Henry JENKINS, *La Culture de la convergence. Des médias au transmédia*

trad. de l'anglais par C. Jaquet, Paris, A. Colin/Ina Éd.,
coll. Médiacultures, 2013 [2006], 336 pages

Ioanna Vovou

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/10262>
DOI : 10.4000/questionsdecommunication.10262
ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2015
Pagination : 363-364
ISBN : 9782814302716
ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Ioanna Vovou, « Henry JENKINS, *La Culture de la convergence. Des médias au transmédia* », *Questions de communication* [En ligne], 28 | 2015, mis en ligne le 31 décembre 2015, consulté le 10 décembre 2020.
URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/10262> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.10262>

Henry JENKINS, *La Culture de la convergence. Des médias au transmédia*

trad. de l'anglais par C. Jaquet, Paris, A. Colin/Ina Éd., coll. Médiacultures, 2013 [2006], 336 pages

Traversant les premières décennies du ^{xxi}e siècle, les phénomènes de communication et leur dimension sociale et culturelle dessinent un vaste champ scientifique et social inépuisable à explorer afin de fournir des outils scientifiques et de recherche pour comprendre et donner sens à notre monde. Tel est le pari de l'ouvrage d'Henry Jenkins – considéré comme une des figures les plus importantes dans le courant de *media studies* – traduit en français sous le titre *La Culture de la convergence. Des médias au transmédia*, paru sept ans après sa publication initiale en 2006 qui a été suivie avec un vif intérêt de la part de la communauté scientifique et des critiques.

Démarrons la discussion de cet ouvrage par deux remarques préliminaires : premièrement, sept ans après sa parution initiale, ce travail n'a en rien perdu sa pertinence exploratoire de la notion de *convergence* et de ses diverses manifestations. D'ailleurs, cette diversité, voire *divergence*, en ce qui concerne les champs d'application du terme *convergence* est à lui seul un enjeu épistémologique qui semble inépuisable même après la lecture du livre. Deuxièmement, revenons sur la traduction du titre de l'ouvrage, car les questions de traduction ne sont pas insignifiantes ; au contraire, elles offrent des indications importantes au destinataire de l'ouvrage. Le titre original en anglais, *Convergence culture : Where old and new media collide* devient *La Culture de la convergence. Des médias au transmédia*. Ceci répond certainement à une économie selon laquelle une traduction mot à mot n'est pas toujours la plus apte à véhiculer le sens d'un texte ; néanmoins, l'éloignement d'un mouvement de collision, de tension entre médias traditionnels et nouveaux, est opéré car le côté polémique de cette transition semble s'atténuer ; s'estomper dans la traduction française du titre, en retirant tout jugement critique quant à la façon que s'effectue ce passage des médias au transmédia – le lecteur en jugera par lui-même, ayant, pour le lecteur francophone en l'occurrence, un certain recul de quelques années après la sortie initiale de l'ouvrage aux États-Unis.

Dans l'ouvrage, Henry Jenkins s'applique à expliquer avec des analyses de cas abondantes la façon dont la communication à l'ère de la convergence des médias est un axe central qui co-détermine le mouvement de la société. Au moment où diverses cultures médiatiques s'insèrent dans les représentations que les individus

acceptent comme véritables pour le monde qui les entoure, cet ouvrage met l'accent sur la nécessité de faire évoluer nos instruments de recherche et d'étude. La convergence des médias, ici conceptualisée dans ses paramètres non seulement technologiques mais surtout culturels, sociaux et, aussi, politiques, est considérée comme un changement de paradigme pour comprendre l'évolution médiatique et ses usages divers. Un paradigme qui va à l'encontre du concept de « révolution numérique », dominant durant les années 90 et qui se résume *grosso modo* à l'idée de succession médiatique, rendant obsolètes les « anciens » médias (voir Nicholas Negroponte, *Being digital*, New York, A.A. Knopf, 1995). Inversement, l'idée développée dans l'ouvrage d'Henry Jenkins part de l'hypothèse d'interaction complexe entre anciens et nouveaux médias, produisant des entrelacs culturels et sociaux différents de ceux auxquels le public était habitué.

De façon qui peut à première vue paraître paradoxale, la notion de convergence s'éloigne de l'idée de construction d'un *hyper média* puissant, rassemblant toutes les fonctions médiatiques. Dès l'introduction (pp. 21-43), l'auteur exprime son désaccord « avec l'idée que la convergence doive être entendue comme un processus technologique qui rassemblerait les multiples fonctions médiatiques dans un même appareil. La convergence est, au contraire, un changement d'ordre culturel [...]. La convergence [...] se produit dans le cerveau du consommateur et dans ses interactions sociales avec autrui » (p. 23). En effet, l'idée selon laquelle « la convergence est un processus, pas un point final » (p. 35) donne à Henry Jenkins une marge de manœuvre considérable afin de rassembler et analyser une multitude de cas exemplaires d'expression de la culture médiatique. Le lecteur explore le fonctionnement de la télé réalité à travers *Survivor* (Mark Burnett, 2000 ; chapitre 1, pp. 45-78) et *American Idol* (Simon Fuller, 2002 ; chapitre 2, p. 79) où le « *spoiling* » et la culture participative développée par le public activent à nouveau la notion d'*intelligence collective* (voir Pierre Lévy, *Collective Intelligence. Mankind's emerging world in cyberspace*, Cambridge, Perseus, 1997) et celle de communauté de savoir. Ensuite, les multiples niveaux de création de sens du *storytelling* transmédia synergetique (voir chapitre 3, pp. 117-163, et l'analyse du cas *Matrix*, pp. 117-148) ainsi que l'étude d'autres exemples emblématiques de la production médiatique qui ont engendré des cultures de fans hautement participatives – entrant parfois en conflit avec la logique de la production ou se développant de façon alternative à cette dernière, comme *Star Wars* ou *Harry Potter* (chapitres 4 et 5, pp. 165-207 et pp. 209-252) – sont passés au microscope par l'auteur.

Si Henry Jenkins s'applique à démontrer et à expliquer comment les communautés interprétatives de fans acquièrent un savoir culturel accru leur permettant de s'exprimer et de s'approprier la culture transmédiatique, il n'en reste pas là. Ce type d'intelligence collective acquise permettant au public d'agir et d'interagir sur les œuvres médiatiques par le biais des nouveaux outils ne reste pas cloisonné dans la sphère du divertissement. Au contraire, il imprègne le comportement public, voire politique. Cet entrelacs entre culture populaire et culture publique et politique est analysé dans le chapitre 6 (pp. 253-286) et aussi dans la postface (pp. 309-332) ; l'usage de Photoshop, du montage et de *Youtube* facilitent la création des (cyber)-espaces hybrides au sein desquels la culture populaire s'infiltre dans la sphère publique et devient commentaire et prise de position politiques. Selon Henry Jenkins, les possibilités (de la part des usagers) de manipulation des images, de travestissement des documents médiatiques et de parodie présentent des vertus pédagogiques. Pour le chercheur, ces transitions médiatiques amènent des évolutions parallèles au fonctionnement des institutions.

Henry Jenkins emploie la méthode heuristique, se servant des événements et phénomènes médiatiques populaires comme points d'entrée à l'analyse ; c'est précisément là que le caractère pédagogique de l'ouvrage réside. À notre sens, cela présente l'un des mérites majeurs de ce livre, l'exploration d'outils analytiques pouvant s'adapter à une série d'usages transmédiatiques en pleine effervescence et évolution ces dernières années.

Ioanna Vovou

Ceisme, université Sorbonne Nouvelle – Paris 3,
université Panteion, GRE-176 71
ioannav@wanadoo.fr

François Jost, dir., *Pour une télévision de qualité*
Paris, Ina Éd., coll. Médias essais, 2014, 217 pages

L'ouvrage repose largement sur une sélection des communications présentées lors du colloque *Qu'est-ce qu'une télévision de qualité ?* tenu à Paris à l'Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3 du 12 au 14 septembre 2012. Il regroupe une vingtaine de contributions distribuées en quatre parties.

La première se demande comment « Définir la qualité », question sur laquelle le chapitre inaugural de François Jost a le mérite de proposer un panorama qui met bien en lumière la diversité des critères. Sont-ils extrinsèques avec de bons et de mauvais genres télévisuels, la présomption de qualité étant liée au

dessein d'éduquer ou à la proximité à des genres culturels nobles ? Faut-il chercher les critères dans les propriétés de l'œuvre en terme de qualité filmique, de la créativité ? Est-ce le jugement du public qui doit primer, mais alors se réduit-il à la logique du plébiscite et de l'audience maximale ? Enfin, la qualité ne peut-elle se définir à l'aune de desseins (éducatifs, civiques) ou de critères moraux qui inspireraient production et diffusion ? La deuxième partie cherche à éclairer une « histoire du concept ». Les contributions de Sylvie Pierre puis de Marie-France Chambat-Houillon mettent spécialement bien en évidence tant la logique initialement « populicultrice » de la télévision française que l'ambivalence du moment de transition libéral marqué par les réformes de la présidence de Valéry Giscard d'Estaing. L'ouverture à la concurrence se double là de la quête d'outils objectivants de mesure d'une qualité appuyée sur une série complexe de paramètres. Typique de cette séquence de transition, l'objectif est de pondérer la logique mécanique des audiences par un (modeste) coefficient d'évaluation de la qualité venant rééquilibrer les dotations budgétaires. La troisième interroge la « qualité de programmes » en déclinant à la fois les genres télévisuels et les expériences nationales (Italie, Argentine, Brésil). Une ultime partie, « Les voies de la légitimation », se fixe sur quelques dispositifs de consécration et de hiérarchisation *via* la critique (*Télérama*), l'institution du festival de Monte-Carlo, mais aussi les commentaires que les téléspectateurs font circuler sur *Twitter*.

Tout éditeur d'actes de colloque sait la complexité de pareil exercice. Il faut s'employer à la fois à sélectionner les meilleurs papiers et à se montrer diplomate avec ses hôtes, restituer la variété des focales et des approches qui se sont exprimées tout en sachant que de bonnes questions ont pu ne pas susciter de fortes réponses. Il faut encore parvenir à les regrouper dans des sous-ensembles cohérents des textes dont les affinités n'existent parfois que par le volontarisme performatif d'une préface ou d'un chapeau de partie. Cet ouvrage n'échappe pas à ces contraintes, et ce qui est une richesse – la réelle ouverture internationale des contributeurs, la diversité des périodes et genres mobilisés – devient parfois un facteur supplémentaire de dispersion, d'autant que, hormis le bon chapitre initial de François Jost, l'ensemble ne dispose pas de ces équivalents du fléchage routier que sont des introductions de partie problématisées. Le lecteur peut donc parfois avoir le sentiment que la logique du coupé-collé a contaminé certaines composantes du livre, et qu'il doit en quelque sorte fabriquer un sens, ou plus modestement bâtir des questionnements