1995), *Radio Manufacturers of the 1920s*, Vol. 2, Sonoran Publishing. Source : Wikimedia, http://bit.ly/1bqNlc3. 62
Illustration 4: Francis Benett regarde sa femme en train de prendre son petit déjeuner chez elle, dans : *La journée d'un journaliste américain en 2890*, Jules Verne (1890). Dessin de Georges Roux. Source : DIgital Création Critical ANalaysis : http://diccan.com/dicoport/2889.htm 63
Illustration 5: Une famille regarde la télévision. Evert F. Baumgardner, ca. 1958. Source : National Archives and Records Administration. Wikimedia: http://bit.ly/17vFH4a.....64
Illustration 6: Premières télévisions portables de Sony aux USA : Sony 8-301W. 1961. Source: Television History: http://www.tvhistory.tv/Small-Tiny-Micro%20TV%20Sets.htm 66
Illustration 7: Les modèles de postes de télévision RCA Dimensia et RCA Lyceum au début des années 80 étaient parmi les premiers à proposer de multiples entrées et sorties pour brancher divers appareils (lecteurs de cassette vidéo, console de jeu vidéo, enceintes sonores, camescope, etc.). Sources : Wikimédia : Ablablafif2.1, http://en.wikipedia.org/wiki/File:Dimensia_IO.jpg 67
Illustration 8: Photo du système d'édition hypertextuelle en usage à Brown University en 1969, développé par Ted Nelson et d'autres professeurs au cours d'un projet financé par IBM. Crédits : Greg Lloyd 1969. Source : Wikimédia : http://tiny.cc/k3r4yw. 69
Illustration 9: Copie de la toute première page Web créée en 1992: http://info.cern.ch/hypertext/WWW/TheProject.html. Source : http://first-website.web.cern.ch/blog/first-url-active-once-more. 71
Illustration 10: Les principaux rapports de proportions d'images projetées. Source : Wikimédia, Kyle_the_hacker: http://bit.ly/11xCoEO.....81

Illustration 11: Premier épisode des *Mystères de Paris*, paru dans le Journal des Débats du 19 juin 1842. Source : Gallica/BNF : http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k4458735.langFR 95
Illustration 12: *Little Nemo in Slumberland* de Winsor McCay, paru dans le New York Herald, du 3 décembre 1905. Source: Wikimedia: http://bit.ly/1a4uk31.....96
Illustration 13: Représentation japonaise de 1854 des « navires noirs» de Matthew Perry. Source : Wikimédia: http://bit.ly/142BFeK. 108
Illustration 14: « Lutteurs de Sumo », *L'univers des hommes : Les arts du combat et les armes*. 3ème volume des Mangas de Katsushika Hokusai, Bunka 12, 1815. Source : Wikimédia: http://bit.ly/1aFcMtd.....109
Illustration 15: *Sarukani gassen,* film d'animation de Kitayama Seitarô, 1917. Source : Wikimédia: http://bit.ly/14RqBlJ. 111
Illustration 16: Shin Takarajima, d'Osamu Tezuka. Source: Wikimédia : http://bit.ly/17w6Xzx. 114
Illustration 17: Appareil banc-titre avec les feuilles en celluloïd ("Cels") pour la préparation d'un dessin animé dans le studio d'animation Filmów Rysunkowych (Lolek et Bolek) à Bielsko-Biała. Par Janericloebe. Source: Wikimédia: http://bit.ly/18g6Rva. 115

Annexes

Annexe 1 : Liste des *animes* étudiés et de leur édition DVD sélectionnée

ID	Titre	Editeur	Date	Modalité de collecte	Type d'édition
FR-1	***Naruto***	Kana Home Video	2006	coffret saison	simple
FR-2	*Dragon Ball*	TF1 Vidéo - AB Vidéo	2005	coffret intégral	simple
FR-3	***Cardcaptor Sakura***	IDP	2009	coffret saison	collector
FR-4	***Death Note***	Kana Home Video	2008	coffret unitaire	édition limitée
FR-5	***Neon Genesis Evangelion***	Dybex	2008	coffret intégral	platinium
FR-6	*Bleach*	Kaze	2007	coffret saison	collector
FR-7	***One Piece***	Kana Home Video	2008	coffret unitaire	collector
FR-8	*Pokémon Advance*	I.D.E.	2006	coffret saison	collector
FR-9	*Saint Seiya (Les chevaliers du Zodiaque)*	AB Vidéo	2007	coffret unitaire	collector
FR-9b	*Saint Seiya - Hadès: Le Sanctuaire*	TF1 Vidéo - AB Vidéo	2008	coffret intégral	collector
FR-10	***Ranma 1/2***	Déclic Images	2008	Coffret unitaire	collector
FR-11	*Cat's Eye*	IDP	2005	coffret unitaire	premium
FR-13	*Lady Oscar*	IDP	2006	coffret intégral	collector
FR-14	*Ken le survivant (Hokuto no Ken)*	TF1 Vidéo - AB Vidéo	2009	coffret intégral	version non-censurée
FR-16	*Albator 84*	Déclic Images	2009	coffret intégral	collector
FR-18	*Tsubasa - RESERVoir CHRoNiCLE*	Kaze	2006	coffret saison	spéciale
FR-19	***xXxholic***	Kaze	2007	DVD unitaire	simple

ID	Titre	Editeur	Date	Modalité de collecte	Type d'édition
FR-20	***Chobits***	Kaze	2005	coffret intégral	édition limitée
FR-21	*Ghost in the Shell - Stand Alone Complex*	Beez	2008	coffret unitaire	prestige
FR-22	*Ghost in the Shell - Stand Alone Complex - 2nd Gig*	Beez	2008	coffret unitaire	prestige
FR-24	*Nana*	Kaze	2007	coffret unitaire	deluxe
FR-25	*Fruits Basket*	Déclic Images	2004	coffret intégral	collector
FR-26	*Larme Ultime*	Déclic Images	2003	coffret intégral	simple
FR-27	*Rave*	Kaze	2007	coffret unitaire	simple
FR-28	***Murder Princess***	Kaze	2008	coffret intégral	simple
FR-30	*Le Portrait de Petit Cossette*	Kaze	2005	coffret intégral	collector limité
FR-31	***Ouran High School Host Club***	Kaze	2008	coffret unitaire	simple
FR-33	***Vampire Knight***	Kaze	2009	coffret unitaire	simple
FR-34	***Elfen Lied***	Kaze	2007	DVD unitaire	simple
FR-36	***Code Geass: Lelouch of the Rebellion***	Kaze	2009	coffret unitaire	simple
FR-43	***Princess Princess***	Kaze	2007	coffret unitaire	simple
FR-44	***Cowboy Bebop***	Dybex	2007	coffret intégral	simple
D-1	*Mahoromatic*	ADV Films	2005	coffret intégral	simple
D-2	*FLCL*	SPVision	2006	DVD unitaire	simple
D-3	*Shin Hokuto no Ken (Fist of the North Star)*	OVA Films	2004	DVD unitaire	simple
D-5	*Mobile Suit Gundam 00*	Beez	2009	coffret unitaire	simple

ID	Titre	Editeur	Date	Modalité de collecte	Type d'édition
D-6	*Die Zwölf Königreiche*	Anime Virtual	2004	coffret unitaire	Simple
D-8	*Pokémon*	Warner Home Video	2004	DVD Unitaire	simple
D-9	*Dragonball Z*	Kaze	2009	coffret unitaire	simple
D-13	***One Piece***	Polyband	2003	DVD unitaire	simple
D-15	***Cowboy Bebop***	Dybex	1998	DVD unitaire	slimline complete collection
D-16	***Elfen Lied***	ADV Films	2008	coffret intégral	simple
D-18	***xXxholic***	Anime Virtual	2007	coffret unitaire	simple
D-24	***Death Note***	Panini Video	2008	DVD unitaire	simple
D-26	***Cardcaptor Sakura***	Universum Film GmbH	2005	DVD unitaire	simple
D-27	***Neon Genesis Evangelion***	ADV Films	2004	DVD unitaire	simple
D-28	***Vampire Knight***	Anime Virtual	2009	coffret unitaire	simple
D-29	***Naruto***	Panini Video	2006	DVD unitaire	simple
D-31	***Ranma 1/2***	Anime Virtual	2003	coffret unitaire	simple
D-33	***Ouran High School Host Club***	Anime Virtual	2008	coffret unitaire	simple
D-34	*Fullmetal Alchemist*	Panini Video	2007	DVD unitaire	simple
D-35	***Chobits***	ADV Films	2007	coffret intégral	collector
D-36	***Code Geass: Lelouch of the Rebellion***	Kaze	2009	coffret unitaire	collector
D-40	***Princess Princess***	Anime Virtual	2007	coffret unitaire	simple

Annexe 2 : Liste des pages Web d'où sont issus les commentaires pour chaque *anime*

Attention : Certaines pages n'existent malheureusement plus à ce jour (juin 2013), notamment celles tirées du site World of Games qui a subit une transofrmation complète en 2011. Il est possible de trouver les commentaires copiés-collés directement de ces sites dans les documents Words sauvés sur le CD-ROM joint à ce document dans sa version imprimée (cf. l'annexe 4). Pour la version en-ligne, il est possible de me demander des copies par email : ariane@ariane-beldi.ch.

FR-1	**Naruto (—ナルト—)**
Site de vente de détails	▪ http://www.amazon.fr/dp/B000C2K3V2 ▪ http://video.fnac.com/a1792578/Naruto-Volume-1- Coffret-Digipack-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=2&Fr=0
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.discountmanga.com//Naruto+++Serie+TV+++Vol+1,p918172.html
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/naruto.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-naruto-172.html
Sites de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/naruto-vol-1-5019693-760.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=1861

FR-2	**Dragon Ball (ドラゴンボール)**
Site de vente de détails	▪ http://www.amazon.fr/Coffret-Dragon-Ball-DVD-Vol/dp/B0002WYF4S/ref=sr_1_6?ie=UTF8&s=dvd&qid=1271593072&sr=1-6 ▪ http://video.fnac.com/a1582595/Dragon-Ball-Coffret-Volumes-1-a-8-DVD-Zone-2?Fr=20&To=0&Ra=-3&from=201&mid=1716370#player
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/dragon-ball.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-dragon-ball-552.html

FR-3	Cardcaptor Sakura (カードキャプターさくら)
Site de vente de détails	▪ http://www.amazon.fr/Card-Captor-Sakura-Collector -VOSTFR/dp/B002UZDM0S/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1263898427&sr=1-1 ▪ http://video.fnac.com/a2717333/Card-captor-Sakura-Coffret-Collector -Partie-1-Japanimation-DVD-Zone-2
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/15768/Card-Captor-Sakura-Edition-Collector -Vol1
Site de critique d'animes	http://www.animeka.com/animes/detail/card-captor-sakura.html http://www.anime-kun.net/animes/fiche-card-captor-sakura-1627.html
Sites de critiques de DVD	
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2602

FR-4	Death Note (デスノート)
Site de vente de détails	http://video.fnac.com/a2203073/Death-note-Volume-1-Episodes-1-a-12-Coffret-Edition-Limitee-et-numerotee-a-4000-exemplaires-DVD-Zone-2
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.discountmanga.com/product_info.php?products_id=933995&ID_AFF=108
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/12106/Death-Note-TV-Collector -Edition-Limitee-Vol1
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/death-note.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-death-note-1083.html

FR-5	Neon Genesis Evangelion (新世紀エヴァンゲリオン)
Site de vente de détails	http://www.amazon.fr/Evangelion-platinium-Yoshiyuki-Sadamoto/dp/B001190HBQ/ref=pd_cp_d_2
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.discountmanga.com//Evangelion+++Neon+Genesis+++Platinium+++Integrale,p930802.html
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/10972/Evangelion-Neon-Genesis-Platinium-Integrale/dvd
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/evangelion.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-neon-genesis-evangelion-173.html
Sites de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/neon-genesis-evangelion-platinum-edition-5017152-760.html

Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2362

FR-6	Bleach (ブリーチ)
Site de vente de détails	http://video.fnac.com/a2002772/Bleach-Coffret-Volume-1-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=4&Fr=0
Sites de vente de CD/DVD **Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel**	http://www.cede.ch/en/film-dvd/frames/right.cfm?aobj=10157240 http://www.discountmanga.com//Bleach+++Coffret+Collector,p928213.html
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/bleach.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-bleach-393.html
Sites de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/bleach-box-collector-1-5022964-760.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2267

FR-7	One Piece (ワンピース)
Site de vente de détails	▪ http://www.amazon.fr/One-Piece-vol-1-Chikao-Otsuka/dp/B001B84S9Y/ref=sr_1_2?ie=UTF8&s=dvd&qid=1263980182&sr=1-2 ▪ http://video.fnac.com/a2416318/One-piece-Coffret-Volume-1-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=1&Fr=0
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.discountmanga.com//One+Piece+++Coffret,p937939.html
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/13754/One-Piece-Coffret-Vol1
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/one-piece.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-one-piece-184.html
Sites de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/one-piece-vol-1-5021984-760.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2477

FR-8	Pokémon (ポケモン)
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.discountmanga.com//Pokemon+++Advanced+Battle+++Saison+8,p924051.html
Site de critique d'animes	http://www.anime-kun.net/animes/fiche-pokemon-412.html

FR-9	Saint Seiya - Les chevaliers du Zodiaque (聖闘士 星矢)
Site de vente de détails	▪ http://www.amazon.fr/Coffret-collector-saint-seiya-vol/dp/B000XCXFW0/ref=sr_1_10?ie=UTF8&s=dvd&qid=1263984482&sr=1-10 ▪ http://video.fnac.com/a2054433/Les-Chevaliers-du-Zodiaque-Coffret-integral-des-episodes-1-a-24-Volume-1-Pegasus-Edition-Collector -DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=4&Fr=0
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.discountmanga.com//Saint+Seiya+++Les+chevaliers+du+zodiaque+++Pegasus+Box+Collector ,p930814.html
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/10983/Saint-Seiya-Integrale-Collector -Pegasus-Box-Part-1
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/chevaliers-du-zodiaque.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-saint-seiya-535.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2319

FR-9b	Saint Seiya – Hadès : Le Sanctuaire (聖闘士 星矢)
Site de vente de détails	▪ http://www.amazon.fr/Saint-seiya-had%C3%A8s-saison-int%C3%A9grale/dp/B0015DM3XI/ref=sr_1_6?ie=UTF8&s=dvd&qid=1263992163&sr=1-6 ▪ http://video.fnac.com/a2231759/Les-Chevaliers-du-Zodiaque-Hades-Le-Sanctuaire-Coffret-Saison-1-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=22&Fr=0
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/14425/Saint-Seiya-Hades-Le-Sanctuaire
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/chevaliers-du-zodiaque-hades.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-saint-seiya-the-hades-chapter-sanctuary-428.html

FR-10	Ranma 1/2 (らんま½)
Site de vente de détails	http://www.amazon.fr/Ranma-Collector -VOSTFR-VF-Partie/dp/B001LIPYUG/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1264071347&sr=1-1
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/14426/Ranma-1-2-Edition-Collector -Vol1
Site de critique d'animes	http://www.animeka.com/animes/detail/ranma.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2524

FR-11	Cat's Eye (キャッツ・アイ)
Sites de vente de détails	▪ http://www.amazon.fr/Cats-Eye-Collector -part-VOSTF/dp/B000FS9JYA/ref=sr_1_3?ie=UTF8&s=dvd&qid=1264073060&sr=1-3 ▪ http://video.fnac.com/a1830895/Cat-s-eye-Coffret-1-Edition-Premium -DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=2&Fr=0
Sites de vente de CD/DVD	http://www.cede.ch/fr/film-dvd/frames/right.cfm?aobj=10125524
Site de critiques de DVD	http://www.dvdcritiques.com/critiques/dvd_visu.aspx?dvd=4343
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2036

FR-13	Lady Oscar (ベルサイユのばら)
Site de vente de détails	▪ http://www.amazon.fr/Oscar-Int%C3%A9grale-Collector -Nagahama-Dezaki/dp/B000FS9JX6/ref=sr_1_3?ie=UTF8&s=dvd&qid=1264084766&sr=1-3 ▪ http://video.fnac.com/a1830967/Lady-Oscar-Coffret-integral-de-la-Serie-Edition-Collector -DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=3&Fr=0
Sites de vente de CD/DVD	http://www.cede.ch/fr/film-dvd/frames/right.cfm?aobj=10136463
Site de critique d'animes	http://www.anime-kun.net/animes/fiche-lady-oscar-762.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2029

FR-14	Ken le survivant (北斗の拳)
Site de vente de détails	http://www.amazon.fr/Coffret-Hokuto-survivant-partie-%C3%89pisodes/dp/B0029KH7GO/ref=sr_1_2?ie=UTF8&s=dvd&qid=1264086307&sr=1-2
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/15595/Hokuto-no-Ken-Version-Integrale-Part-1
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/ken-survivant.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-ken-le-survivant-590.html
Site de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/ken-le-survivant-5023503-760.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2684

FR-16	Albator 84 (わが青春のアルカディア)
Site de vente de détails	http://www.amazon.fr/Albator-84-Collector -VOSTFR-Int%C3%A9grale/dp/B001VCE51G/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1264862566&sr=1-1
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/15010/Albator-84-Edition-Collector
Site de critique d'animes	http://www.animeka.com/animes/detail/albator-84.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2559

FR-18	Tsubasa Reservoir Chronicle (ツバサ－RESERVoir CHRoNiCLE)
Site de vente de détails	http://video.fnac.com/a1875844/Tsubasa-Chronicle-Coffret-Volume-Edition-speciale-fnac-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=4&Fr=0
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.discountmanga.com//Tsubasa+Chronicle+Collector,p921512.html
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/tsubasa-chronicle.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-tsubasa-chronicle-550.html
Site de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/tsubasa-chronicle-coffret -1-5022160-760.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2074

FR-19	xXxHolic (×××ホリック)
Site de vente de détails	http://video.fnac.com/a2051591/XxxHolic-Coffret-Serie-TV-Volume-1-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=2&Fr=0
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.discountmanga.com/product_info.php?products_id=930205&ID_AFF=108
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/10681/XXX-Holic-serie-TV-Vol1
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/xxxholic-tv.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-xxxholic-833.html
Site de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/xxxholic-vol-2-5017201-760.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2308

FR-20	Chobits(ちょびっツ)
Site de vente de détails	▪ http://www.amazon.fr/Int%C3%A9grale-Chobits-Collector_____-Limit%C3%A9e-Ex-Libris/dp/B000J0ZQDC/ref=sr_1_2?ie=UTF8&s=dvd&qid=1265038259&sr=1-2 ▪ http://video.fnac.com/a1888941/Chobits-Coffret-Integral-Edition-Limitee-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=5&Fr=0
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.discountmanga.com//Chobits+TV+++Integrale+Collector,p923214.html
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/chobits.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-chobits-42.html
Site de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/chobits-integrale-limitee-5019911-760.html

FR-21	Ghost in the Shell – Stand Alone Complex (攻殻機動隊 STAND ALONE COMPLEX)
Site de vente de détails	http://www.amazon.fr/Coffret-ghost-shell-complex-saison/dp/B0015MS7MU/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1265040358&sr=1-1
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/13149/Ghost-in-the-Shell-Stand-Alone-Complex-Saison-1-Integrale
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/ghost-shell-stand-alone-complex.html

FR-21	Ghost in the Shell – Stand Alone Complex (攻殻機動隊 STAND ALONE COMPLEX)
	▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-ghost-in-the-shell-stand-alone-complex-322.html
Site de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/actu-dvd/news/ghost-in-the-shell-sac-nouveau-coffret -saison-1-4971374-760.html

FR-22	Ghost in the Shell : Stand Alone Complex – 2nd GIG (攻殻機動隊 STAND ALONE COMPLEX)
Site de vente de détails	▪ http://www.amazon.fr/Ghost-shell-stand-alone-complex/dp/B00186VRRK/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1265041613&sr=1-1 ▪ http://video.fnac.com/a2255283/Ghost-in-the-Shell-Stand-Alone-Complex-2nd-GIG-Coffret-integral-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=1&Fr=0
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/9005/Ghost-in-the-shell-Sac-2nd-GIG-Artbox-Vol6
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/gits-sac-2gig.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-ghost-in-the-shell-stand-alone-complex-2nd-gig-119.html

FR-24	Nana (ナナ)
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.discountmanga.com//Nana+++BOX+Deluxe,p929727.html
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/10604/Nana-BOX-Deluxe-Vol2
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/nana.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-nana-889.html
Sites de critique de DVD	http://www.excessif.com/dvd/nana-coffret -2-5021444-760.html
Sites de critique de DVD d'anime	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2331

FR-25	Fruits Basket (フルーツバスケット)
Site de vente de détails	▪ http://www.amazon.fr/Fruits-Basket-Collector -Digipack-Int%C3%A9grale/dp/B0000WNIYS/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1265230465&sr=1-1 ▪ http://video.fnac.com/a1513306/Fruits-basket-Coffret-Edition-Collector -DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=3&Fr=0
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.discountmanga.com//Fruits+Basket+Collector +VOSTF++,p410187.html
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/fruits-basket.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-fruits-basket-66.html
Site de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/fruits-basket-l-integrale-collector-5018382-760.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=511

FR-26	L'arme Ultime (Saishū heiki kanojo - 最終兵器彼女)
Site de vente de détails	http://video.fnac.com/a1513305/L-Arme-Ultime-Coffret-integral-Edition-simple-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=1&Fr=0
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/arme-ultime-saikano.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-l-arme-ultime-143.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=1037

FR-27	Rave Master (レイヴ)
Site de vente de détails	http://video.fnac.com/a2193806/Rave-Master-Coffret-Volume-4-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=3&Fr=0
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.discountmanga.com//Rave,p927588.html
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/9834/Rave-Vol1
Site de critique d'animes	http://www.animeka.com/animes/detail/rave.html
Site de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/rave-box-1-5022901-760.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2251

FR-28	Murder Princess (マーダー•プリンセス)
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/13904/Murder-Princess
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/murder-princess.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-murder-princess-1370.html
Site de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/murder-princess-5017544-760.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2478

FR-30	Le Portrait de Petite Cosette (コゼットの肖像)
Site de vente de détails	http://video.fnac.com/a1661088/Le-Portrait-de-Petite-Cosette-Coffret-Edition-limitee-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=1&Fr=0
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/portrait-de-petite-cosette.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-le-portrait-de-petite-cosette-38.html
Site de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/le-portrait-de-petite-cosette-5023327-760.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=1604

FR-31	Host Club : Le lycée de la séduction (桜蘭高校ホスト部)
Site de vente de détails	http://www.amazon.fr/Ouran-host-club-vol/dp/B00181GH8Y/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1265707554&sr=1-1
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/13908/Ouran-Host-Club-Le-lycee-de-la-seduction-Coffret-1
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/ouran-high-school-host-club.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-host-club-le-lycee-de-la-seduction-898.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2484

FR-33	Vampire Knight (ヴァンパイア騎士)
Site de vente de détails	▪ http://www.amazon.fr/Vampire-Knight-vol-1-Saison/dp/B002ER0QTC/ref=sr_1_2?ie=UTF8&s=dvd&qid=1265710384&sr=1-2 ▪ http://video.fnac.com/a2679072/Vampire-knight-Coffret-1-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=3&Fr=0
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/15389/Vampire-Knight-Day-Box-1
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/vampire-knight.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-vampire-knight-2709.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2623

FR-34	Elfen Lied (エルフェンリート)
Site de vente de détails	http://video.fnac.com/a2009345/Elfen-Lied-Volume-1-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=3&Fr=0
Site de vente de CD/DVD **Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel**	http://www.cede.ch/fr/film-dvd/frames/right.cfm?aobj=10164723 http://www.discountmanga.com//Elfen+Lied,p928620.html
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/10280/Elfen-Lied-Vol1
Site de critique d'animes	http://www.anime-kun.net/animes/fiche-elfen-lied-277.html
Site de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/elfen-lied-vol-1-5020953-760.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2263

FR-36	Code Geass ~ Lelouch de la rébellion (コードギアス 反逆のルルーシュ)
Site de vente de détails	▪ http://www.amazon.fr/Code-Geass-vol-1-Goro-Taniguchi/dp/B002OT73W8/ref=sr_1_2?ie=UTF8&s=dvd&qid=1265713771&sr=1-2 ▪ http://video.fnac.com/a2729730/Code-Geass-Saison-1-Coffret-1-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=2&Fr=0
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/15706/Code-Geass-Coffret-1
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/code-geass-hangyaku-no-lelouch.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-code-geass-hangyaku-no-lelouch-1038.html
Site de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/code-geass-lelouch-of-the-rebellion-vol-1-5529137-760.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2651

FR-43	Princess Princess (プリンセス・プリンセス)
Site de vente de détails	http://video.fnac.com/a1973075/Princess-Princess-Coffret-Volume-1-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=1&Fr=0
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.discountmanga.com//Princess+Princess+Box+1+2,p927501.html
Magazine spécialisé	http://www.animeland.com/critiques/voir/9782/Princess-Princess-Box-1-2
Site de critique d'animes	http://www.anime-kun.net/animes/fiche-princess-princess-899.html
Site de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/princess-princess-coffret -1-5022917-760.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2224

FR-44	Cowboy Bebop (カウボーイビバップ)
Site de vente de détails	▪ http://www.amazon.fr/Cowboy-Bebop-Collector -Remasteris%C3%A9e-5-1/dp/B000NTPC38/ref ▪ http://video.fnac.com/a1949737/Cowboy-Bebop-Coffret-Luxe-Edition-Collector -Limitee-DVD-Zone-2?PID=3&Mn=-1&Ra=-3&To=0&from=1&Nu=5&Fr=0
Site de vente de CD/DVD	http://www.cede.ch/fr/film-dvd/frames/right.cfm?aobj=10153671
Site de critique d'animes	▪ http://www.animeka.com/animes/detail/cowboy-bebop.html ▪ http://www.anime-kun.net/animes/fiche-cowboy-bebop-44.html
Site de critiques de DVD	http://www.excessif.com/dvd/cowboy-bebop-vol-1-5021619-760.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.dvdanime.net/critiqueview.php?id_critique=2227

D-1	Mahoromatic - Automatic Maiden (まほろまてぃっく)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Mahoromatic-Automatic-Maiden-Episoden-01-12/dp/B0009Y2WB2/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268225474&sr=1-1
Site de vente de CD/DVD	http://www.wog.ch/index.cfm/details/product/7770-Mahoromatic-3-DVDs#description
Site de critique d'animes	http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=728&s=comments#anime

D-2	FLCL (フリクリ)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/FLCL-Vol-02-Kazuya-Tsurumaki/dp/B000FHYJ46/ref=sr_1_3?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268228486&sr=1-3
Site de critique d'animes	http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serie.phtml?id=1130
Site de critique de DVD	http://www.digitalvd.de/dvds/50708,FLCL---Vol-2.html
Sites de critique de DVD d'animes	▪ http://www.animeaufdvd.info/reviews/1149492783.php?from=rev ▪ http://anisearch.de/?page=anime&id=776&s=comments#1030

D-3	Hokuto no Ken (北斗の拳)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Fist-North-Star-Vol-Version/dp/B00069V5WC/ref=sr_1_3?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268229590&sr=1-3
Site de vente de CD/DVD	http://www.cede.ch/fr/film-dvd/frames/right.cfm?aobj=10076043
Site de critique d'animes	http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=2242&s=comments
Sites de critique de DVD d'animes	http://www.animeaufdvd.info/reviews/1105082639.php?from=rev

D-5	Gundam 00 (機動戦士ガンダム00(ダブルオー)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Gundam-00-Vol-James-Corrigall/dp/B002DU7MLA/ref=sr_1_3?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268327563&sr=1-3
Site de vente de CD/DVD	http://www.wog.ch/shop.cfm/template/details/uc/false/subtab/3/product/DA+19455.cfm#top
Forum spécialisé	http://animexx.onlinewelten.com/aidb/video-deutschland.phtml?id=3049
Site de critique d'animes	▪ http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serien-kommentare.phtml?id=2549 ▪ http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=4302&s=comments#53482

D-6	Die Zwölf Königreiche (十二国記)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/12-Kingdoms-Vol-Episoden-01-09/dp/B0002X7JRW/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268394712&sr=1-1
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.animeversand.com/kingdoms-volume-episoden-0109-dvds-p-2232.html
Site de critique d'animes	http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=1558
Sites de critiques de DVD	http://www.digitalvd.de/dvds/14016,12-Kingdoms---Vol-1.html
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.animeaufdvd.info/reviews/1104126388.php?from=rev

D-8	Pokemon (ポケットモンスター)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Pok%C3%A9mon-TV-Serie-01-Entscheidung-Pikachu/dp/B0003CYJD4/ref=sr_1_8?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268395825&sr=1-8
Forum spécialisé	http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serie.phtml?id=2&modus=video
Site de critique d'animes	http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=3139&s=comments#anime
Sites de critiques de DVD d'animes	http://www.animeaufdvd.info/reviews/1104909009.php?from=rev#top

D-9	Dragon Ball Z (ドラゴンボールZ)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Dragonball-Box-DVDs-Daisuke-Nishio/dp/B002N9C95U/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268397242&sr=1-1
Sites de vente de CD/DVD	▪ http://www.cede.ch/fr/film-dvd/frames/right.cfm?aobj=10223295 ▪ http://www.wog.ch/index.cfm/details/product/20486-Dragonball-Z-Box-01-6-DVDs
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.animeversand.com/dragonball-volume-p-7440.html?product_tab=customer_reviews&osCsid=83f22fafb72787fe61db54eca705d131
Forum spécialisé	http://animexx.onlinewelten.com/aidb/video-deutschland.phtml?id=3148
Site de critiques d'animes	http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=2938
Site de critiques de DVD	http://shopping.digitalvd.de/shopping/dvd/detail.asp?BESTNR=jk288495

D-13	One Piece (ワンピース)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/One-Piece-Vol-1/dp/B00009I9CY/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268399476&sr=1-1
Sites de vente de CD/DVD	http://www.cede.ch/fr/film-dvd/frames/right.cfm?aobj=10044861
Forum spécialisé	http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serien-kommentare.phtml?id=1305
Site de critiques d'animes	http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=2227&s=comments

D-15	Cowboy Bebop (カウボーイビバップ)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Cowboy-Bebop-Vol-1-Episoden-01-05/dp/B0000C6VSR/ref=cm_cr_pr_product_top
Sites de vente de CD/DVD	http://www.cede.ch/fr/film-dvd/frames/right.cfm?aobj=10067624
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.animeversand.com/cowboy-bebop-volume-episoden-0105-p-108.html?product_tab=customer_reviews
Forum spécialisé	
Site de critiques d'animes	▪ http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serie.phtml?id=1131 ▪ http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=1572&s=comments

D-15	Cowboy Bebop (カウボーイビバップ)
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.animeaufdvd.info/reviews/1065095386.php?from=rev

D-16	Elfen Lied (エルフェンリート)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Elfenlied-Slimline-DVDs-Jin-Chung/dp/B000ZIYSGY/ref=sr_1_2?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268404208&sr=1-2
Sites de vente de CD/DVD	▪ http://www.cede.ch/fr/film-dvd/frames/right.cfm?aobj=10145698 ▪ http://www.wog.ch/shop.cfm/template/details/uc/false/subtab/3/product/DA+13818.cfm#top
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.animeversand.com/elfen-lied-slimline-complete-collection-volume-0104-p-6576.html?product_tab=customer_reviews
Site de critiques d'animes	▪ http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serien-kommentare.phtml?id=1908 ▪ http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=1822&s=details

D-18	xXxHolic ((ホリック)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/xxxHolic-Die-Serie-Vol-DVDs/dp/B000WPJMYI/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268406755&sr=1-1
Sites de vente de CD/DVD	http://www.wog.ch/shop.cfm/template/details/uc/false/subtab/3/product/DA+15567.cfm#top
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.animeversand.com/xxxholic-serie-volume-episoden-0108-p-5609.html?product_tab=customer_reviews&osCsid=2749584d3a8cccfb5f61b4d772b33d98
Forum spécialisé	http://animexx.onlinewelten.com/aidb/video-deutschland.phtml?id=2273
Site de critiques d'animes	▪ http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serien-kommentare.phtml?id=2661 ▪ http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=38
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.animeaufdvd.info/reviews/1202098382.php?from=rev

D-24	Death Note (デスノート)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Death-Note-1-Episoden-1-5/dp/B001EMRWBS/ref=sr_1_2?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268655580&sr=1-2
Sites de vente de CD/DVD	▪ http://www.cede.ch/fr/film-dvd/frames/right.cfm?aobj=10196815 ▪ http://www.wog.ch/index.cfm/details/product/17490-Death-Note-Vol-1
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.animeversand.com/death-note-volume-episoden-0105-p-6459.html?product_tab=customer_reviews&osCsid=5029d0404d024f55c125a493a65d2f00
Forum spécialisé	
Site de critiques d'animes	▪ http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serien-kommentare.phtml?id=3191 ▪ http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=3633

D-26	Cardcaptor Sakura (カードキャプターさくら)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Cardcaptor-Sakura-Vol-Episoden-01-04/dp/B000B9WG1Q/ref=sr_1_6?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268665076&sr=1-6
Site de critique d'animes	▪ http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serie.phtml?id=1107 ▪ http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serien-kommentare.phtml?id=1107 ▪ http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=1913&s=details
Site de critiques de DVD	http://www.digitalvd.de/dvds/77587,Card-Captor-Sakura---Vol-1.html

D-27	Neon Genesis Evangelion (新世紀エヴァンゲリオン)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Neon-Genesis-Evangelion-Platinum-02/dp/B000766XL2/ref=cm_cr_pr_product_top
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.animeversand.com/neon-genesis-evangelion-platinum-volume-p-2426.html
Site de critiques d'animes	http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serie.phtml?id=8&modus=video http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serien-kommentare.phtml?id=8 http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=345
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.animeaufdvd.info/reviews/1112072788.php?from=rev

D-28	Vampire Knight (ヴァンパイア騎士)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Vampire-Knight-Box-Vol-1-DVDs/dp/B001V7U0UQ/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268668780&sr=1-1
Sites de vente de CD/DVD **Forum spécialisé**	▪ http://www.cede.ch/fr/film-dvd/frames/right.cfm?aobj=10209280 ▪ http://www.wog.ch/shop.cfm/template/details/uc/false/subtab/3/product/DA+18273.cfm#top ▪ http://www.wog.ch/index.cfm/details/product/18974-Vampire-Knight-Guilty-Vol-1-2-DVDs#description http://animexx.onlinewelten.com/aidb/video-kommentare.phtml?id=2938
Site de critiques d'animes	▪ http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serien-kommentare.phtml?id=2817 ▪ http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=4714&s=comments#anime
Site de critiques de DVD	http://www.digitalvd.de/dvds/73606,Vampire-Knight---Box-1.html

D-29	Naruto (ナルト)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Naruto-Vol-01-Episoden-1-5/dp/B000JBXO94/ref=sr_1_9?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268731366&sr=1-9
Sites de vente de CD/DVD **Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel** **Forum spécialisé**	▪ http://www.cede.ch/fr/film-dvd/frames/right.cfm?aobj=10135739 ▪ http://www.wog.ch/shop.cfm/template/details/uc/false/subtab/3/product/DA+12915.cfm#top ▪ http://www.wog.ch/index.cfm/details/product/12915-Naruto-Vol-1 http://www.animeversand.com/naruto-volume-episoden-0105-p-4353.html?osCsid=75f8f24de52796eeb67c2fc41ffa1358 http://animexx.onlinewelten.com/aidb/video-kommentare.phtml?id=1326
Site de critiques d'animes	▪ http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serien-kommentare.phtml?id=1693 ▪ http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=2788
Site de critiques de DVD **Site de critiques de DVD d'animes**	http://shopping.digitalvd.de/shopping/dvd/detail.asp?BESTNR=jk208290 http://www.animeaufdvd.info/reviews/1171187853.php?from=rev

D-31	Ranma ½ (らんま½)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Ranma-Vol-Folgen-1-27-DVDs/dp/B0000T850I/ref=sr_1_2?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268734511&sr=1-2
Sites de vente de CD/DVD	http://www.wog.ch/shop.cfm/template/details/uc/false/subtab/3/product/DA+02160.cfm#top
Site de critiques d'animes	▪ http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serien-kommentare.phtml?id=1095 ▪ http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=282
Site de critiques de DVD d'animes	http://www.animeaufdvd.info/reviews/1068614436.php?from=rev

D-33	Ouran High School Host Club (桜蘭高校ホスト部)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Ouran-High-School-Host-Vol-1/dp/B0015CI59U/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268735274&sr=1-1
Sites de vente de CD/DVD **Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel** **Forum spécialisé**	http://www.wog.ch/shop.cfm/template/details/uc/false/subtab/3/product/DA+16500.cfm#top http://www.animeversand.com/ouran-high-school-host-club-volume-dvds-p-6087.html?product_tab=customer_reviews http://animexx.onlinewelten.com/aidb/video-kommentare.phtml?id=2419
Site de critiques d'animes	▪ http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serien-kommentare.phtml?id=2966 ▪ http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=150
Site de critiques de DVD	http://www.digitalvd.de/dvds/68582,Ouran-High-School-Host-Club---Box-1.html

D-34	Fullmetal Alchemist (鋼の錬金術師)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Fullmetal-Alchemist-Vol-Seiji-Mizushima/dp/B000NIN05Q/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268736282&sr=1-1
Sites de vente de CD/DVD **Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel**	▪ http://www.cede.ch/fr/film-dvd/frames/right.cfm?aobj=10142652 ▪ http://www.wog.ch/shop.cfm/template/details/uc/false/subtab/3/product/DA+13482.cfm#top http://www.animeversand.com/fullmetal-alchemist-volume-episoden-4751-p-5826.html?product_tab=customer_reviews

Forum spécialisé	http://animexx.onlinewelten.com/aidb/video-kommentare.phtml?id=2091
Site de critiques d'animes	▪ http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serien-kommentare.phtml?id=2434 ▪ http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=2519

D-35	Chobits (ちょびっツ)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Chobits-Complete-Collection-Morio-Asaka/dp/B000ND7UIO/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268736954&sr=1-1
Sites de vente de CD/DVD **Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel**	http://www.wog.ch/shop.cfm/template/details/uc/false/subtab/3/product/DA+16189.cfm#top http://www.animeversand.com/chobits-complete-collection-episode-0124-bonus-p-5075.html?product_tab=customer_reviews
Site de critiques d'animes	http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serie.phtml?id=1205 / http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serien-kommentare.phtml?&id=1205 http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=1526

D-36	Code Geass: Lelouch of the Rebellion (コードギアス 反逆のルルーシュ)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Code-Geass-Lelouch-Rebellion-Vol/dp/B002N9C92S/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268737676&sr=1-1
Sites de vente de CD/DVD **Forum spécialisé**	http://www.wog.ch/shop.cfm/template/details/uc/false/subtab/3/product/DA+19449.cfm#top http://animexx.onlinewelten.com/aidb/video-kommentare.phtml?id=3154
Site de critiques d'animes	▪ http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serien-kommentare.phtml?id=2706 ▪ http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=3663

D-40	Princess Princess (プリンセス・プリンセス)
Site de vente de détails	http://www.amazon.de/Princess-Vol-Folge-01-06-DVDs/dp/B000N8UVXU/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=dvd&qid=1268833455&sr=1-1
Sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel	http://www.animeversand.com/princess-princess-volume-limited-edition-digipack-dvds-p-4968.html?product_tab=customer_reviews&osCsid=b9fbb875c568c3b2cc6498684fe18293
Site de critiques d'animes	▪ http://animexx.onlinewelten.com/aidb/serie.phtml?id=2436 ▪ http://anisearch.de/index.php?page=anime&id=444
Sites de critiques de DVD	http://www.digitalvd.de/dvds/61591,Princess-Princess---Vol-1.html
Sites de critiques de DVD d'animes	http://www.animeaufdvd.info/reviews/1193903077.php?from=rev

Annexe 3 : Liste des thèmes par axes et sous-catégories

Axe	Sous-catégorie	Thématique	Thème ID	Thème
X	**x**	**T1**	**x-1**	Anime comme porte d'entrée dans les univers narratifs de l'industrie japonaise.
		T1	**x-7**	Raccordement à un genre défini par l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel.
		T1	**x-8**	Raccordement à une industrie avec une spécificité culturelle.
		T2	**x-5**	Evaluation du statut de l'anime par rapport au reste de la production de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel.
		T2	**x-9**	Comparaison avec d'autres animes.
		T3	**x-3**	Cohérence entre les acteurs industriels.
		T3	**x-6**	Méconnaissance de ces univers narratifs par le grand public.
		T3	**x-10**	Raccordement de l'anime à un imaginaire global.
	xx	**T1**	**xx-1**	Anime adapté en manga.
		T1	**xx-2**	Anime = adaptation d'un roman en série TV animée.
		T1	**xx-3**	Anime = adaptation d'un jeu vidéo en série TV animée.
		T1	**xx-4**	Anime adapté en jeu vidéo.
		T1	**xx-5**	Anime = adaptation d'un manga en série TV animée.
		T1	**xx-6**	Evaluation de l'adaptation graphique du manga en anime.
		T1	**xx-10**	Anime comme incarnation originelle de l'univers narratif.
		T1	**xx-7**	Evaluation de l'adaptation narratologique du manga en anime.
		T1	**xx-16**	Manga comme incarnation originelle de l'univers narratif.
		T1	**xx-23**	Jeu vidéo comme incarnation originelle de l'univers narratif.
		T2	**xx-9**	Anime comme 1er point d'entrée dans l'univers narratif dont il est issu.
		T2	**xx-11**	Confusion entre les concepts d'animes et de DVD.
		T2	**xx-12**	Confusion entre les concepts d'anime et de manga.

Axe	Sous-catégorie	Thématique	Thème ID	Thème
		T2	**xx-13**	Confusion entre les concepts d'anime et de série TV.
		T2	**xx-14**	Importance des thèmes musicaux.
		T2	**xx-15**	Manga comme 1er point d'entrée dans l'univers narratif.
		T2	**xx-17**	Nature transmédia de ces univers narratif.
		T2	**xx-22**	Jeu vidéo comme 1er point d'entrée dans l'univers narratif.
		T3	**xx-18**	Expérimentation dans la langue originale.
		T3	**xx-19**	Importance de la cohérence narrative entre les diverses incarnations de l'univers narratif.
		T3	**xx-20**	Refus du décalage par rapport à l'incarnation originelle.
		T3	**xx-21**	Importance de la complémentarité entre les différentes incarnations de l'univers narratif.
	xxx	**T1**	**xxx-1**	DVD comme moyen de collectioner des animes de qualité.
		T1	**xxx-2**	Expérience des contenus additionnels.
		T1	**xxx-4**	Exigence d'une bonne qualité audiovisuelle.
		T1	**xxx-8**	DVD comme moyen de collectioner des épisodes d'animes.
		T1	**xxx-17**	Evaluation du soin apporté à l'emballage.
		T2	**xxx-5**	Exigence d'une version doublée.
		T2	**xxx-6**	Exigence d'une VOST au minimum.
		T2	**xxx-7**	Exigence de plusieurs versions linguistiques.
		T3	**xxx-9**	DVD comme moyen de découvrir des animes.
		T3	**xxx-13**	DVD comme moyen de rectifier les erreurs des éditions télévisuelles (pour les animes ayant été diffusés à la télévision auparavant).
		T3	**xxx-15**	DVD comme moyen de reproduire l'expérience télévisuelle.
		T3	**xxx-18**	Sortie DVD considérée comme une étape logique de la carrière d'un anime.
		T4	**xxx-3**	Exigence de versions complètes non-censurées.
		T4	**xxx-16**	Exigence du respect de l'anime dans sa forme originale.
Y	**y**	**T1**	**y-6**	Diffusion mondiale.
		T1	**y-7**	Diffusion TV nationale.

Axe	Sous-catégorie	Thématique	Thème ID	Thème
		T1	**y-17**	Diffusion TV privée.
		T1	**y-18**	Diffusion TV privée de version tronquée.
		T2	**y-9**	Distribution mondiale.
		T2	**y-14**	Usage du dispositif vidéo.
		T3	**y-1**	Distribution gratuite.
		T3	**y-10**	Flux gratuit.
		T3	**y-11**	Préférence pour la distribution gratuite.
		T3	**y-12**	Préférence pour le flux gratuit.
		T4	**y-2**	Accès aux animes dans son propre pays.
		T4	**y-3**	Décalage entre diffusion japonaise et diffusion internationale.
		T4	**y-4**	Décalage temporel entre diffusions nationale et internationale.
		T4	**y-15**	Transition de la diffusion japonaise à la diffusion et à la distribution à l'étranger.
		T4	**y-16**	Transition de la diffusion nationale à la distribution vidéo.
	yy		**yy-1**	Dispositif permettant une lecture en HD.
			yy-3	Qualité audiovisuelle.
			yy-5	Transfert des bandes son de la TV à la vidéo.
			yy-6	Transfert des images de la TV à la vidéo
	yyy	**T1**	**yyy-2**	Evaluation de la traduction utilisée dans le doublage.
		T1	**yyy-3**	Evaluation du doublage dans la langue cible.
		T1	**yyy-5**	Evaluation du doublage en allemand.
		T1	**yyy-6**	Evaluation du doublage en anglais.
		T1	**yyy-7**	Evaluation du doublage en français.
		T1	**yyy-8**	Préférence pour le doublage traduit.
		T1	**yyy-9**	Signalement de problèmes de transition verbale entre le japonais et la langue cible.
		T2	**yyy-4**	Evaluation des seiyus (doubleurs japonais).
		T2	**yyy-10**	Recommandation de la version originale sous-titrée (VOST).
		T3	**yyy-11**	Evaluation de la qualité de la traduction utilisée pour les sous-titres
		T3	**yyy-12**	Evaluations des fansubs.
		T3	**yyy-13**	Evaluation des sous-titres dans leur ensemble (qualité visuelle, rythme de défilement, compréhension.).
		T3	**yyy-14**	Préférence pour les fansubs par rapport aux sous-titrages officiels.

Axe	Sous-catégorie	Thématique	Thème ID	Thème
Z	**z**	**T1**	**z-3**	Comparaisons avec les contenus proposés par d'autres éditions du même anime.
		T1	**z-9**	Evaluation de la qualité esthétique de l'emballage.
		T1	**z-10**	Evaluation de la qualité générale du DVD comme objet de collection.
		T1	**z-11**	Evaluation de la solidité de l'emballage.
		T1	**z-18**	Evaluation de la qualité matérielle de l'emballage.
		T1	**z-21**	Respect de l'anime par l'éditeur.
		T1	**z-23**	Respect des attentes du public par l'éditeur.
		T2	**z-4**	Comparaison avec les prix pratiqués dans le secteur DVD.
		T2	**z-5**	Comparaison des prix entre plusieurs éditions du même anime.
		T2	**z-8**	Critique du rythme de parution des DVD ou coffrets DVD.
		T2	**z-19**	Question de la répartition des épisodes sur les DVD d'une même édition.
		T2	**z-20**	Question de la relation quantité-coût d'une édition. (répartition des épisodes, présence de contenus additionnels, etc.)
		T2	**z-22**	Edition proposant ou pas l'intégralité de la série.
		T3	**z-2**	Disponibilité de plusieurs versions linguistiques dans une édition.
		T3	**z-15**	Signalement de la présence d'une version originale sous-titrée (VOST).
		T3	**z-16**	Signalement de la présence d'une version originale sous-titrée (VOST) et d'une version doublée.
		T4	**z-6**	Evaluations des contenus additionnels sur les DVD (making-of, interviews, biographies, bêtisier, etc.).
		T4	**z-24**	Evaluation des suppléments matériels (cartes, livret, poster, merchandizing, morceau de pellicule, etc., accompagnant les DVD) .
		T4	**z-25**	Evaluation de l'utilisation de l'espace de stockage sur le DVD.
	zz		**zz-1**	Critique générale de la qualité audiovisuelle des contenus des DVD.

Axe	Sous-catégorie	Thématique	Thème ID	Thème
			zz-2	Evaluation technique de la qualité audiovisuelle des contenus des DVD (avec références spécifiques au travail accompli par l'éditeur sur l'image et le son).
			zz-3	Evaluation de la qualité visuelle et du rythme de défilement des sous-titres
			zz-4	Evaluation du traitement des fichiers numériques (compression).
	zzz	**T1**	**zzz-1**	Evaluation de la présentation graphique de l'inteface du DVD.
		T1	**zzz-7**	Evaluation générale du fonctionnement de l'interface.
		T1	**zzz-8**	Evaluation de la navigation dans les menus de l'interface.
		T2	**zzz-2**	Evaluation du chapitrage des épisodes.
		T2	**zzz-5**	Evaluation des possibilités de navigation entre les épisodes.
		T3	**zzz-3**	Evaluation de la maniabilité des options linguistique.
		T3	**zzz-6**	Evaluation de la maniabilité des options de lecture (notamment la possibilité de changer de versions linguistiques en cours de lecture).

Annexe 4 : Contenu du CD en pièce jointe

1. Collecte des commentaires pour chaque anime (entre le 27.09.2010 et le 22.01.2011), copiés-collés directement dans Word et annotations de ceux-ci en vue de leur analyse quantitative : 54 Fichiers Word nommés d'après le numéro d'identification de chaque anime (FichesAnime_FR-1.docx, FichesAnime_D-1.docx, etc.).
2. Analyse quantitative des commentaires : 1 Fichier Excel – Terrain_Juin2013.xlsx.

Figure 23: Capture d'écran du document FichesAnime_FR1 (*Naruto*) avec annotations.

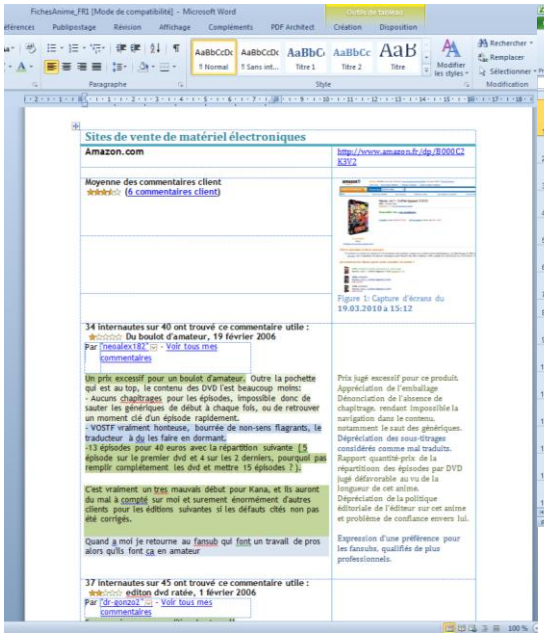


Figure 24: Capture d'écran du fichier Excel Terrain_Juin.xlsx.

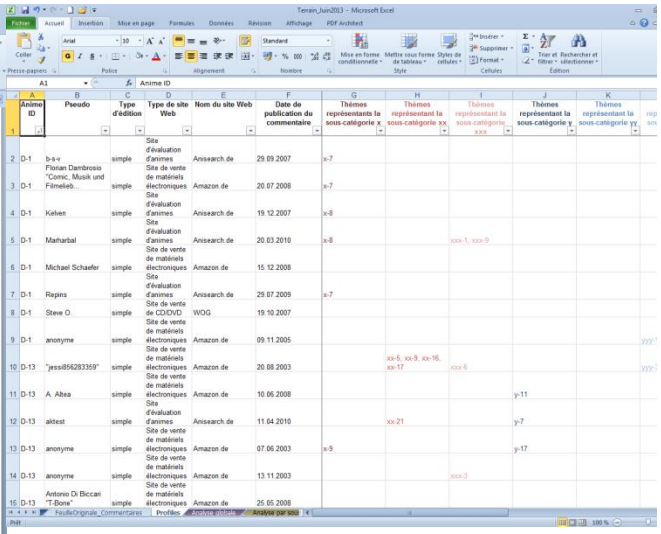


Table des matières

Introduction 3

Des séries TV au parcours commercial un peu particulier 4

Problématique : les *animes* et la démédiation télévisuelle 5

Hypothèse : La ciné-vidéophilie, entre œuvres télévisuelles et œuvres audiovisuelles ... 9

Une étude croisant la sociologie de la réception et des usages 11

Méthodologie : Analyse de contenu de commentaires sur le Web 15

Structure du travail de thèse 18

1ère Partie : Les industries du divertissement audiovisuel sous la loupe des sciences de l'information et de la communication 21

Chapitre 1 : La réception et les usages du divertissement audiovisuel 23

1. Définitions de la notion d'industrie du divertissement audiovisuel et de DVD 23

1.1. Les industries du divertissement audiovisuel et les médias 23

1.2. Nature et positionnement du DVD dans le système médiatique 28

2. Les DVD d'*anime* dans la perspective des sciences de l'information et de la communication (SIC) 29

2.1. La fragmentation des audiences 29

2.2. Face aux multiples dispositifs techniques : apports de la sociologie des usages 34

3. La question de la circulation des contenus audiovisuels autour de la planète 43

3.1. Internationalisation, mondialisation, globalisation 43

3.2. La transnationalisation : traduction et adaptation 49

4. Le numérique entre dématérialisation et re-matérialisation 52

4.1. La question du numérique : le langage binaire et l'universalité 52

4.2. Le DVD et la redéfinition des pratiques 54

Résumé du chapitre 1 57

Chapitre 2 : Du kinétoscope au DVD, vers des pratiques personnalisées 59

1. Les contextes sociotechniques d'audienciation : public ou privé, collectif ou individuel 59

1.1. Les foules face au grand écran 59

1.2. Les foules diasporiques autours de leur poste de réception 62

1.3. Divertissement généralisé pour une foule d'individus diasporiques 65
2. L'évolution des dispositifs technologiques d'accès médiatique : Petit, portable et particulier 68
2.1. Internet : Résultat de la fusion entre l'ARPANET et les ordinateurs dans les universités.....68
2.2. Arrivée du PC et d'Internet dans les foyers: en route vers le tout-numérique.....70
2.3. L'escargot multimédia : l'individu seul face à une foule de petits écrans 73
3. Le DVD, technologie numérique de livraison vidéo de séries TV 74
3.1. Généalogie industrielle et technosociale du DVD 74
3.2. Le DVD comme moyen de reconstitution des publics de cinéma et de télévision 80
3.3. Le DVD et les séries TV comme œuvres à collectionner 86
Résumé du chapitre 2 91
Chapitre 3 : La sérialisation, un processus au coeur du transmédia de l'industrie japonaise 93
1. La série, le mode de narration par excellence de l'industrie du divertissement audiovisuel 93
1.1. Récit sérialisé, récit industrialisé.....94
1.2. Les divers types de sérialités.....98
1.3. La réception d'une narration par épisodes.....101
1.4. La série et les stratégies transmédia 104
2. Aux origines de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel, l'image en série 108
2.1. Emergence d'une industrie à la croisée des influences occidentales et de l'héritage culturel d'Edo.....108
2.2. Osamu Tezuka : la convergence entre le *manga*, la télévision et l'animation.114
2.3. Spécificités commerciales, techniques et esthétiques des *animes*.....118
3. Le divertissement audiovisuel japonais en Europe 122
3.1. Les facteurs commerciaux et socio-culturels de la globalisation des *animes* ...122
3.2. Première phase : arrivée des dessins animés japonais en Europe 130
3.3. Deuxième phase : émergence des *animes* et des *mangas*.....134
3.4. Troisième phase : le retour des *animes* en DVD.....137
Résumé du chapitre 3 139
Résumé de la 1ère partie 143

2ème Partie : A la recherche de la ciné-vidéophilie chez les amateurs d'*animes* 147
Chapitre 4 : Description de la méthodologie.....149
1. Angles d'approche thématique de la réception des *animes* en Europe.....149
1.1. Les trois axes d'analyse des pratiques de ciné-vidéophilie en fonction des modalités d'audienciation, d'accès aux *animes* et d'usages des DVD 149
2. Sélection et compilation du corpus d'analyse.....154
2.1. Sélection des sites Web 154
2.2. Choix des *animes* et des éditions DVD.....158
2.3. Traitement des commentaires et des thèmes 162
Résumé du chapitre 4 166
Chapitre 5 : Conceptions générales des *animes* et des DVD 167
1. Axe X: Modalités de constitution d'audiences dans un cadre de multiples déclinaisons médiatiques des univers narratifs 167
1.1. Conceptions de l'industrie des *animes* (sous-catégorie x).....167
1.2. Perceptions des stratégies transmédia de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel (sous-catégorie xx).....170
1.3. L'utilité du DVD comme technologie de livraison vidéo digitale dans le suivi des *animes* (sous-catégorie xxx).....174
1.4. Une audienciation « sériephile » 180
2. Axe Y: Modalités sociotechniques de réception des *animes* dans le cadre d'une multiplication des technologies de diffusion et de livraison 183
2.1. Considérations techniques et commerciales sur les divers canaux médiatiques d'accès aux *animes* (sous-catégorie y).....183
2.2. Modalités d'immersion sensorielle (sous-catégorie yy).....191
2.3. L'accès linguistique et les diverses politiques de traduction (sous-catégorie yyy) 193
2.4. La vidéophilie comme lien entre loyauté au média télévisuel et cinéphilie appliquée aux séries 199
3. Axe Z: Evaluations du travail de re-conditionnement des *animes* en produits DVD 201
3.1. Evaluation du re-conditionnement en marchandise culturelle d'un *anime* (sous-catégorie z) 202
3.2. Perceptions de la qualité audiovisuelle proposée par les éditions DVD (sous-catégorie zz) 210

3.3. La maniabilité de l'interface du DVD et la personnalisation de l'expérience vidéographique (sous-catégorie zzz) 214
3.4. La ciné-vidéophilie et le re-conditionnement d'un contenu de flux en une marchandise culturelle 217
4. Conclusions de la 1ère phase d'analyses 221
Résumé du chapitre 5 226
Chapitre 6 : Caractérisations des publics sur les divers types de site Web étudiés 227
1. Sites de commerce de détail 228
1.1. Description du contexte communicationnel des sites de vente de détails 228
1.2. Description générale des commentaires par axe et par corpus sur les sites de vente de détails 233
1.3. Description des principales modalités de suivi des *animes* sur les sites de vente de détails 235
2. Sites suisses de vente de CD/DVD 247
2.1. Description du contexte communicationnel des sites suisses de vente de CD/DVD 247
2.2. Description thématique générale du site par axes et par corpus 250
2.3. Description des principales modalités de suivi des *animes* sur les sites suisses de vente de CD/DVD 252
3. Sites spécialisés dans la vente de produits de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel 258
3.1. Description du contexte communicationnel des sites spécialisés dans les produits issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel 258
3.2. Description thématique générale des sites spécialisés dans les produits de l'industrie japonaise du divertissement par axe et par corpus 262
3.3. Description des principales modalités de suivi des *animes* sur les sites spécialisés dans les produits issus de l'industrie japonaise du divertissement audiovisuel 263
4. Magazine / Forum spécialisé 269
4.1. Description du contexte communicationnel du magazine Animeland et du forum spécialisé Animexx.de 269
4.2. Description thématique générale des sites d'Animeland.com et d'Animexx.de 274

4.3. Description des principales modalités de suivi des *animes* sur Animeland.com et Animexx.de 275
5. Sites de critiques d'*animes* 282
5.1. Description du contexte communicationnel des sites de critiques d'*animes*.....282
5.2. Description thématique générale des sites de critiques d'*animes* par axes et par corpus 289
5.3. Description des principales modalités de suivi des *animes* sur les sites de critiques d'*animes* 291
6. Sites de critiques de DVD 302
6.1. Description du contexte communicationnel des sites Web de critiques de DVD 302
6.2. Description thématique générale des sites de critiques de DVD par axes et par corpus 307
6.3. Description des principales modalités de suivi des *animes* sur ces sites de critiques de DVD.....309
7. Sites de critiques de DVD d'*animes* 315
7.1. Description du contexte communicationnel des sites de critique de DVD d'*animes*.....315
7.2. Description thématique générale des sites de critiques de DVD d'*animes* par axes et par corpus 318
7.3. Description des principales modalités de suivi des *animes* sur les sites de critiques de DVD d'*animes*.....319
8. Conclusions de la 2nde phase d'analyses.....329
8.1. La ciné-vidéophilie: entre usagers initiés aux technologies et récepteurs d'univers narratifs plurimédiatiques 329
8.2. Le problème de l'accès aux *animes*: une contrainte qui conditionne en partie l'orientation de la ciné-vidéophilie 330
8.3. La ciné-vidéophilie: une large palette de pratiques de collections de séries TV 331
8.4. La ciné-vidéophilie: signe d'une valorisation du divertissement audiovisuel sérialisé ? 336
Résumé du chapitre 6 338
Résumé de la 2ème partie.....343
Conclusion.....349

1. L'intérêt de cette recherche 351
2. Démédiation et pratiques de divertissement audiovisuel 354
3. Une approche descriptive d'une palette de pratiques de ciné-vidéophilie 356
3.1. La démédiation des *animes* : la télévision tient bon.....357
3.2. Les perceptions du re-conditionnement des *animes* en produit DVD.....358
3.3. La ciné-vidéophilie entre collection et simples listes.....360
4. La ciné-vidéophilie et le changement de statut culturel des séries TV 361
Bibliographie 365
Ouvrages imprimés 367
Chapitres d'ouvrages imprimés.....371
Articles de périodiques imprimés.....373
Articles de périodiques électroniques 377
Communications à des Congrès 378
Travaux universitaires 378
Rapports électroniques 379
Articles de magazines spécialisés imprimés 379
Blogs / Sites Web spécialisés 380
Articles de journaux imprimés 380
Articles de journaux électroniques 380
Autres sources 380
Liste des tableaux 383
Liste des figures 384
Liste des illustrations.....387
Annexes.....389
Annexe 4 : Contenu du CD en pièce jointe 423
Table des matières.....425
Résumé - Summary 431

BELDI Ariane

Le DVD et la transformation des séries TV en œuvres

Le cas de la réception des séries TV d'animation japonaise en Europe

Résumé

Depuis le milieu des années 90, la plupart des animes n'arrivent en Europe que sous forme de vidéogrammes, en VHS d'abord, puis en DVD, alors qu'ils ont occupé largement les programmes pour enfants dans les années 1970-80. Rompant avec le circuit marketing habituel qui impose un passage à la télévision avant d'être éditées pour le marché de la vidéo, les DVD d'*animes* illustrent une forme de « démédiation » des séries TV, qui, de contenus éphémères souvent déconsidérés et pris dans un flot constant d'images, sont "re-conditionnés" pour devenir des œuvres vendues directement au public pour qu'il les collectionne. Cette thèse vise donc à décrire la manière dont les amateurs d'animes reçoivent les éditions DVD sur lesquels voyagent ces séries ainsi que le rôle qu'ils leur attribuent dans leur suivi de ces univers narratifs, déclinés en de multiples versions médiatiques et dont l'incarnation animée est généralement accessible de diverses manières. Elle combine deux grands axes des sciences de l'information et de la communication (SIC), les études de réception et la sociologie des usages, permettant d'éclairer sous cet angle spécifique le développement des stratégies transmédia à l'œuvre dans les industries du divertissement audiovisuel.

Mots-clés : SIC, DVD, séries TV, transmédia, œuvre, démédiation, re-conditionnement, réception, usage, pratiques culturelles

Summary

Since the mid-1990's, most Japanese animated TV series have been arriving in Europe as video products, first as VHS, then as DVD, even though they used to be the main content of children TV programs in the 1970's-1980's. Breaking away from the usual marketing circuit which usually imposes a television broadcasting of a series before it is edited for the video market, *anime* DVD illustrate a form of TV series « demediation ». This "repackaging" process means that they are turned from ephemeral and badly considered contents into collectibles, directly sold to consumers, leading to the question as to how this process is perceived by the targeted audiences. This dissertation aims at describing the ways *anime* publics receive these DVD editions as well as the role this technology is ascribed by them in their following of these narratives, which are usually marketed under many different media and material forms and whose animated versions are usually accessible through different means. This research combines two theoretical strands of media studies, reception studies and sociology of technology, thus highlighting under this specific angle some present developments in the transmédia processes at work within the audiovisual entertainment industries.

Keywords: media studies, cultural studies, DVD, TV series, transmedia, work, demediation, repackaging, reception, usage, cultural practices