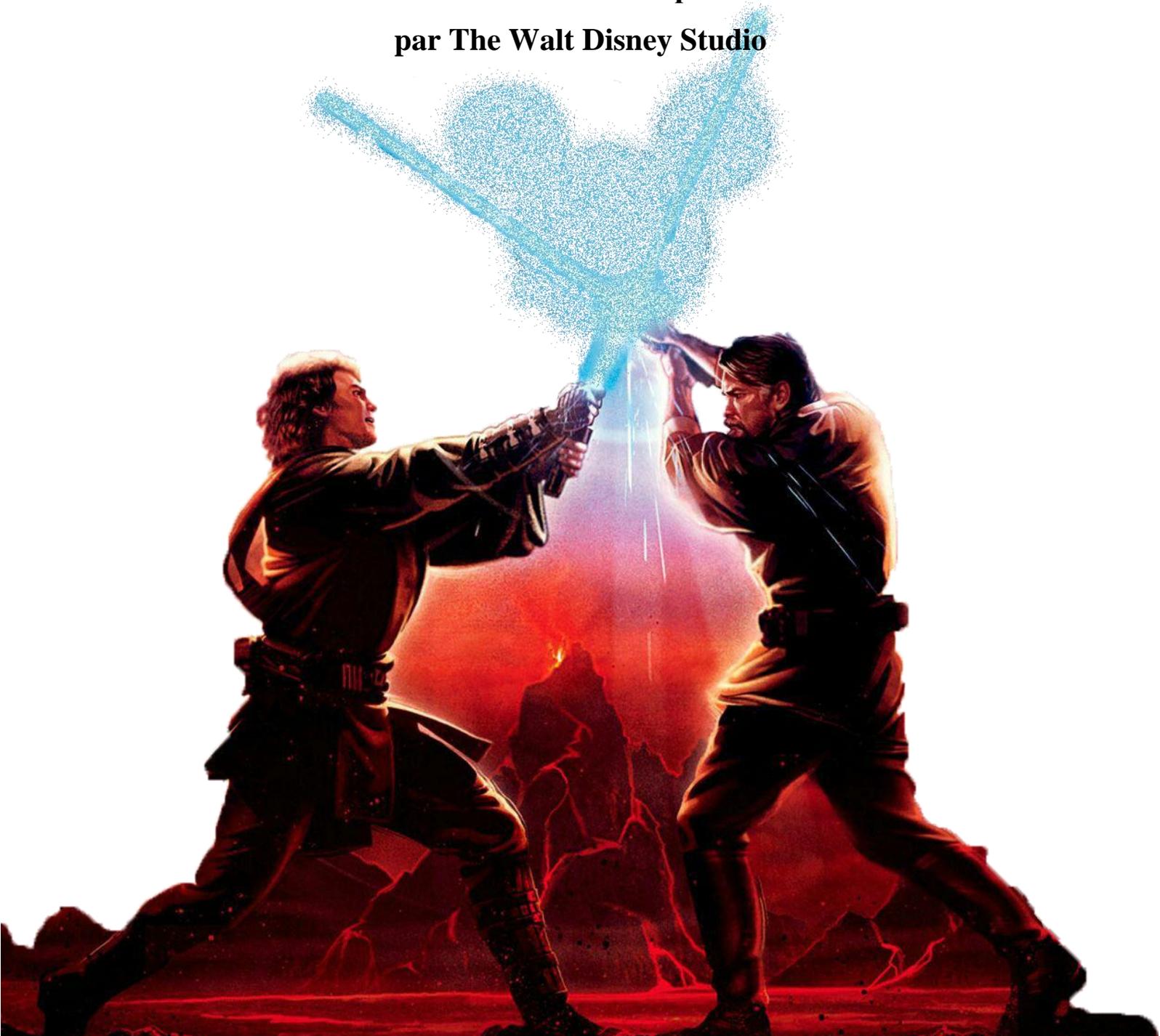


FANDOM MENACE

Conflit au sein des fans de *Star Wars* depuis l'achat de Lucasfilm
par The Walt Disney Studio



Bleine DHELLOT

Sous la direction de Dimitri VEZYROGLOU

Année 2018/2019

Cmu
Cultures & Métiers du Web

**UP
EM**
UNIVERSITÉ
PARIS-EST
MARNE-LA-VALLÉE

Sommaire

REMERCIEMENT	3
INTRODUCTION.....	4
PREMIERE PARTIE – FAN ET STAR WARS.....	11
I. Qu'est-ce qu'est un fan ?.....	11
a) Définition classique, étymologie et définition scientifique de « fan »	11
b) <i>Fan Studies</i> : Une nouvelle reconnaissance des fans.....	13
c) Fan : une construction sociale	18
II. Qu'est-ce que <i>Star Wars</i> ?	21
a) Histoire d'une saga cinématographique.....	21
b) Culture de masse et culture populaire.....	23
c) <i>Star Wars</i> comme un objet de culture de masse	27
III. Les fans et <i>Star Wars</i>	31
a) Réception d'un film.....	31
b) Les fans de <i>Star Wars</i>	32
c) Fan et producteurs	36
DEUXIÈME PARTIE – UNE FANDOM EN CONFLIT.....	40
I. La vente de Lucasfilm	40
a) Comment George Lucas a vendu Lucasfilm	40
b) Réaction.....	43
c) Qu'est-ce qu'une controverse ?	49

II.	Au cœur du conflit.....	52
a)	Les fans Anti-Disney.....	52
b)	Les fans Pro-Disney.....	56
c)	Les Anti-Disney contre les Pro-Disney.....	59
III.	Les fans contre les producteurs.....	65
a)	Les fans contre George Lucas.....	65
b)	Les fans contre J.J Abrams et Rian Johnson.....	69

TROISIEME PARTIE – AU CŒUR DU CONFLIT73

I.	Réseaux sociaux : agora du conflit.....	73
a)	L’usage des réseaux sociaux.....	73
b)	Le langage.....	78
c)	L’attention.....	81
II.	Conflit d’interprétation.....	85
a)	L’attachement pour l’œuvre.....	85
b)	Réappropriation de l’œuvre.....	88

CONCLUSION92

Bibliographie97

Annexe.....106

REMERCIEMENT



Tout d'abord, je tiens à remercier mon directeur Dimitri Vezyroglou pour ses conseils qui m'ont été très utile pour mon mémoire.

Un énorme merci à Marion, Martine, Sebastian, Thomas et Maxime d'avoir pris le temps de répondre à mes questions. Vos réponses ont été précieux, vous avez *ma reconnaissance éternelle* !

Je remercie également mes camarades de Cultures et Métiers du Web qui m'ont soutenu et réconforté durant mes moments de doutes, sans vous, je n'aurais pas eu la **Force** de continuer. Je vous en remercie.

A Marie, je ne sais pas comment te remercier pour l'aide que tu m'as apporté, je suis si reconnaissance de ta participation et de notre amitié.

Et enfin, je remercie ma grande sœur, Augustine. Sans elle, mon mémoire ne serait pas ce qu'il ait. Les mots ne suffisent pas pour exprimer ma gratitude et mon amour envers elle.

Je dédie ce mémoire à elle, à ma mère à mon neveu et à Marie.

INTRODUCTION

Des jeunes étudiants américains se donnèrent un défi ... Découvrir combien l'Empire avait dépensé pour construire son arme **fatal**, l'Etoile de la Mort¹ ! L'Etoile de la mort (*The Death Star* dans sa version originale) est une station spatiale issue de l'univers cinématographique de *Star Wars*. Cette station spatiale ressemblant à une lune a la capacité de détruire une planète entière, il suffisait de lire son nom pour comprendre ses limites. Et pourtant, cela n'empêcha pas **à** ces étudiants de l'Université de Lehigh de débiter leur enquête afin de découvrir le prix pour construire une Etoile de la Mort. D'après leur calcul, l'Etoile de la mort aurait coûté à Dark Sidious, l'un des antagonistes de *Star Wars*... 8 100 000 000 000 de dollars américains². Mais l'histoire ne s'arrête pas là ! Bien que le prix soit très conséquent, cela donna des idées à des individus, sans doute des fans de *Star Wars*. Puisque des étudiants ont réussi à déterminer le prix de l'Etoile de la mort, cela veut donc dire qu'il est possible de la construire ! Même si, il faut mettre environ 833 300 ans pour récolter l'acier suffisant pour **le** construire. Alors, une pétition circula afin de demander au gouvernement **Américain**, celui de Barack Obama à l'époque, de construire la station spatiale pour 2016. Bien que cela soit à l'origine une blague, la pétition récolta les signatures nécessaires. Face à cet engouement, la Maison Blanche fit un communiqué en précisant qu'ils n'étaient pas prêts « *pour détruire des planètes* »³.

Cette drôle d'histoire nous permet de voir l'importance de la saga *Star Wars* **créé** par le réalisateur George Lucas. Sortie en mai 1977, **Star Wars** connut un succès inattendu et ses suites continuèrent à rapporter du bénéfice. *Star Wars* est composé de trois trilogies de films (une quatrième est prévue pour 2022⁴), de trois téléfilms⁵, d'un film d'animation⁶, de six séries d'animation⁷, de deux spin-off⁸ et de centaines d'ouvrages et de comics. Mais nous allons nous concentrer sur les films qui sont composés de trois trilogies. Dans la première trilogie qui se nomme la trilogie originale, nous

¹ Lehigh News « So You Want to Build the Death Star ? », 2012. <https://www2.lehigh.edu/news/so-you-want-build-death-star>

² « STAR WARS – Combien coûterait la construction de l'Étoile noire ? », *Big Browser Blog, Le Monde*, 2012. <http://bigbrowser.blog.lemonde.fr/2012/02/23/star-wars-combien-couterait-la-construction-de-lettoile-noire/>

³ DE LA VALETTE Phalène, « Star Wars, patrimoine mondial de l'humanité », *Le Point*, 2015. https://www.lepoint.fr/pop-culture/cinema/star-wars-patrimoine-mondial-de-l-humanite-06-11-2015-1979605_2923.php

⁴ BERNARD Alexandre, « Star Wars : les créateurs de Game of Thrones vont commencer la nouvelle trilogie », *Le Figaro*, 2019. <http://www.lefigaro.fr/cinema/2019/02/14/03002-20190214ARTFIG00117--star-wars-les-createurs-de-game-of-thrones-vont-commencer-la-nouvelle-trilogie.php>

⁵ *Au temps de la Guerre des Etoiles (The Star Wars Holiday Special)* (1978), *L'Aventure des Ewoks : la caravane du courage* (1984) et *Les Aventures des Ewoks : La Bataille pour Endor* (1985).

⁶ *Star Wars : The Clone Wars* (2008)

⁷ *Droides : Les Aventures de R2-D2 et C-3PO* (1985-1986), *Ewoks* (1985-1986), *Star Wars : Clone Wars* (2003-2005), *Star Wars : The Clone Wars* (2008-2020), *Star Wars Rebel* (2014-2018) et *Star Wars Resistance* (2018-)

⁸ *Rogue One : A Star Wars Story* (2016) et *Solo : A Star Wars Story* (2018)

retrouvons les trois films suivants : *Star Wars IV : Un nouvel espoir* (1977), *Star Wars V : L'Empire Contre-Attaque* (1980) et *Star Wars VI : Le retour du jedi* (1983).

Ensuite, la deuxième trilogie, appelée la prélogie car le récit se déroule environ 30 ans avant la trilogie originale, nous retrouvons ces films, *Star Wars I : La menace fantôme* (1999), *Star Wars II : L'attaque des clones* (2002) et *Star Wars III : La revanche des Sith* (2005).

Et enfin la troisième trilogie, appelée la trilogie de Disney les fans, ces films se déroulent 40 ans après la trilogie originale et ils se composent de *Star Wars VII : Le réveil de la Force* (2015), *Star Wars VIII : Le dernier jedi* (2017) et de *Star Wars IX : L'ascension de Skywalker* qui sortira en décembre 2019.

Vous pouvez constater que Star Wars est riche de récits et ils se transposent sur différents médias, dont le cinéma, la télévision, en littérature, en jeu vidéo et sans oublier dans la fabrication des jouets. Star Wars est donc un œuvre **transmédiaque**⁹. La notion de transmédia fut forgée par le chercheur Henry Jenkins, dont **ces** ouvrages vont nous être utiles tout au long du mémoire. Le début des années 2000 fut marqué par l'émergence des nouvelles technologies, le web bouleversa l'apport à la culture. Les individus deviennent de plus en plus proches et les industries culturelles profitèrent de cette technologie afin de propager leurs œuvres culturelles. C'est face à ce contexte que Henry Jenkins définit le *transmedia storytelling* (également appelée la convergence culturelle) comme :

« Un processus dans lequel les éléments d'une fiction sont dispersés sur diverses plateformes médiatiques dans le but de créer une expérience de divertissement coordonnée et unifiée. »¹⁰

Le *transmedia storytelling* est une nouvelle façon de réceptionner une œuvre, les industries culturelles s'en servent pour gagner en visibilité mais aussi dans la possibilité de créer un récit plus complexe pour un public en particulier : les fans.

Un fan est un individu qui partage une passion pour une œuvre. Le fan consacre beaucoup de temps à son œuvre favorite, en participant à des activités comme le cosplay¹¹, dans l'écriture d'une fan fiction ou à participer à des conventions. Le fan crée diverses **d'activités** autour de sa passion et cela le mène face à des préjugés. En effet, le grand public possède une image négative du fan, plus particulièrement de la culture de fan. Le grand public voit des individus qui consacrent leur temps à

⁹ PEYRON David, « Quand les œuvres deviennent des mondes. Une réflexion sur la culture de genre contemporaine à partir du concept de convergence culturelle », *Réseaux*, vol. 148-149, no. 2, 2008, pp. 335-368.

¹⁰JENKINS Henry, *La Culture de La Convergence Des Médias Au Transmédia*. A. Colin, 2006.

¹¹ Le cosplay consiste à **se déguiser à un personnage** fictif et de l'incarner.

leur passion en délaissant leur vie sociale et sentimentale pour se concentrer sur cette passion. Les médias représentent les fans comme des gens enfermés dans leur chambre, les yeux collés sur son ordinateur et qui dépensent des centaines d'euros pour acheter des vêtements à l'image de son idole ou à passer la nuit dehors pour être au plus près de leur star. Les fans seraient un produit fabriqué par les industries culturelles qui les manipuleraient en les poussant à consommer¹². Ce préjugé pousse les fans à cacher leur passion, certains utilisant des stratégies pour se faire accepter¹³. Cependant des chercheurs en sciences sociales démontrent ces préjugés autour de la culture de fan. Henry Jenkins fut l'un des chercheurs qui changea l'image des fans à travers son ouvrage publié en 1992 *Poacher Textual : Television Fans and Participatory Culture*¹⁴, où il suivit deux communautés de fans, celle de la série *Twin Peaks*¹⁵ et de *Star Trek*¹⁶. En suivant cette communauté, il arriva à la conclusion suivante : un fan est un individu qui se socialise grâce à sa passion qui le pousse à communiquer avec d'autres individus qui partagent la même passion que lui en débattant dessus et en partageant des œuvres qu'ils construisent. Non seulement le fan n'est pas uniquement en contact avec une communauté de fan, il est aussi en contact avec les producteurs. Le fan n'hésite pas à partager son avis avec les producteurs, un fan n'est pas un consommateur passif mais actif. Il consomme sa passion mais il n'hésite pas à réagir lorsqu'un événement ne lui convient pas.

Dans son second ouvrage, *La convergence culturelle*, Jenkins introduit la notion de la convergence culturelle, donc du *transmedia storytelling*. Dans son livre, Jenkins montre l'émergence de la nouvelle technologie et comment les fans se sont appropriés leurs œuvres favorites à travers le web afin de les garder « vivantes » : en partageant leur connaissance avec d'autres fans, ils participent activement à la promotion de leurs passions et Henry Jenkins nomme cela la culture participative¹⁷. L'existence de la culture participative est due à une connaissance distincte de leur passion et cela se nomme l'intelligence collective, une notion que Henry Jenkins reprend de Pierre Lévy.

Les fans de *Star Wars* ne sont pas épargnés par les éléments que je viens de vous citer. Ils ont contribué au succès de l'univers à grâce à leur implication collective. Cependant, la communauté de fans de *Star Wars* va connaître une division à cause d'un événement survenu en octobre 2012... plus précisément le 30 octobre 2012. George Lucas, vendit pour 4 milliards de dollars sa maison de production Lucasfilm¹⁸ à The Walt Disney Studio, la célèbre production d'animation fondée en 1923

¹² ADORNO Theodor et HORKHEIMER Max, *Kulturindustrie : raison et mystification des masses*, Paris : Edition Allia, impr. 2011.

¹³ LE BART, Christian. « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », *Revue française de sociologie*, vol. 45, no. 2, 2004, pp. 283-306.

¹⁴JENKINS Henry, *La Culture de La Convergence Des Médias Au Transmédia*. A. Colin, 2006.

¹⁵ *Twin Peaks* est une série policière Américaine diffusé de 1990 à 1991, puis en 2017.

¹⁶*Star Trek* est un univers fictif créé par Gene Roddenberry

¹⁷JENKINS Henry, *La Culture de La Convergence Des Médias Au Transmédia*. A. Colin, 2006.

¹⁸La maison mère de *Star Wars* et d'*Indiana Jones* entre autres.

par Walt Disney qui ont produit des films **animations qui ont bercé votre enfance**. Cette nouvelle fit le tour du monde car cela annonçait l'arrivée d'une troisième trilogie. A la sortie du premier film de cette nouvelle trilogie (*Le réveil de la Force*), le conflit débuta au sein de cette communauté. Ce conflit eut principalement lieu sur les réseaux sociaux, où les fans se rendirent afin de partager leur avis qui ont fini par être des débats, puis un conflit. Dans ce conflit, deux clans se formèrent : les Anti-Disney, des fans qui détestent les nouveautés apportées de Disney, et les Pro-Disney ceux qui les apprécient. *Fandom Menace* traitera de ce conflit.

Cette controverse mène à divers enjeux, tout d'abord c'est les relations existant dans les communautés de fans. Henry Jenkins dit que les fans se socialisent constamment entre eux, cela veut dire qu'ils sont dans une bonne relation, notamment qu'ils restent très activement sur le web et dans la vie réelle en organisant des activités autour de leurs passions. De plus, ensemble, ils forment une équipe qui partage une même connaissance. Donc comment la communauté de fans de *Star Wars* qui répond à tous les critères de Henry Jenkins sont-ils en conflit ? Est-ce donc la vente de Lucasfilm qui contribua à ce conflit ? Ou est-ce que ce conflit existe-t-il bien avant ce rachat ? Ce genre de conflit est-il donc propre à la communauté de fans de *Star Wars* ?

Ensuite, je constate que le conflit est très présent sur les réseaux sociaux. En effet, les réseaux sociaux sont des médias qui permettent aux individus de discuter et partager du contenu. Ces plateformes sont très utilisées par les fans, afin de donner de la visibilité à leurs créations (fan fictions, fan art, fan films, même etc.) mais aussi, c'est un lieu de conflit, du moins pour les fans de *Star Wars*. Pourquoi ce conflit existe-il dans ce lieu en particulier ? Qu'est-ce que ces plateformes peuvent-elles apporter aux fans de *Star Wars* ? Est-ce que les réseaux sociaux sont-ils les seuls lieux de ce conflit ? Comment les fans se servent-ils des réseaux sociaux pour partager leur avis ?

Quand est-il des relations entre Lucasfilm et les fans de *Star Wars* ? Car même si mon sujet est sur le conflit entre les fans, il est intéressant de voir comment les producteurs réagissent à ce conflit et de plus les fans les citent dans leur débat en les accusant de « détruire » ou « d'améliorer » leur œuvre favorite. Comment Lucasfilm gère ce conflit ? Car ils sont les cibles de cyberharcèlement. Rien qu'en 2018, l'actrice Kelly Marie Tran, l'interprète du personnage de Rose, introduite dans le huitième épisode, fut harcelée sur les réseaux sociaux au point qu'elle ferma son compte Instagram¹⁹. Quelles précautions Lucasfilm prennent-ils ? Est-ce que les producteurs sont attentifs à cette controverse ? Est-ce que leur méthode de marketing et de production(s) se modifient-ils pour le plaisir des fans ?

¹⁹ BIRKEN Maxime, « L'actrice Kelly Marie Tran de "Star Wars" supprime toutes ses photos Instagram », *HUFFPOST*, 2018. <https://www.huffingtonpost.fr/2018/06/05/lactrice-kelly-marie-tran-de-star-wars-supprime-toutes-ses-photos-instagram-a-23451324/>

Et enfin, si ce conflit existe, c'est à cause des différentes interprétations que les fans ont des films. Les fans sont très attachés à l'histoire de Star Wars et ils refusent qu'on y touche. De plus, en 1997, George Lucas, proposa une version numérisée de ses films de la trilogie originale²⁰, mais cela créa la colère des fans qui refusaient qu'on touche à leur objet de passion. Mais si George Lucas fit ces modifications, c'est pour achever sa création, il n'en avait pas eu l'occasion à cette époque. Ainsi, ce conflit entre les fans et le créateur de l'œuvre nous mène à diverses questions : qu'en est-il du statut de l'auteur ? Perte de sa légitimité sur son œuvre au profit des fans ? À qui appartient l'œuvre ?

Comme le dit Laurent Jullier dans son ouvrage dédié à la saga, Star Wars est un « spectacle cinématographique comme les autres, qui se décline particulièrement bien sous d'autres formes ». Ces autres formes auxquelles l'historien fait référence sont l'économie à travers les ventes des produits dérivés (jouets, vêtements...) et sociétale. Dans sociétale, il parle de la consommation de la saga faite par le public et plus particulièrement par les fans qui achètent des produits de la licence Star Wars ou en regardant méticuleusement les films. Star Wars n'est pas juste un univers fictif, c'est un phénomène. Je ne vais pas seulement me concentrer sur ce phénomène mais plutôt sur ces fans qui contribuent au succès de l'œuvre de George Lucas.

Et c'est ainsi que j'ai pu établir une problématique : **Comment expliquer ce conflit entre les fans de Star Wars qui partagent pourtant une seule et même passion ? De quelle manière les fans exposent cette controverse sur les réseaux sociaux ? Et dans quelle mesure ces oppositions viennent remettre en question la nature de l'œuvre cinématographique et de son auteur à travers l'appropriation des fans ?**

Pour répondre à ces questions, je me suis basée des travaux de Henry Jenkins, notamment celle sur la convergence culturelle²¹, ainsi que sur l'ouvrage de Laurent Jullier consacré à l'univers de Star Wars. Dans son anatomie de Star Wars, Laurent Jullier en plus de nous faire une analyse de l'œuvre, tente de comprendre le succès des films mais aussi de l'implication des fans face à la création de George Lucas. Son ouvrage me sera utile pour la première partie de ce mémoire.

En plus de ces ouvrages, j'ai constitué un terrain. Pour cette enquête, je me suis intéressée au conflit présent sur les réseaux sociaux, plus particulièrement sur Facebook, où je me suis concentrée sur des postes francophones. Ce terrain se délimite à la France et parfois au Québec. La chronologie de mon enquête débutera de 1977 à aujourd'hui (2019). Si j'ai décidé de commencer à 1977 et non à 2012 qui est l'année de la vente, c'est parce que 1977 est l'année de sortie du premier Star Wars²², de plus

²⁰Cette réédition se nomme *Special Edition*.

²¹JENKINS Henry, *La Culture de La Convergence Des Médias Au Transmédia*. A. Colin, 2006.

²²Appelé la *Guerre des étoiles* en France.

entre 1977 et 2019, plusieurs événements sont arrivés : je pense à la sortie des versions rééditées de la trilogie originale, mais aussi la sortie de la prélogie et de la version en 3D des prélogies²³. Ces événements furent source de conflits entre les fans et Lucasfilm, particulièrement George Lucas.

Ainsi pour répondre à la problématique, je me suis servie de mes lectures et mon terrain pour lesquels deux méthodes m'ont été utiles, celle de l'entretien semi-**directive**, et d'un corpus web.

J'eus la chance d'avoir eu des entretiens avec cinq personnes qui sont fans de *Star Wars*. Mon premier entretien fut un double entretien, celle avec Marion, une étudiante en master de 26 ans, fan de *Star Wars* depuis son enfance et qui déteste la troisième trilogie depuis qu'elle a vu l'épisode 7, au point de **nier le film** et sa suite. Et de sa mère, Martine, âgée de 67 ans, retraitée et **adjointe-maire**, elle est fan de *Star Wars*, depuis qu'elle a vu l'épisode 4 en 1977. Elle partagea son amour pour ces films avec ses enfants, dont Marion. Mais contrairement à sa fille, elle apprécie la nouvelle trilogie, même si elle émet des petites critiques sur certains éléments dans l'épisode 7.

Puis, j'ai interrogé, Sebastien, un doctorant en musicologie de 29 ans, originaire du Mexique et résidant à Montréal, au Canada. Fan de *Star Wars* depuis son enfance, il le découvrit grâce à son père. Quant à lui, il apprécie la nouvelle trilogie, ainsi que les spin-offs, même s'il avait des préjugés sur ces films. Il est très attentif sur les actualités de *Star Wars*, et il attend la sortie de l'épisode 9.

Ensuite, nous avons Thomas, un français âgé de 29 ans, il est archiviste et fan de *Star Wars* depuis l'âge de 10 ans. Comme Sebastian, il **apprécie les nouveautés apportées par Disney**.

Et enfin, nous avons Maxime, un étudiant en sciences humaines et sociales âgé de 23 ans. Il découvrit *Star Wars* grâce à sa mère en regardant le *Retour du Jedi* à l'âge de 7 ans. Comme Marion, il a dû (?) avec la troisième trilogie et il émet des critiques.

Les cinq individus que je viens de présenter ne participent pas au conflit présent sur les réseaux sociaux, c'est pour cela que **pour ma deuxième méthode je fis un corpus web**. Ce corpus web qualitatif regroupe des commentaires que j'ai recensés sur le réseau social Facebook. J'ai décidé de prendre ce réseau social car il est simple de recenser les commentaires des fans qui m'intéressent et de plus, Facebook donne la possibilité de répondre aux commentaires. Les commentaires que j'ai récoltés viennent des publications de trois pages fans **dédiés** à *Star Wars*.

La première page est « Rejoint le côté Obscur, on a des cookies », une page humoristique, centrée humour noir et dédiée à *Star Wars*, qui n'hésite pas à aborder des sujets controversés au sein des fans de *Star Wars*, notamment le rachat et certains fans réagissent à la publication pour partager leur avis.

²³En effet, en 2011, Lucasfilm sortit à nouveau en salle, *Star Wars Episode I : La Menace Fantôme* en 3D, ils avaient le projet de sortir tous les films en 3D, mais le projet fut abandonné depuis le rachat.

Puis, « Planète Star Wars », la page officielle du fan-club français de Star Wars. Sur cette page, des actualités sur la saga sont partagées. C'est à travers cette page que les fans découvrent tous les nouveautés sur Star Wars (nouvelles bandes annonces, nouveaux projets...)

Et enfin, la troisième page est « Star Wars Univers » : la page officielle du site québécois, Star Wars Univers, créé en 1997, c'est l'un des plus anciens sites francophones sur Star Wars. Il possède une encyclopédie autour de Star Wars. Et ce site partage aussi des actualités comme Planète Star Wars.

Grâce à ce terrain et à une bibliographie, j'ai pu décliner mon travail en trois grandes parties. La première partie est intitulée « Fans et Star Wars ». Cette partie se concentrera sur la définition de la notion « fan » et une présentation générale des fan studies en reprenant les travaux de Henry Jenkins, Dominique Pasquier, David Peyron et Christian Le Bart. De plus, cette partie développera sur les études existant sur la culture de masse et la culture populaire, pour cela, les travaux de Pascal Ory et l'Ecole de Frankfort.

La deuxième partie, « Une *Fandom* en conflit » se concentra sur les résultats de mon enquête, à savoir un portrait d'un fan Anti-Disney et Pro-Disney, puis d'une analyse des relations entre ces deux clans qui sont bien évidemment tendus. Nous analyserons la façon dont ils se disputent. Enfin, nous verrons les relations entre les producteurs de Lucasfilm avec les fans.

Et enfin, la dernière partie, « Au cœur du conflit », sera une analyse du conflit et des conclusions que nous pouvons en tirer, à savoir de l'usage des réseaux sociaux et de la façon dont les fans se réapproprient Star Wars.

PREMIERE PARTIE – FAN ET STAR WARS

I. Qu'est-ce qu'est un fan ?

Prenons le temps de comprendre un terme, une notion qui ces derniers temps **deviennent** de plus en plus populaire : inutile de faire durer le suspense, la notion qui nous interroge est écrite dans l'intitulé de cette première partie et elle est aussi présente dans le titre de cette étude. Je parle bien évidemment de « fan ».

Le « fan » prend de plus en plus de place dans notre quotidien notamment, nous avons tous eu autour de nous un proche fan d'un groupe de musique, d'une personnalité célèbre ou d'un univers cinématographique comme Star Wars qui est justement le sujet central de ce mémoire. Mais avant de découvrir cette communauté de fan, il est important pour la compréhension de la suite, d'analyser la notion qui **s'y dégage**. Avec l'avènement des nouvelles technologies, les fans obtiennent plus de paroles et souvent, cette parole est mal interprétée ce qui **érode** la définition.

Dans un premier temps, nous allons voir la définition classique et scientifique du mot « fan », puis faire un état de l'art des études existant sur les fans et enfin voir comment les fans se construisent socialement à travers leur passion.

a) Définition classique, étymologie et définition scientifique de « fan »

Dans le dictionnaire *Larousse*, un fan est un « admirateur enthousiaste, passionné de quelqu'un, de quelque chose »²⁴. Cette définition semble être officielle, car dans d'autres dictionnaires²⁵, nous trouvons les mêmes termes, celle d'un « admirateur » qui serait « enthousiaste » à voir « zélé »²⁶ par une « personne célèbre ». En comparant ces définitions, je constate que ces dictionnaires considèrent « fan » comme un terme familier. Pourquoi fan est-il considéré comme familier ? Est-ce donc une insulte de définir un individu passionné comme un fan ? Cette dernière question est assez étrange car beaucoup de personnes osent se définir fan, lors de mon terrain, j'ai pu

²⁴ Larousse.fr <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/fan/32801>

²⁵ J'ai comparé quatre définitions de « fan », celle du Larousse, Le dictionnaire.fr, dictionnaire.reverso.net, crntl.fr et linternaute.fr.

²⁶ Linternaute parle d'un fan comme un « admirateur zélé d'une célébrité »

constater que les fans de Star Wars étaient fiers de se nommer « fan » ? Mais dans **l'histoire**, ce ne fut pas le cas. Retournons en arrière pour découvrir les origines du vocabulaire.

« fan » est une abréviation du terme **anglo-saxonne** *fanatic*, fanatique en français. Jusqu'ici, nous commençons à comprendre pourquoi « fan » est un mot familier. En effet, fanatique est un terme péjoratif qui désigne un individu qui possède une « passion démesurée pour une religion, une cause, un parti politique »²⁷, cela fait écho aux individus qui sont prêts à tout pour leurs causes, ils peuvent même aller jusqu'à se servir de la violence. Comme par exemple, les Djihadistes de Daesh. Fanatique est certes un terme péjoratif mais le mot est issu du champ lexical de la religion. Étymologiquement, fanatique vient de fanatisme, son origine vient du latin *fanum* qui signifie « lieu sacré » ou « édifice au divinité »²⁸. Le fanatique est un individu qui est en exaltation **pour son divin**, aussi appelé son idole. Cela ne vous fait pas penser à nos fans ? Lorsqu'on parle d'un fan, il est, lui aussi, en exaltation devant son idole, et il lui voue un culte. En achetant des produits à l'effigie de son idole, ou en décorant sa chambre avec des images, de son idole. Je suppose que le terme de fan fut choisi volontairement pour pointer du doigt le comportement des fans proche d'un fanatique. Car hélas, souvent le fan peut aller très loin et il peut également se servir de la violence, en justifiant ses actes par l'amour qu'il porte à son idole. Nous connaissons l'histoire de Mark Chapman qui assassina son chanteur favori, John Lennon en décembre 1980. Malheureusement, John Lennon ne fut pas la seule célébrité qui fut **tuer** par un fan. C'est ainsi que les non-fans ont sans doute choisi le terme de « fan » pour désigner une personne passionnée. Mais en les nommant ainsi, ils les ont désignés comme des êtres marginaux.

L'image du fan reste négative, nous les représentons comme un individu ou un groupe d'individu qui perdent contrôle lorsqu'ils sont proches d'une personne qu'ils admirent. Ils hurlent, ils pleurent et ils peuvent même perdre connaissance. Tout comme les fans des Beatles, de Michael Jackson dans les années 1980 ou en France avec le phénomène des Boys-Band dans les années 1990. Ce comportement a attiré l'attention de chercheurs en sciences sociales notamment les psychologues qui ont posé un diagnostic sur ces agitations. Puis celle des sociologues qui ont constaté l'augmentation de fans et de communautés de fans. Grâce à leur recherches, l'image des fans a évolué. Cela on le doit notamment grâce aux recherches de Henry Jenkins qui avec la publication de son ouvrage²⁹ a redoré l'image des fans.

²⁷ Larousse <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/fanatique/32806>

²⁸ Larousse <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/fanatique/32806?q=fanatique#32724>

²⁹ JENKINS Henry, *Textual poachers: television fans and participatory culture*, Routledge, 1992.

b) Fan Studies : Une nouvelle reconnaissance des fans

Nous avons vu que les fans sont marginalisés. Cependant, les recherches sur eux, appelé les *Fan Studies* leur ont donné une nouvelle image voire une nouvelle reconnaissance, comme le déclara Henry Jenkins dans son article³⁰. Nous allons faire une rétrospective des *Fan Studies*.

Bien que l'étude des fans ait été très peu reprise par les chercheurs en science humaines comme l'a dénoncé Christian Le Bart³¹, ce fut principalement en psychologie que les fans furent abordés, notamment dans leur comportement face à leur idole. Tantôt, j'avais pris comme exemple les comportements de communautés de fans qui sont proches de l'hystérie dès qu'elles aperçoivent leur idole. Cela est l'image que la société possède à l'égard des fans et elle est aussi présente dans les recherches en psychologie. Joli Jensen, professeur en média fit une relecture de ces études : principalement, les fans sont caractérisés comme des déviants³² à cause de leur comportement excessif. De plus Jensen retrouve deux types de comportements souvent cités, celle d'un fan avec un fonctionnement interne, c'est-à-dire qu'il cache sa passion aux autres jusqu'en allant à le nier. Christian Le Bart admet également ce genre de comportement, il parle d'une stratégie d'identification³³. Durant ses entretiens avec des fans des Beatles, il constate que certains préfèrent ne pas parler de leur enthousiasme pour les quatre garçons dans le vent, ils racontent que cette passion était une courte période de leur adolescence et qu'en grandissant, cette passion s'était atténuée. Ce comportement d'intériorisation est un moyen de cacher sa véritable passion. Elle est très critiquée par les proches, car les fans sont vus comme des anti-sociaux qui consacrent leur temps à leur idole, à collectionner des objets à leur effigie et à créer une relation imaginaire avec elle. Comme avec Myriam, une fan de Claude François qui le découvrit à l'âge de 10 ans dans les années 1950. Myriam créa une relation familiale avec son idole, elle fit cela car elle vivait une période très difficile avec sa vraie famille. Cette fausse relation avec Claude François était un moyen de s'échapper de la réalité³⁴. Cependant, il arrive que la *fantasy relations* avec l'image de la star puisse aller très loin, jusqu'au meurtre. Ce fut hélas le cas de la chanteuse Selena Quintanilla américaine d'origine mexicaine, elle

³⁰ JENKINS Henry, « Panorama historique des études de fans », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 7 | 2015, mis en ligne le 30 septembre 2015

³¹ LE BART, Christian. « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », *Revue française de sociologie*, vol. vol. 45, no. 2, 2004, pp. 283-306.

³² JENSON Joli « Fandom as Pathology : The Consequences of Characterization », *Fan culture and Popular Media*, ed. LEWIS Lisa A, p.9-29, 1992.

³³ LE BART, Christian. « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », *Revue française de sociologie*, vol. vol. 45, no. 2, 2004, pp. 283-306.

³⁴ SEGRE Gabriel. « On ne naît pas fan, on le devient », *Sciences Humaines*, vol. 280, no. 4, 2016, pp. 29-29.

a été assassinée par Yolanda Saldinvar, une fan et la dirigeante du fan-club de la chanteuse, elle voulut se venger après avoir été renvoyée par la famille Quintanilla.

Le deuxième type de comportement est celui du fan membre d'un groupe appelé la *fandom*³⁵ qui est fière de partager sa passion à autrui, souvent ce fan n'est pas seul, il est accompagné d'un groupe hystérique (« *hysterical crowd* »³⁶). Voyez-vous cette image de milliers d'individus qui hurlent devant son idole ? Cette image qui est très critiquée car la réaction de la *fandom* serait aller très loin. Par exemple, en 2012, la chanteuse Rihanna créa une émeute à Paris à la gare du Nord lorsqu'elle annonça dans son compte Twitter qu'elle allait faire une escale à Paris. Évidemment, ces fans firent le déplacement. Hélas, le petit geste de la chanteuse fut **lourde** de conséquence, elle eut dû mal à sortir de la gare, son garde du corps fut lui-même dépassé par la situation. Les médias reprirent l'affaire, ils critiquèrent même la chanteuse qui auraient causé elle-même cet essaim, car sans doute avaient-ils en tête la « dangerosité » d'une *fandom*. En effet, comme le dénonça aussi Joli Jensen, un mépris est né à l'encontre des fans, critiqués et moqués, les médias voient chez les fans des consommateurs passifs, « dépossédé de lui-même, il est la figure contemporaine de l'aliénation, victime des industries culturelles de masse. »³⁷ Cette image du fan qui dépense sans compter pour acheter des produits dérivés de sa star est partout. Par ailleurs, l'émission *Le Quotidien*, se moque souvent des groupies. En mars 2018, à l'occasion du concert de l'ancien chanteur des One Direction, Harry Styles, les caméras de l'émission de Yann Barthès suivirent les fans du chanteur britannique. Ils interrogeaient des adolescentes qui avaient décidé ne pas se rendre à leur école afin d'assister au concert de l'idole, de plus, sur Youtube, le titre du reportage est « *Elles sèchent les cours pour aller voir HARRY STYLES* »³⁸, la voix-off du reportage va beaucoup insister sur cet aspect-là, celle de l'adolescent qui met de côté ses études pour sa personnalité favorite. Puis en transition, ils présentaient la boutique officielle ... enfin, la camionnette officielle de Harry Styles qui vendait des vêtements et des goodies de la star, ils filmaient une longue ligne de fans qui attendaient pour acquérir ces objets. Cependant, le point auquel les journalistes s'attardaient était le prix des produits. Des fans qui étaient prêtes à dépenser 35€ un t-shirt avec le visage de Harry Style, plus le sac, le mug et le vinyle, au total il s'agissait d'une dépense d'environ 200€. Ce reportage montre une séparation entre les fans et les autres, les non-fans. **Un fait que Joli Jensen dénonce, la marginalisation de ce groupe d'individu qui serait manipulé par la culture de masse dont les industries culturelles se servent pour gagner du**

³⁵ La *fandom* est une communauté de fan.

³⁶ JENSON Joli « Fandom as Pathology : The Consequences of Characterization », *Fan culture and Popular Media*, ed. LEWIS Lisa A, p.9-29, 1992.

³⁷ LE BART Christian. « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », *Revue française de sociologie*, vol. vol. 45, no. 2, 2004, pp. 283-306.

³⁸ Le Quotidien, « Elles sèchent les cours pour aller voir HARRY STYLES » 15 mars 2018.
<https://www.youtube.com/watch?v=j-ycnfY3dmo>

bénéficie.³⁹ Mais à partir des années 1980, des chercheurs en sociologie commença à s'intéresser aux fans, cela marqua les débuts des *fan studies*.

En France, les études sociologiques sur la culture fan, débutent dans les années 1990. Dominique Pasquier est considérée comme une « pionnière »⁴⁰ avec son étude sur les jeunes filles fan de la série télévisuelle phare des années 1990 *Hélène et les Garçons*. Diffusé de 1992 à 1994 sur TF1, elle fut la série la plus populaire auprès des jeunes filles et des adolescentes. À elles seules, elles représentaient environ 90% des téléspectateurs⁴¹. *Hélène et les Garçons* raconte les aventures amoureuses de l'étudiante, Hélène Girard et de ses camarades. Bien que la série soit populaire, elle fut controversée, les parents critiquèrent le contenu de la série télévisuelle très à l'eau de rose qui ne montraient pas assez les problèmes de la vie, tel que le chômage, le sida et les difficultés rencontrées durant la vie amoureuse. L'auteure Dominique Pasquier fit un terrain ethnographique pour comprendre cet enthousiasme pour la série qui représente les « modèles de féminité et de sentimentalité assez traditionnels, voire rétrogrades »⁴². Pour son terrain, Elle utilisa trois méthodes, la lecture des lettres des fans, d'un questionnaire répondu par des fans collégiennes et une observation dans chez des familles lorsqu'elles regardent la série durant sa diffusion. Ce que Dominique Pasquier en tira de cette enquête est que la série est « comme phénomène de socialisation auprès des jeunes téléspectatrices »⁴³ car *Hélène et les garçons* permettait aux jeunes filles de se sociabiliser auprès de sa famille, à travers des discussions sur un épisode de la série pour aborder des sujets sur la vie, ou encore, entre des amies fans. Dominique Pasquier inspirait de Henry Jenkins montre qu'autour de *Hélène et les Garçons* s'est constitué une communauté de fan.

J'ai cité Henry Jenkins a plusieurs reprises car il est un auteur très important dans les *fan studies*, on dit même qu'il est le pionnier de cette discipline alors qu'il ne fut pas le seul à participer à l'émergence des *fan studies*.

Les *Fan studies* tiennent leurs origines des *Cultural Studies*, Jenkins s'inspira des travaux de Raymond Williams, Stuart Hall. Tous deux proposent deux définitions distinctes de la culture. Stuart Hall dit de la culture qu'elle est « un des lieux où la lutte pour et contre la culture des puissants s'engagent et les enjeux à gagner et à perdre dans cette lutte »¹⁵ alors que Raymond Williams parle

³⁹ ADORNO Theodor et HORKHEIMER Max, *Kulturindustrie : raison et mystification des masses*, Paris : Edition Allia, impr. 2011.

⁴⁰ BOURDAA Mélanie, « Les *fan studies* en question : perspectives et enjeux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 7 | 2015.

⁴¹ PROULX Serge, « Dominique PASQUIER (1999), *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents* », *Communication*, vol. 20/2 | 2001, 166-172.

⁴² Ibid.

⁴³ BOURDAA Mélanie, « Les *fan studies* en question : perspectives et enjeux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 7 | 2015.

de la culture comme « comme un processus ordinaire des sociétés humaines et de l'esprit humain. Un véritable état d'esprit »¹⁶. Henry Jenkins notera que les premiers travaux sur la réception d'un média par le public proviennent de chercheuses féministes. Il s'agissait d'ethnographies sur la réception des romans à l'eau de rose et de certains *soap opera*, comme *Dallas* entre autres.

Bien que les travaux sur les « fans » soient nombreux dans les années 1980, Henry Jenkins révolutionnera cette branche en proposant une nouvelle approche, qui est celle de comprendre les communautés de fans de l'intérieur et non de l'extérieur comme beaucoup de chercheurs le firent. Si Henry Jenkins utilisa cette méthode c'est pour une raison simple. Le chercheur est lui-même un fan.⁴⁴ En 1992, il publia *Textual Poachers*⁴⁵, cet ouvrage sera pionnier dans l'étude des fans car Henry Jenkins met de côté l'image du fan anti-social qui n'a pas de vie, le fameux *no-life*⁴⁶. Jenkins veut montrer le fan sous un autre angle. Tout d'abord, le fan est en constante interaction, nous sommes loin de l'image de l'anti-social. En effet, car lorsque le fan consomme sa passion, il fait des analyses et des découvertes, par exemple Marion et sa mère Martine regardaient les films *Star Wars* tous les dimanches. Durant ces visionnages, Marion me déclara : « à chaque fois que je regarde *Star Wars*, je découvre des nouvelles choses ». A chaque nouvelle découverte, les fans échangent. Ils vont discuter ensemble et débattre sur le sujet. La réception d'un contenu médiatique leur permet de se sociabiliser⁴⁷ comme Dominique Pasquier le montre avec les fans d'*Hélène et les Garçons*⁴⁸. Le fan est un consommateur actif et non passif, Henry Jenkins démontre que les fans sont impliqués et qu'ils consomment activement. Pour ainsi dire, le fan n'hésite pas à prendre contact avec les producteurs pour exprimer leur désaccord sur un sujet. Par exemple, pour les fans de la série *Twin Peaks*, Henry Jenkins suivait cette communauté de fans, ils écrivaient des lettres aux producteurs pour critiquer une décision prise sur l'histoire d'un personnage. Actuellement, on retrouve beaucoup ce type d'interaction entre les fans et les producteurs notamment grâce aux réseaux sociaux. En 2018, la chaîne américaine *Fox*, annonça l'arrêt de la série *Brooklyn Nine Nine*.⁴⁹ Cela créa l'indignation des fans de la série, beaucoup se sont réunis dans les réseaux sociaux, notamment Twitter pour tenter de sauver la série, (Mark Hamill, l'interprète de Luke Skywalker y participa) et grâce à cet engouement, la série fut sauvée ! Cela fait écho à l'idée de Stuart Hall sur la culture, en quoi elle serait un moyen

⁴⁴ Henry Jenkins définit comme « aca-fan », académie et fan.

⁴⁵ JENKINS Henry, *Textual poachers: television fans and participatory culture*, Routledge, 1992.

⁴⁶ Le *no-life*, « pas de vie » en français et un individu qui consacre la majorité de son temps devant sa passion en se coupant de toute forme de sociabilité. Souvent le *no-life* possède une addiction.

⁴⁷ JENKINS Henry, *Textual poachers: television fans and participatory culture*, Routledge, 1992.

⁴⁸ PROULX Serge, « Dominique PASQUIER (1999), *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents* », *Communication*, vol. 20/2 | 2001, 166-172.

⁴⁹ DUNAND Jérémie, « Brooklyn Nine-Nine : après l'annulation par Fox, NBC ressuscite la série et commande une saison 6 », *Allociné*, 2018. http://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_carticle=18672917.html

de résistance. Et enfin, Henry Jenkins remarqua que les fans sont eux aussi des créateurs. Il crée des productions en honneur de leur passion. Henry Jenkins montre sa théorie à travers les slash-fictions sur la série *Star Trek*. Un slash-fiction est une fiction qui met en scène une relation amoureuse de personnages possédant le même sexe et issue d'une même histoire télévisuelle. On raconte que les origines de la slash-fiction (à voir de la fanfiction) viennent de la série *Star Trek* où certains fans, les Trekkies, ont imaginé une relation amoureuse entre le Capitaine James T. Kirk et son second extraterrestre Monsieur Spock. Cela montre à quel point les fans « braconnent »⁵⁰ à travers leur passion.

Après la publication de *Textual Poacher*, Jenkins poursuit ses travaux sur les fans, en suivant l'évolution de nouvelles technologies qui permirent d'augmenter la communication entre les fans et les producteurs ainsi du partage de leur création. Il aborda ce sujet dans son second ouvrage⁵¹ où il introduit une nouvelle notion, la convergence culturelle. La convergence culturelle est un flux de contenu qui passe à travers différents ponts médiatiques, qu'on appellera le transmédia. *Star Wars* est l'exemple idéal de la convergence culturelle. En plus d'être des films, *Star Wars* sont des séries des romans, des comics et des jeux vidéo, nous allons aborder ce point dans la deuxième sous-partie. A travers cette convergence culturelle, il est possible pour les producteurs (l'industrie culturelle) d'user de divers médias pour leur création en proposant ainsi de raconter différentes histoires⁵², mais cette méthode de diffusion, les producteurs l'utiliser pour un seul public. Et je vous laisse deviner lequel... les fans évidemment ! Puisque ce sont les « fans qui ont un rapport de culte avec les œuvres »⁵³. La convergence culturelle s'articule par deux phénomènes, la première est la participation culturelle, que Jenkins théorisa dans son premier ouvrage. Il traite donc de l'implication des fans dans les œuvres culturelles et enfin le deuxième phénomène est l'intelligence collective. Théorisée par Pierre Lévy⁵⁴, l'intelligence collective est « la capacité intellectuelle d'une communauté d'individus qui est issue des interactions entre ses membres, permettant d'effectuer des tâches complexes grâce aux synergies réalisées »⁵⁵. Ces deux phénomènes sont les piliers de la convergence culturelle⁵⁶. Dans la deuxième sous-partie, nous allons approfondir le transmédia à travers l'univers de *Star Wars*. A présent, nous allons voir comment les fans se construisent socialement.

⁵⁰ Cette notion de braconnage, Henry Jenkins l'emprunte à Michel de Certeau.

⁵¹ JENKINS Henry, *La Culture de La Convergence Des Médias Au Transmédia*. A. Colin, 2006.

⁵² Pour le cas de *Star Wars*, les romans et les comics étaient un moyen de raconter des récits qui se déroulerait en dehors des films.

⁵³ PEYRON David, « Quand les œuvres deviennent des mondes. Une réflexion sur la culture de genre contemporaine à partir du concept de convergence culturelle », *Réseaux*, vol. 148-149, no. 2, 2008, pp. 335-368.

⁵⁴ LÉVY Pierre, *L'intelligence collective : Pour une anthropologie du cyberspace*, La Découverte, 2013.

⁵⁵ La rédaction, « L'intelligence collective », *Journal du net*, 2019. <https://www.journaldunet.fr/management/guide-du-management/1204891-l-intelligence-collective/>

⁵⁶ MAIGRET Eric, « Penser la convergence et le transmédia : avec et au-delà de Jenkins » préface de JENKINS Henry, *La Culture de La Convergence Des Médias Au Transmédia*. A. Colin, 2006.

c) Fan : une construction sociale

Nous venons de voir différentes théories sur les fans en sciences humaines qui ont donné une nouvelle image des fans. A présent, nous allons nous concentrer sur l'identité du fan et comment, il arrive à se construire socialement. Pour cela, nous allons reprendre les travaux de Christian Le Bart, qui fit une enquête sur les fans de Beatles⁵⁷. Le Bart tenta de comprendre les différentes façons par lesquelles les fans des Beatles s'identifient. Ils usent d'une stratégie pour présenter son niveau d'admiration, de sa « fanitude ». Nous avons déjà vu une des stratégies dans la partie précédente. Entre les membres de sa *fandom*, le fan assume son statut, cependant, d'un point de vue extérieur, c'est-à-dire avec les non-fans, il dénie sa passion et utilise un discours défensif, tantôt une valorisation et une dévalorisation. Mais dans l'article, l'auteur montre trois points sur la stratégie de construction de l'identité d'un fan, la première est la différenciation externe, ensuite la dé-différenciation et la différenciation interne c'est-à-dire dans la *fandom*. La différenciation externe montre la singularité sur la passion du fan, pour le cas des Beatles, un fan est vu comme différent car il écoute de « la vieille musique » d'un groupe « passé de mode ». Le fan s'identifie comme un individu différent. Cette différenciation montre le rapport du fan avec l'objet de sa passion, son intérêt pour l'objet mais aussi sa relation avec les autres, les non-fans. « La passion singularise, elle procure donc des profits identitaires liés à la jouissance d'être distinct »⁵⁸. Mais très rapidement, cette distinction montre un isolement chez le fan qui a dû mal à partager sa passion, de plus, il est souvent moqué par l'attention qu'il porte pour elle. Prenons l'exemple du fameux Geek ou nerd qui est pointé du doigt de manière vile par ses camarades car il est réservé et passionné par des objets culturels qui ne sont pas adaptés au grand public. Alors pour se faire accepter, le fan tente trois stratégies pour éviter les moqueries. La première est de minimiser sa passion, montrer qu'il est fan mais à un niveau accepté, la deuxième est d'intérioriser sa passion, d'en parler à personne, d'en faire « le jardin secret » du fan, et enfin la troisième manière est la tentative de rapport de force et celle de casser les stéréotypes autour du fan. L'auteur montre que ce rapport de force est lié à la rencontre avec d'autres fans et aux adhésions dans des fan-clubs. Ce qui nous ramène à la troisième stratégie d'identification, la différenciation externe, c'est-à-dire pouvoir se différencier à l'intérieur de sa *fandom*, en montrant qu'il a accumulé de nombreuses connaissances sur l'objet de sa passion. Pour les fans de Star Wars, cette distinction se voit par rapport à leur connaissance de l'univers étendu. Chez les fans d'un groupe musical, il faut savoir reconnaître les musiques les moins connues de leurs groupes favoris, ou assister à des concerts,

⁵⁷ LE BART Christian. « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », *Revue française de sociologie*, vol. vol. 45, no. 2, 2004, pp. 283-306.

⁵⁸ Ibid.

ou encore rencontrer son idole. Cette troisième stratégie montre l'importance pour un fan de se montrer différent par rapport à sa *fandom*, mais cette différenciation est aussi une source de tension dans les *fandom*, car les communautés de fans mettent en avant la nécessité d'avoir une large connaissance sur leurs œuvres favorites en l'absence de ce savoir, ils vont remettre en question le statut de fan : « *Tu es fan si tu connais...* ». Cela fait écho au scandale des *fake nerd girl*, une polémique naît sur internet qui dénonçait certaines femmes qui s'intéresseraient à la culture geek pour attirer l'attention. Cette polémique confirme aussi la difficulté des femmes à s'importer dans la culture geek puisque leurs motivations sont souvent questionnées et même testées pour savoir si elles possèdent une bonne connaissance de la culture geek⁵⁹.

En parlant de la culture geek⁶⁰, David Peyron spécialiste de cette culture, il analyse comment un geek⁶¹, un fan de la culture Geek construit son identité. En effet, le rapport que le fan possède avec l'objet culturel dont il est enthousiaste permet de se créer une identité, tantôt individuel et aussi collective. D'abord, concentrons-nous sur l'individu fan. Peyron montre que le geek se construit socialement à travers sa passion, un objet culturel. **Le fan s'identifie à travers une œuvre ou un personnage auquel, il retrouve et découvre une ressemblance, par exemple, le personnage de Spider-Man et de son alter-ego Peter Parker.** Le personnage est très apprécié par certains individus membre de la communauté Geek car le personnage est un jeune homme, nerd⁶², un garçon brillant qui a peu confiance en lui et qui se fait harceler par ses camarades. Le personnage représente beaucoup de jeune Geek⁶³, et il donne de l'espoir aux geeks car malgré les harcèlements que Peter Parker subit, c'est un super-héros avec des pouvoirs uniques et de très grandes responsabilités. Ce personnage donne de l'espoir aux fans. En plus de s'identifier à un personnage, à travers sa passion, le fan développe et forge une culture. Dans la communauté Geek, un Geek va s'intéresser à des œuvres culturelles liées à son univers fétiche. Imaginons qu'il soit fan de *Star Wars*, en plus des films, il va découvrir davantage l'univers en lisant les histoires étendues ou en jouant aux jeux vidéo. Mais aussi en découvrant d'autres fictions ressemblant à l'univers de *Star Wars*. Comme *Star Trek* même si les fans de *Star Trek* et *Star Wars* ne s'apprécient pas. Être un fan, c'est un apprentissage, on ne naît pas fan, on le devient si je me permets de reprendre la citation phare d'Erasmus. David Peyron montre qu'un fan, dans son cas, un Geek, forge son identité en acquérant une culture générale riche et à part, il s'approprie une œuvre. Grâce à cette connaissance, le fan va « se rassurer » mais aussi

⁵⁹ PEYRON David, "De la *fake geek girl* au vrai geek. L'appropriation des univers de fiction dans la culture geek, outil de hiérarchisation genrée", *Fan studies & gender studies : la rencontre*, Téraèdre, 2017.

⁶⁰ Le geek est un individu passionné de technologie, de jeu vidéo etc.

⁶¹ PEYRON David, *culture geek*, Fyp Editions, Limoges, 2012

⁶² La frontière entre geek et nerd reste inexistant, mais on dit qu'un nerd est un passionné mais anti-social.

⁶³ PEYRON David, "De la *fake geek girl* au vrai geek. L'appropriation des univers de fiction dans la culture geek, outil de hiérarchisation genrée", *Fan studies & gender studies : la rencontre*, Téraèdre, 2017.

« s’assumer »⁶⁴, en créant sa personnalité mais aussi son choix professionnel. Un fan de science-fiction peut devenir, un ingénieur, un auteur, ou être réalisateur de film. Nous avons des réalisateurs connus qui sont fans, tel que J.J Abrams, qui est le réalisateur le plus célèbre dans la culture geek. Ce sont les séries *Lost* ou *ALIAS* qui lui ont valu sa notoriété. De plus, il a réalisé les reboot de *Star Trek* et a notamment produit la suite de *Star Wars*, une partie sera consacrée à lui. En plus de sa carrière, le fan intègre un groupe d’individu qui partage la même passion, il va rejoindre une intelligence collective, avec cette collectivité intellectuelle, en partageant des contenus, il va perpétuer l’œuvre qui lui passionne. C’est la culture participative. Une *fandom* va user des nouvelles technologies pour partager sa passion et participer aux succès de leurs œuvres favorites en créant des Wiki spécialisé, des fan fictions etc. Rejoindre cette communauté permet à l’individu de créer un sentiment d’appartenir à un groupe, et rencontrer des individus qui lui ressemblent.

Être membre d’une *fandom* permet d’affirmer son appartenance dans ce groupe, pour cela, un fan assumera son adhésion dans le groupe en reprenant le nom de la *fandom*, Potterhead pour les fans d’Harry Potter, Trekkie pour les fans de Star Trek⁶⁵, c’est moyen de montrer son statut de fan mais aussi de la faire exister. Même si, parfois l’utilisation du nom d’une communauté les stigmatise, comme ce fut le cas des fans des One Direction que nous avons abordée plus tôt. Face à ce stigma certains fans refusent l’appellation de leur communauté de fan⁶⁶.

Pour conclure, cette sous-partie, je me permets de reprendre une phrase de David Peyron

« La réception n’est donc plus seulement assimilable à la consommation d’un produit culturel, mais contribue aussi à un processus de construction identitaire qui repose sur un investissement personnel et émotionnel, entre acceptation et refus des normes liées au contenu apprécié et aux *fandoms* qu’il suscite. »⁶⁷

D’un point de vue général, le fan est un individu qui ne vit que pour sa passion, en délaissant sa vie sociale. Mais les études en sciences sociales nous montrent que les fans sont en constante interaction et leur passion leur permet de se construire socialement. Cependant, un fan peut être victime de sa propre passion car même s’il se met à interagir avec les autres, il va uniquement rester en contact avec des individus comme lui. Il rejette les autres individus non-fans ce qui peut réduire son cercle social.

⁶⁴ PEYRON David, culture geek, Fyp Editions, Limoges, 2012.

⁶⁵ Ce qui est surprenant, c’est que les fans de *Star Wars* ne possèdent pas de nom alors qu’ils sont des millions à travers le monde.

⁶⁶ PEYRON David, « Enjeux identitaires et communautaires des noms de *fandoms* », *Revue française des sciences de l’information et de la communication* [En ligne], 7 | 2015

⁶⁷ PEYRON David, culture geek, Fyp Editions, Limoges, 2012.

Maintenant que nous avons pu définir le terme fan, nous allons nous concentrer sur la célèbre œuvre cinématographique, *Star Wars*.

II. Qu'est-ce que *Star Wars* ?

Nous venons de voir la définition et les différentes analyses en sciences sociales et humaines axées sur la culture des fans. Désormais, prenons le temps de comprendre l'un des sujets principaux de ce mémoire qui est *Star Wars*. Dans cette sous-partie, nous allons nous concentrer sur des notions liées à **cet univers fictif telle que la culture de masse, pour laquelle *Star Wars* est jugée comme faisant intégralement parti**. Pour cela, nous allons voir entre autres, les théories de Theodor Adorno et Max Horkheimer⁶⁸. Mais, nous allons également nous attarder sur la notion de culture populaire, notion qui est souvent confondue avec la culture de masse. Néanmoins, avec son article, Pascal Ory⁶⁹ réussit à distinguer les deux termes alors que, l'univers de *Star Wars* remet en question cette différenciation et nous allons voir les raisons. Avant d'arriver à ce sujet, voyons la genèse de l'univers de *Star Wars*, créé par George Lucas.

a) Histoire d'une saga cinématographique

Avant de s'orienter vers le milieu du septième art, George Lucas avait comme passion les courses automobiles. Sa vocation était de devenir un pilote de formule 1. Hélas, ce rêve se brisa lorsqu'il eut un grave accident de voiture. **Forte heureusement**, la Force était auprès de lui et il put survivre au terrible accident⁷⁰. Il renonça à sa carrière de pilote, mais il ne laissa pas de côté la formule 1. **Ces** journées, il les passait dans les circuits **d'automobiles** pour filmer les courses. C'est ainsi que le jeune George Lucas fit ses premiers pas dans le milieu du cinéma. Il intégra l'université de la Californie du Sud pour étudier l'art cinématographique. Durant ces années-là, il fit la connaissance de Francis Ford Coppola, ensemble ils créèrent une maison de production, *American Zoetrope*⁷¹. Il va également collaborer avec Steven Spielberg, son grand ami, et ensemble ils font des films à succès, *Indiana*

⁶⁸ ADORNO Theodor et HORKHEIMER Max, *Kulturindustrie : raison et mystification des masses*, Paris : Edition Allia, impr. 2011.

⁶⁹ ORY Pascal « 'Culture populaire', 'culture de masse' : une définition ou un préalable ? » *Dix ans d'histoire culturelle*, Villeurbanne : Presses de l'enssib, 2011.

⁷⁰ PHILIPPE, Alexandre O., dir, *The People vs. George Lucas*, BAC Films, 2010

⁷¹ Créé en 1969, la maison de production produit tous les films de Francis Ford Coppola, alors qu'un film de George Lucas fut produit, *THX 1138*.

Jones entre autres. Durant ces années d'études, il réalisa des courts-métrages dont un fut adapté en un long métrage, *THX 1138*. En 1971, George Lucas, créa sa propre maison de production, Lucasfilm. Cette maison de production connut une petite reconnaissance en 1973 grâce au deuxième long métrage de Lucas, *American Graffiti*. Cependant, George Lucas était face à une difficulté, Universal Studio, la maison de distribution du film de Lucas, ne lui laissait pas de suffisante liberté artistique. George Lucas ne fut pas convié à la post-production. Cet événement marqua George Lucas et pour son prochain long-métrage il décida de prendre le quasi contrôle de son projet. C'est ainsi qu'il commença à imaginer et à écrire son *space opera*⁷².

Ce projet en question était *Star Wars*, initialement appelé *Adventures of the Starkiller, Episode I: The Star Wars*⁷³ puis *The Star Wars: From The Adventures of Luke Starkiller*⁷⁴. Après avoir finalisé le script de *Star Wars*, Lucas tenta de vendre le projet à plusieurs maisons de productions qui ne voyaient aucun potentiel du script. Seule la *20th Century Fox* accepta de financer le film, même si elle prédit un échec commercial, au point de confier les droits des produits dérivés à George Lucas.

Ce fut une erreur de la part de la Fox car au contraire, *Star Wars*, dès sa sortie en mai 1977, connut un succès inattendu, un succès qui allait au-delà des espérances, même pour George Lucas qui n'avait jamais cru à un tel aboutissement. Son Box-office selon l'estimation de Statista est de 775 millions de dollars alors que le coût de production était de 11 millions de dollars⁷⁵. *Star Wars* permit à George Lucas de rentrer dans l'histoire du cinéma grâce aux prouesses technologiques des effets spéciaux présents dans le film. George Lucas continua le récit de Luke Skywalker et de ses camarades à travers deux autres long-métrages, *L'Empire contre-attaque* (1980) et *Le retour du jedi* (1983). Puis en 1999, soit 22 ans après la sortie de l'épisode 4, George Lucas proposa une prélogie racontant les origines de Dark Vador, l'antagoniste de *Star Wars*. Et enfin en 2015, à l'achat de Lucasfilm par The Walt Disney Studio, une troisième trilogie vit le jour. Elle fit suite à la trilogie originale en introduisant de nouveaux personnages dont le fils de Leia Organa et Han Solo.

Star Wars toucha un large public, et donna naissance à une communauté de fans qui trouva sa vocation après la sortie du film (voir I.c). Le plus frappant est que George Lucas créa à lui seul un empire, sa fortune vient majoritairement de *Star Wars* et des produits dérivés dont les bénéfices seraient le double des recettes des films. La Fox doit à tout jamais regretter d'avoir cédé l'intégralité des droits à George Lucas. Par ailleurs, depuis le début de cet écrit, il n'a jamais été question de définir *Star*

⁷² Un sous-genre de la science-fiction avec des histoires d'aventure épiques ou dramatiques se déroulant dans un cadre géopolitique complexe. (Source : Wikipedia)

⁷³ La première version de janvier 1975 de *Star Wars IV : Un nouvel Espoir*.

⁷⁴ La deuxième version d'août 1975 de *Star Wars IV : Un nouvel Espoir*.

⁷⁵ CROISSET Laure, « Star Wars : un démarrage record pour "Les Derniers Jedi" », *Challenges*, 2017.

https://www.challenges.fr/cinema/les-chiffres-fous-de-la-saga-star-wars_520092

Wars comme un seul film mais plutôt comme un univers fictif. Pourquoi ? Car *Star Wars* ne se résume pas à ses films, *Star Wars* c'est aussi des comics, des romans, des séries télévisuelles et des jeux-vidéos etc. Ces différents médias proposent des histoires qui suivent la trame de la trilogie originale, nous avons tantôt définis *Star Wars* comme une œuvre transmédia et effectivement, *Star Wars* est, pour le plaisir des fans, un univers vaste qui se renouvelle en proposant des histoires inédites. Il ne faut pas non plus oublier la vente des produits dérivés qui apporte beaucoup à Lucasfilm. Ainsi face à ce constat, nous pouvons nous demander si *Star Wars* est un objet de l'industrie culturelle ? Dans l'article de Christophe Gauthier⁷⁶, il considère *Star Wars* comme « une synthèse de la culture de masse américaine [...] il est à la fois un produit et un emblème »⁷⁷, il considère *Star Wars* comme un « objet paradigmatique de cette culture industrielle »⁷⁸. Afin de mieux comprendre les propos de Christophe Gauthier, essayons dans un premier temps de définir l'industrie culturelle et la culture de masse.

b) Culture de masse et culture populaire

Qu'est-ce que la culture de masse ? Cette culture se définit en trois temps. La première est que la culture de masse est l'ensemble de culture produite, jouée et diffusée par de puissants médias comme le cinéma, le web, la télévision et tant d'autres. Dans un deuxième temps, les dirigeants de cette culture de masse, l'industrie culturelle se préoccupe de l'influence qu'elle apporte au public. Ils réfléchissent à une façon d'attirer l'attention du public afin d'éviter l'échec commercial de leurs productions. Aujourd'hui, les producteurs, entourant les blockbusters, pour attirer l'attention du spectateur, s'attardent beaucoup sur la promotion c'est-à-dire qu'ils proposent des bandes-annonces ou des affiches publicitaires pour créer du suspense et une certaine curiosité incitant le spectateur à aller au cinéma. Ce fut ce que fit le studio Marvel pour la sortie du quatrième *Avengers*⁷⁹. Cela nous amène au troisième temps qui est l'implication, la façon dont les industries culturelles veulent diffuser leurs productions. Elles utilisent différents moyens comme les médias qui leur permettent de faire des promotions⁸⁰.

⁷⁶ GAUTHIER Christophe, « Mélancolie des industries culturelles », *Histoire d'O. Mélanges d'histoire culturelle offerts à Pascal Ory*, Histoire contemporaine, 2017.

⁷⁷ Ibid.

⁷⁸ Ibid.

⁷⁹ *Avenger : Endgame*

⁸⁰ MORIN Edgar, « CULTURE - Culture de masse », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 8 mars 2019. URL : <https://www-universalis--edu-com.fennec.u-pem.fr/encyclopedie/culture-culture-de-masse/>

Les études en sciences sociales et humaines **autours** de la culture de masse apparaissent vers la fin des années 1920⁸¹ aux Etats-Unis, à une époque où les médias commencent à s'imposer dans la culture américaine notamment à travers la presse ou le cinéma hollywoodien. En sciences humaines deux notions furent introduites, d'abord celle de *mass media* en 1923, que nous pouvons traduire par la masse médiatique. Puis en 1939 celle de *mass culture*⁸². Dans ces deux notions nous voyons le terme de « masse » qui accompagne le terme de « culture ». En sciences humaines, les *cultural studies* sont une branche très importante, de nombreux théoriciens ont tentés de définir la notion de culture. Bien qu'il existe diverses définitions de la « culture », elles sont très différentes des unes des autres (il suffit de voir dans la première sous-partie avec Stuart Hall et Raymond Williams). Les chercheurs en sciences sociales eurent la difficulté de définir ce terme à cause de sa complexité. Cependant la définition de l'anthropologue Edward Tylor reste la plus reconnue. En effet, selon Edward Tylor, la culture est un :

« Ensemble complexe qui englobe les connaissances, les croyances, les arts, la morale, les lois, les coutumes, et tout autre capacité et habitude acquise par l'Homme en tant que membre d'une société. »⁸³

Dans cette définition, Edward Tylor englobe toutes les civilisations, car autrefois, la définition de la culture était très ethnocentrique, seules les sociétés dites « modernes », pour être plus précis, les européens, possédaient le savoir alors que les sociétés dites « traditionnelles », n'avaient pas de culture. Dans cette définition, Edward Tylor s'ouvre et accepte la culture de tous, c'est pour cette raison que sa définition est la plus acceptable.

Durant les années 1960, Pierre Bourdieu proposa une nouvelle définition de la culture, sans rejeter celle d'Edward Tylor. Au contraire le sociologue ajouta davantage d'éléments. Dans son ouvrage, *La Distinction. Critique sociale du jugement*⁸⁴, il constate que la pratique culturelle est inégale. Il remarque une distinction de l'usage de la culture selon la classe sociale de l'individu. Face à la division entre les classes supérieures et les classes populaires, la culture est inégale selon les origines sociales. De plus, la culture des classes riches est la plus dominante alors que celles des plus pauvres n'ont aucune reconnaissance car elle n'est pas considérée par les élites.

⁸¹ Bien qu'en 1880 Sainte-Beuve fut le premier à parler de culture de masse en introduisant la notion de « littérature industrielle » pour critiquer l'émergence de séries d'œuvre littéraire.

⁸² ORY, Pascal. « Culture populaire », « culture de masse » : une définition ou un préalable ? In : *Dix ans d'histoire culturelle* [en ligne]. Villeurbanne : Presses de l'enssib, 2011.

⁸³ TYLOR Edward, *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Language, Art and Custom*, Mineola, New York: Dover Publications Inc, 2016.

⁸⁴ BOURDIEU Pierre, *La Distinction : Critique sociale du jugement*, Paris: Les Editions de Minuit, 1979.

Quant à la « masse » c'est la quantité, à un ensemble d'individu qui partage un même point, la même logique, par rapport à une norme. La masse renvoie au peuple. Donc lorsque la masse est reliée à la culture cela nous mène à constater bien que cela a été mentionné au début de cette partie, que la culture de masse est dédiée aux peuples. Mais, qu'en est-il de la culture populaire ? Quelle différenciation entre ces termes ? Cette distinction existe mais est peu exploitée. Afin de la comprendre, poursuivons l'étude des travaux existants sur la culture de masse et notamment celle des critiques établies autour de celle-ci.

Il existe des critiques sur la culture de masse notamment sur son usage, la critique la plus connue est celle de Theodor Adorno et de Max Horkheimer, fondateurs de l'École de Francfort. Durant leur exil aux États-Unis, Adorno et Horkheimer furent témoins de l'émergence des médias, ainsi dans leur ouvrage *Kulturindustrie. Raison et mystification des masses*⁸⁵, ils pointent du doigt le mode de fonctionnement des industries culturelles. Pour eux, l'industrie culturelle est une organisation bien structurée qui détruit la culture en aliénant le public. À travers la marchandisation des œuvres culturelles qui sont produits créés par les industries pour la masse. Ils dénonçaient les industries culturelles dirigées par l'élite qui imposaient une culture, une masse qui « se borne à les consommer de manière passive »⁸⁶. Cette domination culturelle rejoint la théorie de Karl Marx sur la soumission du peuple par l'élite et du fétichisme de la marchandisation⁸⁷. Adorno et Horkheimer représente le cinéma américain comme un exemple de l'industrie culturelle puisque dans les années 1950 et 1960, Hollywood mettait en avant des vedettes qui pouvaient plaire au public, Marilyn Monroe était un exemple. En dehors de l'industrie cinématographique, la même pratique est effectuée dans le monde de la mode lorsqu'il mette en avant des vêtements pour pousser le consommateur à acheter. Selon Enzo Traverso, la théorie d'Adorno et Horkheimer se lie au contexte de la société allemande, une période politique tendue où il subsistait un rejet de la politique capitaliste américaine et dans laquelle la vision allemande était pessimiste.

Cette vision pessimiste nous mène à Edgar Morin, un sociologue français qui est l'un des spécialistes de la culture de masse, il fut très virulent envers la critique pessimiste de l'École de Francfort. Pour lui, Adorno et Horkheimer sont nostalgiques d'une époque privée de la culture de masse, d'un âge d'or de la « vraie » culture. Pour Morin, les auteurs allemands eurent du mal à accepter l'évolution de la culture et des avancées modernes de la culture, « il n'y a pas eu d'âge d'or de la culture avant

⁸⁵ ADORNO Theodor et HORKHEIMER Max, *Kulturindustrie : raison et mystification des masses*, Paris : Edition Allia, impr. 2011.

⁸⁶ TRAVERSO Enzo, « Adorno et les antinomies de l'industrie culturelle », *Communications*, vol. 91, no. 2, 2012, pp. 51-63.

⁸⁷ Ibid.

la culture industrielle » réfuta-t-il dans son essai, *L'esprit du temps. Essai sur la culture de masse*⁸⁸. Il les considère comme des « antimoderne ».

Au fil du temps, la culture de masse évolua, elle est considérée comme une culture du peuple. Mais qu'en est-il de la culture populaire ? Tantôt, j'ai mentionné que ces chercheurs avaient du mal à distinguer la culture populaire de la culture de masse car ces deux cultures s'adressent aux peuples, non à l'élite. Henry Jenkins parle d'un pillage de ces deux cultures⁸⁹. La culture de masse domine la culture populaire. La culture de masse, c'est ce que Disney fit aux contes de fées. Tout le monde connaît l'histoire de Blanche-Neige à travers le premier film de Walt Disney, mais qu'en est-il du conte d'origine des frères Grims ? Naturellement lorsqu'on pense à l'histoire de Blanche-Neige, on pense au film d'animation, bien qu'il soit différent du conte original⁹⁰. Cependant, Pascal Ory réfute la ressemblance entre la culture populaire et celle de masse.

Pascal Ory définit la culture de masse comme « *les médias de masse d'aujourd'hui* »⁹¹ d'une culture plus « moderne » alors que la culture populaire vient d'une histoire riche et « chargée ». Les origines de la culture populaire remontent au XVIIIe siècle où en Angleterre, William Thoms forgea la notion de folklore. Aujourd'hui, le folklore est l'ensemble des cultures et des traditions populaires à l'échelle régionale⁹². Par exemple, la culture Occitane dans le sud de la France. Puis au début du XXe siècle, les politiques tentèrent de définir la notion de l'art populaire, ils développèrent cette notion en intégrant les arts et traditions populaires. L'intérêt pour la culture populaire se développa notamment suite à l'arrivée de la notion de « culture de masse » et des médias américains qui s'exportèrent en Europe, notamment après la Seconde Guerre Mondiale avec le Plan Marshall en 1947. Face à cet engouement, les politiques prirent plus d'intérêt pour la culture folklore. La culture populaire et la culture de masse reste assez proche, mais il existe une différenciation entre les deux, l'une, la culture populaire, parle d'une culture ancienne et traditionnelle et l'autre d'une culture plus moderne, plus structurée⁹³.

Pascal Ory nous a permis de faire une différenciation entre la culture populaire et la culture de masse. Cependant, *Star Wars*, objet de la culture de masse bouscule la frontière entre ces deux cultures. La

⁸⁸ MORIN Edgar, *L'esprit du temps. Essai sur la culture de masse*, Paris, Bernard Grasset, 1962 (rééd. Paris, Armand Colin, 2008).

⁸⁹ JENKINS Henry, *La Culture de La Convergence Des Médias Au Transmédia*. A. Colin, 2006.

⁹⁰ Par exemple, dans le conte, la reine tenta de tuer Blanche-Neige à quatre reprises, en envoyant le chasseur, en lui donnant une ceinture magique, une brosse empoisonnée et la pomme empoisonnée.

⁹¹ « *Et de ses (la culture de masse, ou moyens de communication de masse avec "les "conquérantes industries culturelles."* » (ORY, 2011) Pour lui la culture de masse englobe les loisirs, la consommation (il parle de société de consommation).

⁹² CNRTL <http://www.cnrtl.fr/definition/folklore>

⁹³ ORY Pascal « 'Culture populaire', 'culture de masse' : une définition ou un préalable ? » *Dix ans d'histoire culturelle*, Villeurbanne : Presses de l'enssib, 2011.

raison de cette remise en question est que *Star Wars* n'est pas seulement des films, l'œuvre touche à différents médias que nous allons voir.

c) *Star Wars* comme un objet de culture de masse

Star Wars « ce n'est pas qu'un film » comme le déclara un fan dans le documentaire d'Alexandre O. Philippe⁹⁴. Le fan a raison, car *Star Wars* n'est pas qu'un simple film, *Star Wars*, c'est un univers qui se transpose à travers divers médias. C'est ainsi que nous pouvons dire que *Star Wars* est « une synthèse de la culture de masse américaine. »⁹⁵ Pourtant, *Star Wars* bouscule la frontière entre la culture populaire et la culture de masse. *Star Wars* est une œuvre issue de la culture populaire ce qui est due à son statut d'œuvre culte. Le public fait souvent référence aux films dans leur quotidien, en reprenant des répliques comme « *que la Force soit avec toi* », comme une phrase d'encouragement. En faisant la distinction entre le bien et le mal en les nommant le « *côté obscur* » ou le « *côté lumineux de la Force* » ou encore en s'amusant à répéter le fameux « *je suis ton père* » à ses enfants⁹⁶. De plus *Star Wars* est un objet de la culture de masse puisque Lucasfilm transposa l'œuvre sous différents médias, celle du cinéma (évidemment), en littérature, dans les jeux vidéo et dans l'industrie des jouets.

George Lucas est maître de son empire. Il créa à lui seul sa fortune grâce à son œuvre (mais surtout le mauvais pari de la Fox) qui suscita une forte excitation de la part du public. **Bien que Lucas voulût à travers *Star Wars* lutter contre le système capitaliste qui ne lui donnait pas la liberté de créer ce dont il voulait, voilà qu'à présent George Lucas est membre de ce système qu'il a lutté.** Comme il le déclara dans le documentaire, *L'Empire des rêves* : « *Je me battais contre le système des sociétés [...] mais je me retrouve maintenant à la tête d'une société.* »⁹⁷ Même s'il est devenu ce pourquoi il avait lutté, il réussit à être un « *réalisateur indépendant* »⁹⁸. Et malgré cela il révolutionna le monde du cinéma avec les prouesses des effets spéciaux de l'époque, qui lui permit de populariser le genre *blockbuster*⁹⁹ et pour la première fois, une maison de production produisait des produits dérivés. George Lucas

⁹⁴ PHILIPPE, Alexandre O., dir, *The People vs. George Lucas*, BAC Films, 2010

⁹⁵ GAUTHIER Christophe, « Mélancolie des industries culturelles », *Histoire d'O. Mélanges d'histoire culturelle offerts à Pascal Ory, Histoire contemporaine*, 2017.

⁹⁶ CHARTOIRE Renaud, « Plongée dans l'univers de *Star Wars* », *Alternatives Économiques*, vol. n° 352, no. 12, 2015, pp. 70-70.

⁹⁷ BOILLAT Alain, « Introduction : des films, un monde. Lectures de *Star Wars* », *Décadrages*, 8-9 | 2006, 9-41.

⁹⁸ George Lucas, une saga de 40 ans, <https://www.youtube.com/watch?v=rtLML6J5Dxw>.

⁹⁹ Le blockbuster est un film, une pièce de théâtre et parfois un jeu vidéo appelé à un grand succès populaire, et ayant généralement bénéficié d'un gros budget. (Source : Wikipedia)

révolutionna « l'approche des œuvres de manière très lucrative, en faisant de la sienne un monde que le public peut s'il le veut explorer quasiment indéfiniment. »¹⁰⁰

Au cinéma, *Star Wars* marqua à cause de son histoire pour laquelle George Lucas s'était inspirée des récits mythiques, médiévaux, des pulps fictions, des Western etc. Il reprit la théorie de l'essai de Joseph Campbell¹⁰¹ dans lequel il propose un schéma type, en cinq étapes, sur le parcours d'un héros dans un récit.¹⁰²

Le réalisateur marqua également le monde du cinéma grâce à des effets spéciaux. Lucas et son équipe utilisèrent des procédés alors inédits dans les années 1970. Ce procédé séduisit de nombreux producteurs au point que Lucas créa en 1978 une filiale dans Lucasfilm dédiée aux effets spéciaux, *Industria Light & Magic* (ILM) qui existe toujours et qui est toujours réputée et qui participa à la réalisation d'effets spéciaux de films cultes, *E.T*, *Back to the Future*, *Terminator*, *Star Wars* (évidemment).¹⁰³

ILM n'est pas la seule filiale existante, il en existe plusieurs comme une dédiée aux œuvres de l'univers étendu de *Star Wars*. Après la sortie de l'épisode 4, Lucasfilm collabora avec Marvel pour publier des comics qui faisait suite au quatrième épisode. Ce fut un succès et d'autres comics et d'ouvrages furent publiés. Face à cette demande, Lucas dans la volonté de contrôler sa licence et de garder l'authenticité dans les récits, créa la filiale Lucasbook. A travers ces histoires, le lecteur possède entre ses mains une encyclopédie de l'univers de *Star Wars*. L'univers étendu (appelé aussi UE), donne plus de visibilité sur certains personnages, certaines planètes et civilisations peu explorées dans les films. Par exemple, pour le personnage de Boba Fett, bien qu'on découvre son passé à travers l'épisode 2, des bandes dessinées lui sont dédiés dans lesquels son profil et sa personnalité sont davantage développés. Alors que dans le film, Boba a peu de dialogue et on ne sait rien sur sa vie, sauf qu'il est chasseur de prime, qu'il travaille pour Jabba le Hutt... Et que c'est un clone. L'univers étendu suscite beaucoup d'intérêt notamment pour les fans afin qu'ils puissent explorer l'univers de

¹⁰⁰ PEYRON David, « Quand les œuvres deviennent des mondes. Une réflexion sur la culture de genre contemporaine à partir du concept de convergence culturelle », *Réseaux*, vol. 148-149, no. 2, 2008, pp. 335-368.

¹⁰¹ CAMPBELL Joseph, *Le Héros aux mille et un visages*, Escalquens (Haute-Garonne): Oxus, 2010.

¹⁰² Campbell propose cinq étapes dans le parcours du personnage principal. La première est l'appel de l'aventure, dans *Star Wars*, Luke Skywalker fait la rencontre d'Obi-Wan Kenobi qui lui fait découvrir ses pouvoirs. Ensuite une série d'épreuve, Luke vit le meurtre de son oncle et de sa tante, puis de son mentor Obi-Wan Kenobi (sans oublier qu'il apprend qu'il est le fils de son pire ennemi). Puis la réussite du voyage, où le héros a acquis un nouveau savoir, lorsque Luke suit sa formation de jedi à Dagobah avec Yoda. Après tout cela, le héros retourne dans le monde ordinaire, Luke achève sa formation et retourne auprès de l'Alliance Rebelle. Et enfin, l'utilisation du savoir pour améliorer le monde, Luke lutte contre le côté obscur et tente de sauver son père contre les forces du mal.

¹⁰³ FRENCH Alex et KHAN Howie, « L'incroyable histoire du studio derrière les effets spéciaux de 'Star Wars' », *L'Obs*, 2015. <https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-cinema/20151216.RUE1644/l-incroyable-histoire-du-studio-derriere-les-effets-speciaux-de-star-wars.html>

Star Wars et qu'ils puissent développer leurs connaissances autour de leur œuvre favori (nous avons abordé cet élément dans la première sous-partie). Avec *Lucasbooks*, Lucas veut que « l'histoire des films continue ainsi d'exister à travers des avatars qui réaffirment ad libitum son existence »¹⁰⁴. Lorsque The Walt Disney Studio acheta Lucasfilm, ils décidèrent d'annuler l'univers étendu pour créer un nouvel autre dans le but de créer du suspense pour le scénario de l'épisode 7. Ils développèrent une nouvelle UE.¹⁰⁵

Lucasfilm possède aussi une filiale dédiée aux jeux vidéo pour des « considérations purement économiques »¹⁰⁶ mais George Lucas était aussi fasciné par les jeux vidéo car « C'est une combinaison de toutes les choses aux-quelles » il était intéressé¹⁰⁷. Ainsi dans les années 1980, *Atari* une société de jeu vidéo américain avec Lucasfilm investit pour créer une filiale dédiée aux jeux vidéo. Ils lui donnèrent le nom de Lucasfilm Games, mais en 1990, la filiale se renommèrent LucasArts Entertainment Company. Les débuts de Lucasfilm avaient du succès, ces jeux étaient salués par la critique, mais contrairement à ce que l'on peut penser, les premiers jeux vidéo sous le label de Lucasfilm Games n'étaient pas dédiés à *Star Wars*, c'est *Atari* qui publia les premiers jeux *Star Wars* dans les années 1980. Lucasfilm Games proposaient d'autres jeux comme *Maniac Mansion*, *Ballblazer*, *The Secret of Monkey Island*, *Indiana Jones and the Last Crusade : The Graphic Adventure* etc. En ce qui concerne *Star Wars*, c'est en 1993 que le premier jeu vidéo dédié à la saga sortie sous le label de LucasArts¹⁰⁸. LucasArts créa plus d'une centaine de jeux vidéo sur *Star Wars*. Certains de ces jeux reprennent les mêmes principes que l'univers étendu, ils créent des histoires autour de la guerre des étoiles où reprennent des récits présents dans le film, par exemple la scène dans l'épisode 4 où l'alliance tente d'exploser l'Étoile de la mort à l'aide de leur vaisseau spatial le *X-Wing*. En 2012, *Disney* ferma la filiale LucasArts et donna la licence de *Star Wars* à la société Electronic Arts (EA), actuellement, ils ont créé deux jeux vidéo (*Battlefront* et *Battlefront II*) mais le deuxième créa une polémique¹⁰⁹. En 2019, une rumeur circula en quoi Disney serait sur le point de rouvrir la filiale LucasArt sous son ancien nom Lucasfilm Games¹¹⁰

¹⁰⁴ BOILLAT Alain, « Introduction : des films, un monde. Lectures de *Star Wars* », *Décadrages*, 8-9 | 2006, 9-41.

¹⁰⁵ A présent, on nomme l'ancien univers étendu, univers étendu légende et la nouvelle, l'univers étendu canon.

¹⁰⁶ ARSENAULT Dominic et PERRON Bernard, « L'empire vidéoludique : comment les jeux vidéo ont conquis l'univers de *Star Wars* », *Décadrages*, 8-9 | 2006, 98-105.

¹⁰⁷ Ibid.

¹⁰⁸ *Star Wars : X-Wing*.

¹⁰⁹ A la sortie du jeu, les joueurs avaient la possibilité d'accélérer leur niveau en achetant des « *Loot box* », coffre à butin en français. Or le prix pour obtenir la totalité de ces coffres valait plus de 2000€. (Source : 20 Minutes)

¹¹⁰ CAGNARD Maximilien, « Lucasfilm Games : pour faire de nouveaux jeux *Star Wars*, Disney rouvre le studio » *Jeuxactu.com*, 2019. <https://www.jeuxactu.com/lucasfilm-games-des-nouveaux-jeux-star-wars-a-venir-par-disney-117644.htm>

Ce en quoi *Star Wars* excelle le plus est la production de jouets, c'est l'un des produits dérivés qui contribua à la fortune de George Lucas (cf. II.a). La fabrication des jouets *Star Wars* sont fait par Hasbro et Kenner. Les jouets sont dédiés aux enfants et aux adultes. La stratégie de vente des jouets et cela vaut avec les autres produits dérivés, se lie à la sortie des films. Cette stratégie fut pratiquée pour la sortie de la prélogie. Et en 2015, Disney développa une nouvelle stratégie marketing le *Triple Force Friday*. Cet événement présente les nouvelles collections de produits dérivés liés au nouveau film sorti quelques mois auparavant¹¹¹. Le prochain *Triple Force Friday* aura lieu le 4 octobre 2019, soit 2 mois avant la sortie de l'épisode 9¹¹². L'intérêt pour les jouets et les figurines de la marque Hasbro est très importante dans la communauté des fans et la marque le constate et n'hésite pas à rester en contact avec les fans de *Star Wars*. Par exemple, en mars 2019, pour la création de la collection Black Serie 6', Hasbro demanda aux fans de choisir un personnage¹¹³.

Star Wars est l'exemple de la convergence culturelle. À l'époque, ce flux médiatique était inédit, et c'est sans doute cela qui a contribué aux succès de cette fiction qui est absolument mentionné comme culte.

Lucasfilm refuse de divulguer, les recettes de la vente des produits dérivés, mais Pablo Hidalgo employé de Lucasfilm ancien chargé de communication, déclara que le merchandising est « une activité importante pour Lucasfilm »¹¹⁴

Depuis la vente de Lucasfilm, les produits se développèrent, nous pouvons voir *Star Wars* sous toutes les formes, un Dark Vador en machine de pain grillé, des tenues de sports à l'image du robot R2D2, des gourdes etc. Mais son succès est notamment dû au public en particulier les fans qui créèrent des activités autour de cet univers. Nous allons explorer les créations et les activités des fans ainsi que la relation avec la maison de production de *Star Wars*, Lucasfilm. Mais avant, voyons comme le film fut accueilli.

¹¹¹ Star Wars Universe <https://www.starwars-universe.com/evenement-374-triple-force-friday.html>

¹¹² Star Wars.com <https://www.starwars.com/news/triple-force-friday>

¹¹³ Planète Star Wars <https://www.planete-starwars.com/actualites/magasin-luke-skywalker-dagobah-plebiscite-par-les-fans-de-black-series--n19925.html>

¹¹⁴ MARENTI Boris, « "Star Wars" : comment LucasFilm mise sur ses fans », *L'Obs*, 2013. <https://o.nouvelobs.com/pop-life/20130728.OBS1270/star-wars-comment-lucasfilm-mise-sur-ses-fans.html>

III. Les fans et Star Wars

Pour terminer cette première partie, nous allons nous concentrer sur les fans de *Star Wars* qui partagent leur passion à travers la création, à travers d'événements notamment pour qu'ils puissent se retrouver. Les fans sont des atouts pour les industries culturelles qui n'hésitent pas à rester en contact avec eux afin d'obtenir des retours d'eux. Lucasfilm en profita, et nous verrons leur démarche à la fin de cette partie. Tout d'abord, voyons comment *Star Wars* fut reçu par le grand public.

a) Réception d'un film

Rappelez-vous, lorsque George Lucas alla dans le bureau des productions de la 20th Century Fox, il eut du mal à vendre son scénario. Pourtant la Fox lui accorda de l'argent pour réaliser son film mais elle n'avait pas d'espoir pour le projet de Lucas. Imaginez la surprise de la Fox lorsqu'il fit les recettes de l'épisode 4. Mais quelles sont les raisons du succès du premier *Star Wars* ?

Laurent Jullier dans son ouvrage, *Star Wars, Anatomie d'une saga*¹¹⁵, explique les raisons de ce succès en cinq points : la cause urbanistique, la raison psychologique, l'explication historico-esthétique, la raison idéologique et la lecture économique.

La première raison serait selon Laurent Jullier, la cause urbanistique. Dans les années 1970, les États-Unis connaissaient un changement social, les classes moyennes s'installaient petit à petit dans les centres-villes, ce qui leurs permettait d'avoir un facile accès à la vie culturelle. Les familles se rendaient de plus en plus au cinéma et la sortie de *Star Wars* coïncide à ce fort changement social. De plus, *Star Wars* est un film tout public et c'est d'ailleurs aussi pour cette deuxième raison (la raison psychologique) que *Star Wars* rencontra un si grand succès. Le film est adapté à tout le monde, bien que George Lucas pensait avant tout à créer un film pour les enfants¹¹⁶, il permit au public de pouvoir regarder ce film en famille (L'épisode 4 est sorti pendant le *Memorial Day*, jour férié aux USA)

¹¹⁵ JULLIER Laurent, *Star Wars, anatomie d'une saga*, Armand Colin, 2006, nouvelle édition 2014.

¹¹⁶ George Lucas, une saga de 40 ans, <https://www.youtube.com/watch?v=rtLML6J5Dxw>.

La troisième raison est une explication historico-esthétique. Le grand public était fatigué d'un récit répétitif aux cinémas, le public voulait quelques choses de nouveaux, *Star Wars* répondait à ces critères et cela nous amène à la quatrième raison.

La raison idéologique est le quatrième point car selon Laurent Jullier, *Star Wars* est un genre de film auquel le public ne s'attendait pas. Le film était inédit à cette époque grâce à ces éléments visuels exceptionnels.

Enfin, la dernière raison est la lecture économique, soit la stratégie de communication de Lucasfilm pour promouvoir leurs films. Après le succès de l'épisode 4, Lucasfilm prêtaient attention au fait que ses films proposent des éléments inédits pour impressionner le public en matière d'effets visuels et spéciaux mais pas seulement. En proposant un scénario rempli de *cliffhanger*. Par exemple, la scène dans l'épisode 5 où l'antagoniste, Dark Vador annonce au protagoniste, Luke Skywalker, qu'il est son père. A noter que ce *cliffhanger* fut culte qu'aujourd'hui encore on s'y réfère.

Depuis la sortie de l'épisode 4 en mai 1977, *Star Wars* a généré au total plus de 33 milliards de dollars¹¹⁷. La majorité des bénéfices vient de la vente des jouets qui est environ 15 milliards de dollars, alors que celles les films sont de 4.7 milliards de dollars¹¹⁸. Ce succès, George Lucas le doit à la communauté de fans qui partage leur passion à travers différentes activités.

b) Les fans de Star Wars

A travers les entretiens que j'ai réalisés, la passion de *Star Wars* semble naître dès l'enfance pour certains. Comme Sebastien, l'une des personnes que j'ai interrogé dont son père lui fit découvrir le *space opera* à l'âge de 4 ans à travers l'épisode 6. En grandissant les fans pratiquent des activités autour de leur passion, j'ai retenu sept activités pratiquées par les fans.

La première activité la plus populaire dans la communauté est l'écriture de fan fiction. Des fictions créent par des fans qui s'approprient leurs œuvres favorites, en imaginant des récits alternatifs et des histoires d'amour entre fan et personnages préférés.¹¹⁹ Mais dans la *fandom*

¹¹⁷ CROISSET Laure, « *Star Wars*: un démarrage record pour "Les Derniers Jedi" », *Challenges*, 2017. https://www.challenges.fr/cinema/les-chiffres-fous-de-la-saga-star-wars_520092

¹¹⁸ Ibid.

¹¹⁹ FRANCOIS Sébastien, « Les fanfictions, nouveau lieu d'expression de soi pour la jeunesse ? », *Agora débats/jeunesses* N° 46(4), p.58–68, 2007.

de *Star Wars*, le film fan est plus apprécié que la fanfiction car si les fans films ont la même visée que les fan fictions ils diffèrent en ce qu'il s'agit de vidéo. Les fans films de *Star Wars* devinrent populaires dans les années 1990 quand George Lucas sortit du *Special Edition* et la prélogie. La sortie de ces films rendit amers les fans qui ne les appréciaient pas, car cela n'était pas en accord avec l'interprétation qu'ils s'étaient fait du film. La création de fan film leur permettait de donner vie à une vision propre du film, au point qu'ils se positionnent à l'encontre des modifications apportées par le réalisateur.¹²⁰ De plus, avec l'apparition du web 2.0, les fans apprentis réalisateurs ont plus de facilité à partager leurs productions qui sont par ailleurs très appréciées dans la communauté. Cependant, cela crée des tensions entre les fans et Lucasfilm, notamment sur les droits d'auteurs. Comme en 2018, le youtubeur Star Wars Theories qui publia son fan film en décembre 2018, *Vader 1 : Shards of the past*¹²¹, le film est apprécié par les fans et engendre plus de 7 millions de vues. Mais Lucasfilm stoppa la diffusion du film au motif qu'il y avait violation des droits de propriétés artistiques de Lucasfilm alors que le Youtubeur les avait bien respecté. Toutefois, face à la colère des fans, Lucasfilm fit marche arrière.¹²²

La deuxième activité est le cosplay, qui consiste à se déguiser en un personnage d'un univers fictif et de l'interpréter. Cette activité est très populaire dans la communauté des fans de *Star Wars*, il existe des fans-clubs dédiés aux cosplays, la plus connue est le 501st Legion¹²³. Créé en 1997 par Albin Johnson et Tom Crews, la Legion est un fan-club international qui permet à des fans de fabriquer des costumes issus de l'univers de *Star Wars*, du fait de leur popularité, ce groupe participe à des conventions dédiées à la culture geek et science-fiction. Si vous avez mis les pieds à la *Japan Expo* ou au *Comic Con de Paris*, vous avez sans doute vu leur stand. Durant ces conventions, ce fan-club partage leur création, recrute des fans, donne des conseils à des cosplayers amateurs. Et aussi, ils participent à des œuvres de charités, en allant dans des hôpitaux pour rencontrer des enfants malades en costume, car *Star Wars* est très populaire chez les enfants.¹²⁴ Face à cet impact, d'autres fan-club autour du cosplay naquit comme Rebel

¹²⁰ PHILIPPE, Alexandre O., dir, *The People vs. George Lucas*, BAC Films, 2010

¹²¹ RAMIREZ Danny, *VADER EPISODE 1: SHARDS OF THE PAST - A STAR WARS THEORY FAN-FILM*, 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=Ey68aMOV9gc>

¹²² BURWICK Kevin, « Lucasfilm Saves Darth Vader Fan Film from Disney Copyright Claim », *Movie Web*, 2019

<https://movieweb.com/star-wars-boycott-lucasfilm-returns-darth-vader-fan-film/>

¹²³ 501st Legion <http://www.501st.com/origin.php>

¹²⁴ 501st Legion <http://www.501st.com/mission.php>

Legion¹²⁵. En plus de la création de costume, des groupes dédiés à la création de droïde (robot dans *Star Wars*) existent et restent très populaires¹²⁶.

Ensuite, nous avons les collectionneurs qui restent populaires chez les fans de *Star Wars*. La production de produits dérivés contribue à l'émergence des collectionneurs. En effet, ils récupèrent des objets issus de l'univers de *Star Wars*, les figurines, les posters originaux, les costumes originaux ... Les objets autour de *Star Wars* sont des véritables trésors, non seulement aux enchères, ils se vendent à des millions de dollars. En 2018, le pistolet-laser de Han Solo s'est vendu à 550 000 millions de dollars¹²⁷. De ce fait, les collectionneurs sont des explorateurs à la recherche de la perle rare qu'ils peuvent dénicher dans les vides greniers comme des jouets datant de 1970. L'acquisition de ces objets attirera la curiosité d'autres fans. Les collectionneurs n'hésitent pas à exposer leurs trouvailles. Par exemple à Paris avec l'exposition *Les fans contre-attaquent* qui connaît un succès tel qui fut prolongé jusqu'au 4 mai 2019 (le 4 mai qui est la journée mondiale de *Star Wars*)¹²⁸

Depuis le début de cette partie, j'ai cité deux fois les conventions. Car ces lieux dédiés à la culture geek est un moment de partage et de rencontre pour les fans de *Star Wars*. Les premières conventions naquirent vers les années 1930, des fans des pulps fictions se retrouvèrent dans leur grenier pour partager leurs passions. Et face aux succès de ces rencontres, les conventions commencèrent à se dérouler dans des salles plus grandes. Prenons exemple du Comic Con de San Diego, l'événement le plus populaire dans la culture geek dans lequel les producteurs profitent durant quatre jours de festivité de promouvoir leurs œuvres. Chez les fans de *Star Wars*, en 1999, à l'occasion de la sortie de *Star Wars* épisode 1, les fans organisèrent une convention appelée la *Star Wars Celebration*. Durant cet événement les fans se sont réunis pour partager ensemble leur passion pour la saga, et dans le but également de compléter leur collection. Au fil des années, la *Star Wars Celebration* qui fut un événement fait par les fans pour les fans s'est vu appartenir à Lucasfilm qui en voyant le potentiel de la *Celebration*, en profita pour aller à la rencontre des fans mais aussi pour leur partager des teasers sur les projets autour de *Star Wars*. La *Celebration* prit beaucoup d'importance depuis le rachat de la franchise.

¹²⁵ Rebel Legion : <http://www.rebellegion.com/>

¹²⁶ R2 Builders : <http://www.r2builders.fr/liens/>

¹²⁷ VALAIS Lucie, « "Star Wars" : le pistolet-laser de Han Solo vendu 550.000 dollars aux enchères », *RTL*, 2018. <https://www.rtl.fr/culture/super/star-wars-le-pistolet-laser-de-han-solo-vendu-550-000-euros-aux-encheres-7793863226>

¹²⁸ Site de l'exposition : <https://lesfanscontreattaquent.com/>

Cette année, l'édition 2019 de la *Celebration* offrit diverses exclusivités aux fans dont le teaser de l'épisode 9 et son titre, *L'ascension de Skywalker*

Fin des années 1990 et début des années 2000, le web est dans son essor, et cela contribua à la naissance du Web 2.0, un Web plus social et plus accessible qui permet à des fans de partager leurs passions communes. Pour les fans de *Star Wars*, le Web 2.0 se résume à des sites web dédiés à la saga et qui délivrent tout sur l'univers porté par les films, par exemple le site HoloNet, dédié à l'actualité de *Star Wars* possède une encyclopédie qui résume les récits existants dans l'univers étendu ainsi que les différents lieux, les personnages comme Mara Jade, qui fut la femme de Luke Skywalker avant le rachat de Disney. On peut également parler de la création de Wiki, un site collaboratif.

Les deux prochaines activités que je vais aborder sont des activités uniques que seuls les fans de *Star Wars* peuvent pratiquer, le premier est un sport, le sabre laser. Oui vous lisez très bien, le sabre laser est désormais un sport de combat. Dans les films, le sabre laser est une épée lumineuse utilisée par les Jedi, des chevaliers qui luttent contre le mal dans toute la galaxie. Un Jedi est reconnaissable par sa maîtrise de la Force et leur arme, le sabre laser donc. Cet objet est culte et les combats entre les Jedi et les Sith inspirèrent de sorte que les admirateurs puissent faire de l'utilisation du sabre laser un sport. Désormais, il est possible de devenir Jedi ... ou Sith ... ou Jedi gris ... ou chevalier de l'ordre Ren. Bref, tout le monde peut maîtriser la Force et se défendre à l'aide d'une épée laser. Des clubs se développent partout dans le monde, la France ne fait pas exception. Par ailleurs, le 10 février 2019, la Fédération Française d'escrime reconnue le sabre laser comme un sport. En effet, la Fédération fut convaincue par le « côté physique du sport »¹²⁹.

En plus de pratiquer le sabre laser, il est possible de devenir un Jedi en se convertissant au Jediisme¹³⁰. En effet, inspiré du film et des principes des Jedi, des fans transformèrent les idéologies Jedi en une religion. En 2001, 0.7% de la population en Angleterre se reconnaît de

¹²⁹ TROLLION CAPUCINE, « "Star Wars" : le combat au sabre laser devient officiellement un sport en France », *RTL*, 2019. <https://www.rtl.fr/culture/super/star-wars-le-combat-au-sabre-laser-devient-officiellement-un-sport-en-france-7797004107>

¹³⁰ STRICOT Matthieu, « La Voie Jedi, une nouvelle religion ? », *Le Monde des religions*, 2015 http://www.lemondedesreligions.fr/actualite/la-voie-jedi-une-nouvelle-religion-23-02-2015-4577_118.php

cette religion, le Jediisme était alors la quatrième religion de l'Angleterre, et une décennie plus tard, les Jeddistes ont augmenté¹³¹.

Les fans de Star Wars restent très actifs et s'approprient à leur façon la saga, à travers le sport et la religion. Cet investissement est remarqué par les producteurs de la saga, Lucasfilm. Voici les relations des producteurs avec les fans.

c) Fan et producteurs

Les fans ont diverses activités autour de la saga de George Lucas, mais qu'en pensait son créateur, avant que celui-ci vende sa maison de production ? Car vous l'ignorez peut-être mais George Lucas était réputé pour avoir un contrôle maximal de son œuvre, et cela créé des tensions. Comment la relation entre George Lucas et les fans se définissait-elle ? Bien qu'il existe des tensions entre les fans et George Lucas, je ne vais pas en parler ici, ce sujet sera abordé dans la deuxième partie de ce mémoire qui s'approche à grand pas, nous allons toutefois nous concentrer sur les relations entre Lucasfilm et les fans.

Les gérants de Lucasfilm étaient conscients de l'importance des fans pour le succès des films. C'est pour cela que pour la promotion de la nouvelle trilogie de 1999 (la prélogie), Lucasfilm concentra sa promotion autour des fans de Star Wars. Par exemple, suite au constat du succès de la convention de *Star Wars Celebration*, créée par des fans à l'occasion de la sortie de l'épisode 1, Lucasfilm s'appropriera l'événement afin de rester en contact avec les fans. La *Celebration* prit de l'importance lors de la vente de Lucasfilm. Pour de nombreuses raisons tels que premièrement la direction avait changé, Kathleen Kennedy reprit le poste de George Lucas, et qu'elle devait préparer la sortie de la nouvelle trilogie afin d'éviter de répéter la même histoire avec la sortie de la prélogie dont l'accueil fut mitigé. Et en outre, l'émergence du web donnant ainsi plus de paroles aux fans justifiait également ce choix marketing. De ce fait, cette partie sera divisée en deux, d'un côté, nous nous intéresserons aux relations entre Lucasfilm et les

¹³¹ FAUVEAU Valentin, « Le recours au Jedi », *Le Monde des religions*, 2018.
http://www.lemondedesreligions.fr/une/le-recours-au-jedi-14-11-2018-7657_115.php

fans avant 2012 soit avant la vente de Lucasfilm et quand George Lucas était toujours le PDG. Puis après 2012, sous la direction de Kathleen Kennedy.

L'histoire avec les fans débute à la sortie de l'épisode 4, Lucasfilm prit de l'intérêt pour les créations de fans, c'est ainsi qu'à la fin des années 1970, Lucasfilm ouvrit un bureau qui recensait les oeuvres non officielles. Ce bureau « passait en revue les contenus »¹³². Ce bureau ferma très rapidement, sur l'ordre de George Lucas qui était surpris par certains contenus¹³³. Face à cette mésaventure, Lucasfilm voulut tout de même garder une bonne relation avec les fans (surtout qu'ils produisent la majorité de leur bénéfice), mais les tensions étaient toujours présentes, notamment avec la sortie de la trilogie originale rééditée qui ajoutait de nouveaux effets spéciaux, et de nouvelles scènes dont la réécriture d'une scène en particuliers (*Han Shot first* qui sera abordé dans la partie suivante). Alors, en réponse à ces changements, les fan films et les fans fictions prirent de l'importance dans la *fandom*. D'autant plus que dans les années 1990, le web commençait à prendre de l'importance ce qui permit aux fans de pouvoir échanger leurs créations car ils partagent le « *même intérêt pour l'univers de Star Wars* »¹³⁴. Face à cet engouement, Lucas n'a pas eu le choix d'accepter ces œuvres, de reconnaître leur existence, mais il resta très attentif sur l'usage de son œuvre car Lucas souhaitait que les fans ne « "célèbrent" pas qu'ils se l'approprient. »¹³⁵ Pour éviter une appropriation de *Star Wars*, Lucas signa un contrat avec Atom Film pour prendre en charge des fan films. Atom film, donna accès à un répertoire d'effets sonores et spéciaux afin d'aider les fans à réaliser leur projet. Atom Film proposait des concours¹³⁶ et en 2000 Lucasfilm, avait dans leur site officiel, une rubrique où les fans pouvaient publier leur fan film. Bien que cette méthode fut mitigée car des fans dénoncèrent le contrôle de George Lucas, ces créations ont permis à des fans d'être recrutés par Lucasfilm, Kevin Rubio par exemple réalisateur du fan film parodique *Troop*, était chargé d'écrire une bande dessinée de *Star Wars*. George Lucas a apprécié le film alors il lui donna cette opportunité.

Des fans ont pu faire carrière dans l'univers de *Star Wars*, Paulo Hidalgo, qui fut chargé de la réalisation du site web *Starwars.com* qui existe toujours, permet aux fans de rentrer en contact avec les producteurs et la communauté de fans. Lucasfilm a pu vivre dans l'air du temps en

¹³² JENKINS Henry, *La Culture de La Convergence Des Médias Au Transmédia*. A. Colin, 2006.

¹³³ On raconte que ces créations étaient des parodies pornographiques.

¹³⁴ JENKINS Henry, *La Culture de La Convergence Des Médias Au Transmédia*. A. Colin, 2006.

¹³⁵ Ibid.

¹³⁶ The Official *Star Wars* Fan Film Awards

gardant contact avec les fans. De plus avec l'ère des réseaux sociaux, Lucasfilm continua à garder contact avec eux et l'avènement des réseaux sociaux coïncida avec la vente de Lucasfilm.

L'achat de Lucasfilm arriva à une époque où la nouvelle technologie prit de l'ampleur. Bien qu'elle fut présente sous George Lucas, ce fut sous Kathleen Kennedy que les nouvelles technologies prirent de l'importance dans le rapport entre les fans et Lucasfilm car internet qui fit partir de cette nouvelle technologie, donne plus d'accès et de parole aux fans. Et face à cette nouvelle façon de partager, les producteurs utilisèrent les réseaux sociaux comme nouvelle stratégie de communication entre eux et les fans, mais aussi un nouveau moyen de marketing. Cet outil fut important pour la sortie de la nouvelle trilogie qui était très attendu par les fans. L'utilisation de cette nouvelle technologie est primordiale pour les producteurs, car les fans font de la résistance face à l'industrie culturelle qu'est *Star Wars*. Prenons exemple de la série d'animation *Star Wars : The Clone Wars*¹³⁷. Sortie en 2008, la série connut un succès et fut très appréciée par les fans. Mais après l'achat, la nouvelle direction de Lucasfilm annula la série qui pourtant était en train de préparer sa sixième saison¹³⁸. Les fans ne furent pas satisfaits, et exprimèrent leurs colères en créant le Hashtag « #SaveTheCloneWars »¹³⁹ sur Twitter. Alors en juillet 2018, à l'occasion de la Comic Con San Diego, Lucasfilm annonça le retour de la série en diffusant une bande annonce remplie de messages destinés aux fans, dont le premier : « *A war left unfinished... until now.* »¹⁴⁰ qui fait référence à l'arrêt prématuré de la série et à son retour « *until now* ». La bande annonce se termina par ce hashtag « #CloneWarsSaved » un hashtag en réponse à celui des contestataires « *SaveCloneWars* ». « #CloneWarsSaved » est réutilisé dans l'affiche officielle de *Star Wars : The Clone Wars*. (Voir figure 1 dans l'annexe),

Lucasfilm continue d'essayer de maintenir de bon rapport dans le site officiel de *Star Wars*, en mettant en avant la communauté et les fan-clubs que j'ai cités tantôt. Les fan-clubs sont cités dans le site, cela leur permet de gagner en visibilité, mais c'est aussi une reconnaissance de la part de Lucasfilm. D'ailleurs la présence de la direction de Lucasfilm dans le *Star Wars Celebration* via le pannel pour discuter et répondre aux fans à propos de leurs dernières productions ou encore pour partager en exclusivité des bandes-annonces, des comics, romans ou jeux vidéo. De plus, Lucasfilm reste actif dans les réseaux sociaux, leurs canaux de communications pour promouvoir leurs films. Par exemple, sur Youtube, ils ont créé l'émission

¹³⁷ Les événements de cette série se déroulent entre l'épisode 2 et l'épisode 3, elle suit les péripéties de la guerre des clones démarrés dans le deuxième film de la trilogie.

¹³⁸ Une sixième saison initiale fut retravaillée afin de conclure la série.

¹³⁹ Star Wars.com <https://www.starwars.com/news/sdcc-2018-the-clone-wars-to-return>

¹⁴⁰ « Une guerre inachevée... jusqu'à présent. »

The Star Wars Show, qui présente les dernières actualités officielles de Star Wars, des interviews avec des auteurs, producteurs de l'univers et ainsi qu'une rubrique dédiée aux fans, à leur création et aux messages qu'ils postent dans les réseaux sociaux et des témoignages de leur expérience de Star Wars. Cette année, c'est le vingtième anniversaire de la sortie de l'épisode 1, et les animateurs de l'émission invitent les fans à raconter leur souvenir autour de *La Menace Fantôme*. Néanmoins garder ce contact est une méthode pour apaiser les tensions présentes entre les fans et les producteurs, mais aussi entre les fans eux-mêmes.

Cher lecteur, il tente de parler de cette controverse existante depuis 2012, année à laquelle George Lucas vendit Lucasfilm à The Walt Disney Studio.

DEUXIÈME PARTIE – UNE *FANDOM* EN CONFLIT

En octobre 2012, une nouvelle fit le tour du monde : la vente de Lucasfilm. Il s'agit de la maison de production qui a produit *Indiana Jones* entre autres, mais avant tout, *Star Wars*, le plus connu, le plus populaire et surtout le plus rentable univers cinématographique au monde (souvenez-vous de la recette des différents films). Cette vente, bien qu'elle commence à dater fut le début d'un conflit entre les fans de la franchise. Dans cette partie, nous allons apprendre à connaître ces fans, pour cela, je vais utiliser les commentaires que j'ai récoltés sur Facebook mais aussi des entretiens de Marion, Martine, Sebastian, Maxime et Thomas qui m'ont racontée à leur façon ce conflit. Mais d'abord, retraçons l'histoire de cette vente.

I. La vente de Lucasfilm

Avant de s'intéresser aux acteurs de ce conflit, c'est-à-dire les fans Anti-Disney et les fans Pro-Disney, nous allons contextualiser la vente. Puis, nous allons procéder à une analyse des réactions des fans, et enfin dresser un récapitulatif d'études sociologiques traitant de la controverse. Ces constats nous seront utiles pour la compréhension de ce conflit.

a) Comment George Lucas a vendu Lucasfilm

À la surprise générale, en 2012, George Lucas mit en vente Lucasfilm. Et son acheteur fut The Walt Disney Studio, que nous allons seulement appeler ici Disney.

Cette vente fit le tour du monde. Elle était un événement mondial, car comme je l'ai expliqué dans la première partie, *Star Wars* est un phénomène culturel, social et économique. Laurent Jullier, dans son ouvrage¹⁴¹, parle ainsi de *Star Wars* comme un *triple spectacle*¹⁴², ce qui rend compréhensible le fait que cette actualité fit le tour du monde. *Star Wars* est un patrimoine

¹⁴¹ JULLIER Laurent, *Star Wars, anatomie d'une saga*, Armand Colin, 2006, nouvelle édition 2014.

¹⁴² Un spectacle cinématographique, économique et sociétal. (JULLIER – Avant-Propos)

culturel de l'humanité comme le dit Phalène de la Valette dans le magazine, *Le Point*¹⁴³. De plus, le prix de la vente marqua énormément les médias et le monde entier. En effet, George Lucas céda les droits à The Walt Disney pour 4 milliards de dollars. Mais le montant n'était pas le seul fait surprenant, deux annonces marquèrent également. La première est que George Lucas décida de se retirer de la direction de Lucasfilm pour ainsi laisser place à une nouvelle génération. Et la seconde nouvelle est la mise en place d'une troisième trilogie qui est donc une continuité de la trilogie originale de 1977-1980. Cela ouvre donc la porte au retour des personnages culte tels que Luke Skywalker, Han Solo, Leia Organa et Chewbecca le fidèle compagnon de Han Solo. La nouvelle plut aux fans car elle signalait le retour de la saga, sept ans après la sortie du dernier épisode de la prélogie. Par conséquent, nous allons examiner l'histoire cette vente.

L'histoire de Disney et de Lucasfilm débuta dans les années 1980. Lucasfilm était une jeune maison de production en plein essor. Une quelconque vente n'était donc pas d'actualité. Toutefois, Disney fit appel à la filiale de Lucasfilm, *Industrial Light & Magic*, en 1985, pour la réalisation d'une attraction. Il s'agissait d'un film en 3D qui mettait en vedette Michael Jackson, *Captain EO*¹⁴⁴. George Lucas produisit le film et son ami Francis Ford Coppola était à la réalisation. Après cette collaboration, Disney rappela George Lucas pour créer une attraction liée à l'univers de Star Wars. Ainsi l'attraction *Star Tour* vit le jour, et ce fut la première fois que Disney créa une attraction dont il ne possédait pas la licence¹⁴⁵ (mais ça c'était avant). Dans les années 1990, George Lucas fit connaissance de Robert Iger, le PDG de The Walt Disney Studio qui était à l'époque le président de la chaîne américaine ABC¹⁴⁶. Ensemble ils décidèrent de collaborer pour la production d'une série télévisuelle créée par George Lucas, *Les aventures du jeune Indiana Jones*¹⁴⁷. Depuis, les deux se lièrent d'amitié. En 2005, Robert Iger devient PDG de Disney. Son arrivée fut un tournant pour la compagnie, il adopta une nouvelle stratégie : racheter des licences afin de les exploiter. La première licence qui tomba entre les mains de Disney fut le studio d'animation **Pixel**. En 2009, il acquit le studio Marvel. Et en 2012,

¹⁴³(DE LA) VALETTE Phalène, « Star Wars, patrimoine mondial de l'humanité », *Le Point.fr*, 2015.
https://www.lepoint.fr/pop-culture/cinema/star-wars-patrimoine-mondial-de-l-humanite-06-11-2015-1979605_2923.php

¹⁴⁴ RENAULT Jean-Maxime, « "Captain EO" quitte Disneyland Paris : l'histoire méconnue de l'attraction culte avec Michael Jackson », *Allocine.fr*, 2015.
http://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_carticle=18640932.html

¹⁴⁵ IMBERT Thomas, « Star Tours : on a testé la nouvelle attraction de Disneyland Paris », *Allocine.fr*, 2015.
<http://www.allocine.fr/diaporamas/cinema/diaporama-18661624/>

¹⁴⁶ *American Broadcasting Company* est une chaîne américaine qui appartient à Disney depuis 1996.

¹⁴⁷ Cette série diffusée de 1992 à 1994, met en scène l'enfance de l'aventurier Indiana Jones.

ce fut le tour de *Star Wars*. Par la suite, en décembre 2017, ils rachetèrent le studio 20th Century Fox pour la somme de ... préparez-vous 71 milliards de dollars !¹⁴⁸

Concernant la vente de Lucasfilm, le site *Bloomberg* publia un article pour raconter les péripéties de la vente¹⁴⁹. Ce serait en mai 2011, soit un an avant la vente que George Lucas et Robert Iger, le PDG de The Walt Disney Studio, aborda le sujet pour la première fois. Au début, George Lucas était réticent, il n'était pas prêt à passer le relais. En effet, George Lucas était en train d'écrire la troisième trilogie de la saga. Cependant, George Lucas comme il l'expliqua dans une interview avec Charlie Rose¹⁵⁰, aime prendre son temps pour écrire un scénario. Il l'avait fait pour la prélogie et selon lui, il allait mettre donc dix ans à écrire la suivante. Or, George Lucas se faisait vieux, il venait de fêter ses 70 ans. Il n'était pas sûr de pouvoir poursuivre l'écriture du scénario. Ainsi, il décida d'accepter l'offre de Robert Iger à condition que Disney exploite ses idées pour la troisième trilogie. C'est ainsi que le 30 octobre 2012, George Lucas vendit sa maison de production, et donc *Star Wars*, pour la somme de 4 milliards de dollars. De plus, il laissa sa place de PDG à une amie Kathleen Kennedy qui était, avant la vente, productrice chez Lucasfilm. Quoi qu'il en soit, George Lucas ne reste pas loin de Lucasfilm. Il est consultant pour la trilogie et les spin-off.¹⁵¹

Après la vente, Disney ne tarda pas à exploiter la licence. Il annonça d'abord la sortie d'une troisième trilogie, dont le premier épisode allait débiter en 2015 (Il s'agissait donc de l'épisode 7, *le réveil de la Force*). Mais avant cette sortie, Disney proclama la réalisation d'une nouvelle série d'animation, *Star Wars : Rebel* ce qui contribua à l'annulation de la série d'animation diffusée à l'époque *Star Wars : The Clone Wars* (nous avons abordé cette histoire dans la partie précédente). De plus, de nouveaux films autour de l'univers *Star Wars* étaient en projet, c'est les fameux spin-off¹⁵². En outre, Disney décida de fermer la filiale de jeu vidéo, *LucasArts*, afin de céder la licence à *Electronic Art* (EA), bien qu'en mars 2019, une rumeur raconte que Disney est sur le point de réouvrir *LucasArts* sous son nom d'origine, *Lucasfilm Game*¹⁵³. Et puis enfin, Disney s'engagea à la réécriture de l'univers étendu afin que le contenu des épisodes à venir soit une réelle surprise.

¹⁴⁸ Disney vient d'acquérir le plateforme streaming Hulu

¹⁴⁹ Je n'ai pas accès à l'intégralité de l'article donc je me suis référée à un résumé dans le site *Star Wars Universe*.

¹⁵⁰ ROSE Charlie, « Interview with George Lucas », 2015. <https://www.youtube.com/watch?v=6jWtbJxzGpQ>

¹⁵¹ Récemment, il rendit visite aux Show-runners de *Game Of Throne* qui vont réaliser la quatrième trilogie.

¹⁵² *Rogue One et Solo : A Star Wars Story*

¹⁵³ CAGNARD Maximilien, « Lucasfilm Games : pour faire de nouveaux jeux *Star Wars*, Disney rouvre le studio » *Jeuxactu.com*, 2019. <https://www.jeuxactu.com/lucasfilm-games-des-nouveaux-jeux-star-wars-a-venir-par-disney-117644.htm>

En bref, la vente de Lucasfilm était un événement culturel, économique et social. Culturel en raison que cela visait un véritable bouleversement de l'œuvre. Économique, car la fabrication des produits dérivés allait doubler. Mais également social car cette nouvelle allait affecter les fans. En effet, la nouvelle fut un choc pour eux et présagea le début du conflit existant.

b) Réaction

Une blague, ou un poisson d'avril ? C'était certainement la question que se sont posés les fans, bien que l'annonce fût en octobre. Le public était sous le choc quand la nouvelle fut dévoilée : *Star Wars* sous la main de Disney. Nous nous y sommes habitués aujourd'hui mais ré-imaginez-vous l'abasourdissement lorsque l'annonce fut tombée en 2012. Les personnes que j'ai interrogées s'en souviennent encore. Thomas me raconta qu'il sut la nouvelle en rentrant d'une journée de cours, il en prit connaissance sur *Jeuvideo.com* et il se mit à rire :

« J'ai rigolé, j'étais pris d'un fou rire, mais un peu un rire jaune. Je ne savais pas trop comment le prendre, je me souviens à quel point ça m'aït paru dingue ! [...] C'est sorti de nulle part. Je ne comprenais pas le pourquoi du comment ! »

La réaction était identique pour Sebastien, il parle même de « *dérision* », il s'amusa de cette nouvelle avec ses amis, il partageait des mèmes dans les réseaux sociaux. Néanmoins, si tous les fans étaient surpris par cette vente, les réactions, elles, étaient totalement différentes.

Par curiosité, j'ai voulu voir dans la page Facebook de « Rejoins le côté obscur, on a des cookies ! », les réactions des fans en 2012, lorsque Disney obtint la licence de *Star Wars*. J'ai trouvé une publication qui datait du 1er novembre 2012, soit le lendemain même de l'annonce. Le modérateur posta une caricature de Duhamel reprenant une scène de l'épisode V, celle dans laquelle Dark Vador confesse à Luke, qu'il est son père. Cependant dans la caricature, Dark Vador prend la place de Luke, et Mickey Mouse, le personnage phare des studios Disney prend celle de Dark Vador. Désormais, Mickey Mouse est le père de Dark Vador.

DISNEY RACHÈTE LUCASFILM.



Capture d'écran de la publication de « Rejoins le côté obscur, on a des cookies » datant du 1er novembre 2012

Ensuite, le modérateur de cette page Facebook invita les fans à partager leurs ressentis. Leurs commentaires ainsi que le documentaire, *Les fans de la Force*¹⁵⁴ les quatre entretiens que j'ai effectués, et enfin l'article de William Proctor dédié à la réaction des fans de *Star Wars* face à la vente¹⁵⁵, m'ont permis de repérer trois types de réactions.

La première réaction est le déni. À savoir, le refus catégorique d'un possible achat qui s'accompagne d'une peur que le studio Disney gâche la franchise. Ce fut le cas pour Maxime, il était déçu de voir ce « monument » se faire acheter par, selon ses termes, une entreprise de jouet. En effet, le déni provient principalement du style du studio Disney. Celui-ci est réputé pour réaliser des films d'animations enfantins, qui ne collent pas avec l'univers de *Star Wars*, qui lui, est considéré comme un film « sérieux » comme le déclara Marion fan de *Star Wars* et admiratrice des films Disney. Elle connaît le style de Disney :

¹⁵⁴ Un documentaire de Sébastien Galano, disponible sur Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=tSKX4tYA9zE&t=4s>

¹⁵⁵ WILLIAM Proctor, « 'Holy crap, more Star Wars! More Star Wars? What if they're crap?': Disney, Lucasfilm and Star Wars online fandom in the 21st Century », *Participations*, Volume 10, Issue 1, 198-224, 2013.

« Ils [Disney] ont cette manière de faire dans leurs films qui est propre à Disney enfin, ils ont un humour poussé à la dérision extrême, toutes les cinq minutes tu as des blagues tu sais c'est assez un peu forcé. Genre tu mets des blagues toutes les 5 minutes, tu rigoles ou pas mais au fond, ils te mettaient des faux rires [...]. Disney, pour moi, c'est très stéréotypé. Je parle des séries Disney, je ne parle pas des dessins animés. C'est très cliché, c'est très stéréotypé. Mais moi j'adore, tu vois. Quand je regarde, je passe du bon temps parce que je veux ça. Et je me suis dit : déjà je me suis dit bon *Star Wars* c'est quelque chose de très sérieux, politique etc. »

Une fan, dans le documentaire de Sébastien Galano¹⁵⁶, partageait la même frustration, elle avait peur que « *l'effet Disney* » touche *Star Wars*. Pour elle, Disney s'est « *tout rose tout beau et mignon* », alors que *Star Wars* c'est le contraire. *Star Wars* est un film qui aborde des sujets sombres, celle de la dictature, de la guerre etc. Dans les réseaux sociaux, les fans aussi ont partagé cette opinion, ils prédirent déjà l'échec de la nouvelle trilogie.

L'autre argument était que Disney avait acheté *Star Wars* uniquement pour se faire du bénéfice. Tantôt, nous avons vu que *Star Wars* valait 30 milliards de dollars et que George Lucas avait créé un empire à lui tout seul. De ce fait, L'unique visée de Disney, selon les fans, était économique c'est-à-dire que le studio s'attarderait à augmenter la production d'objets dérivés et à pousser les fans à consommer davantage tout en négligeant le côté artistique de l'œuvre. C'est exactement ce que l'Ecole de Frankfort dénonça, une manipulation des industries culturelles. Et enfin, le troisième argument est l'absence de George Lucas dans le projet. Bien qu'il fût consultant pour la troisième trilogie, les fans étaient déçus de ne pas revoir le créateur de la saga à la réalisation. Cependant, George Lucas reste un individu très controversé, notamment sur sa capacité à réaliser qui avait divisé les fans après la sortie de la prélogie¹⁵⁷. Mais d'une manière générale, George Lucas reste respecté par les fans. Pour une raison simple c'est le créateur¹⁵⁸. Malgré les désaccords qu'il y a pu avoir entre eux, il reste légitime à leurs yeux. Marion était déçu de l'absence de George Lucas, car sans lui, Disney allait perdre l'essence même de l'univers. Sur Facebook, les fans restent très clairs au sujet de l'implication moindre de George Lucas au projet. En lisant ces commentaires ci-dessous on comprend aisément leur façon de penser.

¹⁵⁶ GALANO Sébastien, *Les fans de la Force*, Youtube.com, 2016.

¹⁵⁷ PHILIPPE, Alexandre O., dir, *The People vs. George Lucas*, BAC Films, 2010

¹⁵⁸ Nous aborderons ce sujet vers la fin de cette partie.



Steven sa craint c'est pas du tout le même état D'esprit , Georges Lucas est unique, on ne peut faire mieux ... c'est lui le créateur Star Wars sa sera plus la même choses, c'est certain avec le coté Disney sa sera surement plus pour les enfants ...

J'aime · Répondre · 6 ans

Capture d'écran d'un commentaire datant de 2012

La deuxième réaction est l'acceptation des fans qui sont contents de revenir au cinéma. Après la déception de la prélogie, les fans avaient hâte de voir une nouvelle version de *Star Wars*. Le modérateur de la page « Star Wars Direct » raconte que cette annonce avait « *réanimer [s]a flamme de fan qui s'était évaporée après la prélogie.* »¹⁵⁹

La nouvelle permit à des fans d'imaginer une suite et de croire qu'il pourrait voir au cinéma des personnages issus de l'univers étendu tels que les enfants de Leia et Han, ou des personnages de l'Ancienne République. De plus, avec l'évolution des effets spéciaux, cela allait être l'occasion de rajeunir *Star Wars*. Et puis surtout, ils avaient conscience que The Walt Disney Studio avait les moyens de faire un film de qualité. Ils avaient pour exemple les films du *Marvel Cinematic Universes* (appelé le MCU). Pour rappel, Disney a acheté en 2009 Marvel et depuis, ils ont réalisé plus d'une vingtaine de films, voire même, un univers et un genre inédit. Ils ont conquis des millions de spectateurs : il suffit de voir les chiffres aux boxes offices. Par ailleurs, les fans pouvaient aussi prendre en exemple la production de Miramax qui appartenait à Disney de 1993 à 2005¹⁶⁰. Sous cette collaboration, des films désormais culte fut révélés, notamment les films de Quentin Tarantino (*Pulp Fiction* et *Kill Bill*). Donc, c'était une raison de plus d'être ravi au sujet de ce rachat. Et cela montre le désaccord parmi les fans qui trouvaient que Disney et *Star Wars* n'étaient pas compatibles ou pointaient du doigt le caractère très enfantin de Disney. Sebastien durant notre entretien, critiqua aussi cet argument :

« *On associe Disney avec Mickey Mouse, tout ce qui est associé aux enfants. Mais tout n'était pas associé. Les gens qui pensaient comme ça, ils étaient biaisés.* »

¹⁵⁹ GALANO Sébastien, *Les fans de la Force*, Youtube.com, 2016.

¹⁶⁰ HOLSON Laura M., « How the Tumultuous Marriage of Miramax and Disney Failed », *The New York Times*, 2005. <https://www.nytimes.com/2005/03/06/movies/how-the-tumultuous-marriage-of-miramax-and-disney-failed.html>

Car pour lui, les productions de Disney n'étaient pas uniquement dédiées aux enfants. Des œuvres du studio étaient un peu plus mature, Sebastian prit l'exemple du *Bossus de Notre-Dame*. Pour lui, le film n'était pas adapté pour les enfants :

« Tu vois Notre-Dame de Paris, je l'ai vu à 9 ans, j'étais abasourdi, ce n'était pas un film pour les enfants. C'était la chose la plus mature. »

Par contre dans les réseaux sociaux, les fans prennent pour exemple d'autres productions, comme *Pirates des Caraïbes*, les films Pixar etc... De manière générale, les fans optimistes invitent les autres fans qui rejettent Disney d'attendre les résultats avant de pointer du doigt le rachat.

La troisième réaction est la neutralité, à savoir, certains fans ont préféré rester dans la réserve et voir des actions concrètes avant de juger. Cette réaction est commune à ceux qui dénie ou qui acceptent le rachat. Qu'ils refusent ou qu'ils acceptent cette nouvelle, les fans en général préfèrent voir les films avant de former une véritable opinion. Maxime, Marion, Martine et Thomas avaient pensé la même chose, malgré le choc face à cet achat, ils allaient quand même voir les résultats, et donc aller au cinéma. Malgré cette neutralité, l'appréhension était présente. Comme l'expliqua Martine :

« Pour moi, c'était deux mondes différents. Mais d'un autre côté, Walt Disney et les studios ils ont franchement les moyens de faire des supers films parce qu'ils ont de l'argent. »

Pour les résultats, il fallut attendre deux ans, avec l'arrivée d'une nouvelle série d'animation qui allait remplacer *Star Wars : The Clone Wars*. Mais ce que les fans attendaient principalement était la sortie de l'épisode 7. Les médias et les fans étaient à l'affût des moindres détails concernant le film comme le choix du réalisateur, J.J Abrams, le choix des acteurs, dont le retour des acteurs originaux, Harrison Ford, Carrie Fisher, Mark Hamill et tant d'autres. Ainsi que des acteurs inconnus du grand public : Daisy Ridley, John Boyega, Oscar Isaac et Adam Driver. Leurs rôles restaient par ailleurs obscurs. Les fans investiguaient comme des détectives alors que Lucasfilm avait décidé d'être le plus discret possible. Leur projet était de surprendre

au maximum. Ce qui avait déjà commencé avec la réécriture de l'univers étendu. Toutefois, les fans partageaient des images fuitées de tournage, des actualités liés au tournage comme le fameux accident de Harrison Ford. Ils se relaient les rumeurs, et débattaient sur toutes sortes de théories. Les fans étaient très attentifs et s'échangeaient sur ce 7ème épisode, et cela se poursuivra pour l'épisode 8 ainsi que pour le neuvième épisode. Ils partageaient leurs savoirs afin de se préparer aux nouveaux films. Dans *La culture de la convergence*, Henry Jenkins nomma cet échange le « *spoiling* ». Le *spoiling* consiste donc à rassembler, analyser et partager des informations concernant une œuvre favorite. Le *spoiling* est une forme d'intelligence collective, car les fans partagent ensemble leurs connaissances et mobilisent leurs investigations¹⁶¹. Ceux qui pratiquent le *spoiling* sont appelés les *spoilers*. Henry Jenkins analysa le *spoiling* à travers les fans de la télé-réalité *Survivor*, le *Koh-Lanta*¹⁶² en version américaine. Les fans de l'émission étaient très actifs sur internet et menaient des enquêtes afin d'obtenir des contenus exclusifs, avant la diffusion de l'émission. Le *spoiling* est une conséquence du décalage horaire américain car en effet, les États-Unis connaissent neuf fuseaux horaires. De cette manière, les émissions n'étaient pas diffusées en simultanément, certains états regardaient l'émission en premier, alors que certains devaient attendre. Avec l'arrivée d'internet, les fans pouvaient désormais partager les nouvelles informations, et c'est ainsi qu'ils *spoilait* le public à travers leur blog ou leur réseaux sociaux. Cependant, le *spoiling* est très peu apprécié par certains fans, notamment chez les fans de *Star Wars* qui veulent garder la surprise, rien qu'à la sortie de l'épisode 7, un fan a créé un logiciel qui permettait de cacher tout potentiel spoiler sur le film¹⁶³. Par ailleurs, Lucasfilm utilisait tous les moyens pour être discret. Il signait des contrats de confidentialité avec le personnel et les journalistes¹⁶⁴. La tâche était difficile, avec d'une part les fans qui étaient constamment derrière leur dos et d'autre part les réseaux sociaux qui faisaient facilement circuler la moindre information.

Les fans restaient très attentifs au *spoiling*. Mais les tensions apparurent lors de la sortie du teaser de l'épisode 7 annonçant le titre de l'épisode et un peu plus d'informations.

Effectivement, le conflit commença à la sortie du film quand les fans qui ne voulaient pas partager leur avis, commençaient à choisir leur camp. Dans les réseaux sociaux, les débats étaient virulents. Les fans défendaient leur avis en se servant d'arguments basés sur leurs

¹⁶¹ JENKINS Henry, *La Culture de La Convergence Des Médias Au Transmédia*, A. Colin. 2013

¹⁶² Une émission où des candidats doivent survivre dans une île déserte.

¹⁶³ « Une extension Chrome évite les spoilers Star Wars », *MacGeneration*, 2015.

<https://www.macg.co/logiciels/2015/11/une-extension-chrome-evite-les-spoilers-star-wars-91961>

¹⁶⁴

connaissances de l'univers pour pouvoir critiquer le film. En revanche, le conflit arriva à un niveau bien plus important lors de la sortie de l'épisode 8. Ce conflit était sans pareil.

Mais ces points nous les développerons plus tard. Nous allons, avant de vous présenter les différents conflits, faire état de l'analyse des controverses.

c) Qu'est-ce qu'une controverse ?

Avant de nous concentrer sur les disputes entre les fans de *Star Wars*, faisons une lecture sur la sociologie des controverses afin de mieux appréhender et comprendre les enjeux de ce conflit. Pour cela nous allons reprendre les travaux de Dominique Pestre¹⁶⁵, Michel Callon¹⁶⁶ et de Cyril Lemieux¹⁶⁷ qui nous propose une définition et une méthode d'analyse sur les controverses.

Une controverse est un conflit entre deux groupes experts sur un sujet défini, qui ne partagent pas les mêmes avis et qui est mis en scène devant un public qui n'est pas lui composé d'expert¹⁶⁸. Pour les fans de *Star Wars*, le conflit sur le rachat de Lucasfilm par Disney divise deux groupes de fan. D'un côté, ceux qui sont contre cet achat que je nomme les Anti-Disney et de l'autre ceux qui sont pour, que j'appelle les Pro-Disney. Le fan est considéré comme un expert, nous l'avons vu avec les travaux de Henry Jenkins. Les fans possèdent un énorme savoir au sujet de leur œuvre favorite¹⁶⁹. Et ce conflit est très présent dans les réseaux sociaux, lieux publics auxquels tout individu a accès pour partager ou lire des messages. En rendant ce conflit public, cela permet aux deux groupes qui se confrontent de montrer leur force, grâce à leur connaissance sur les trilogies, leur façon d'écrire etc... Conscient de leur visibilité, les fans de *Star Wars* tentent de gagner des « like » à travers les connaissances qu'ils ont accumulées sur la franchise, mais aussi par rapport à leur façon d'écrire et d'utiliser l'humour. Mais nous verrons ces éléments plus tard.

¹⁶⁵ PESTRE Dominique, « L'analyse de controverses dans l'étude des sciences depuis trente ans. Entreoutil méthodologique, garantie de neutralité axiologique et politique », *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle* 2007/1 (n° 25), p. 29-43.

¹⁶⁶ CALLON Michel, « Pour une sociologie des controverses scientifiques », in Akrich, M., Callon, M. et Latour, B., *Sociologie de la traduction, textes fondateurs*, Paris, Presses des Mines de Paris, 2006, p 135-157

¹⁶⁷ LEMIEUX Cyril, « À quoi sert l'analyse des controverses ? », *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, vol. 25, no. 1, 2007, pp. 191-212.

¹⁶⁸ CALLON Michel, « Pour une sociologie des controverses scientifiques », in Akrich, M., Callon, M. et Latour, B., *Sociologie de la traduction, textes fondateurs*, Paris, Presses des Mines de Paris, 2006, p 135-157

¹⁶⁹ JENKINS Henry, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Routledge, 1992.

L'analyse des controverses apparaît dans les années 1980, grâce à la discipline de l'histoire des sciences qui développa une méthode d'approche afin de mieux comprendre comment les sciences « s'imposent au plus près des négociations et des enjeux au sein de la communauté savante. »¹⁷⁰

La sociologie des controverses permet aux chercheurs de comprendre les processus de disputes et des actions collectives, qui mènent à une transformation du monde social. En effet, les individus impliqués dans des controverses, remettent en cause certaines idées, mais c'est surtout le rapport de force qui est plus précisément observé. Car comme le montre l'article de Cyril Lemieux¹⁷¹, les acteurs qui participent à un conflit use de leur force afin de s'imposer dans le débat. Nous retrouvons ce rapport de force au sein de la *fandom* de *Star Wars* ou encore au sein du débat contre Emile Durkheim et Andrew Lang¹⁷². Dans cette controverse, les deux chercheurs se confrontaient à travers leurs ouvrages. En se citant tour à tour, les chercheurs montrent leur rapport de force. Ils se provoquent, ils se remettent en cause, notamment leur statut de chercheur. Pour Emile Durkheim, la controverse est un moyen de mettre au défi un spécialiste. Pour les fans de *Star Wars*, provoquer un fan revient à défier un spécialiste de *Star Wars* c'est-à-dire une personne qui connaît toutes les anecdotes, les actualités autour des films et sans oublier l'UE. Cette provocation peut être nommée polémique, en effet les débats peuvent être très violents : remettre en question le statut de fan s'accompagne d'insultes, de rabaissements. Nous verrons prochainement comment les deux clans se confrontent et s'attaquent. Cette provocation est aussi un moyen de se mettre en avant, de montrer son savoir, sa capacité à bien se défendre, son aisance rédactionnelle dont sa capacité à éviter de faire la moindre faute d'orthographe, qui est donc l'erreur ultime. Et en plus de ces capacités-là, il faut savoir manier l'humour, être capable d'autodérision, d'utiliser d'images fixes, animés et mêmes, ou être familier avec les concepts d'ironie et de seconds degrés.

La place du public est importante, il est un spectateur, pourtant, le public est aussi un participant du conflit puisqu'il lit, il réagit (l'usage des « like » ...) et il laisse des commentaires. De plus, les acteurs du conflit, invitent le public, donc le lecteur à observer et lire les commentaires. L'acteur se met en scène utilisant un langage commun et compréhensible tout en faisant preuve d'humour et de provocation. Nous aborderons ces éléments dans la troisième partie où nous

¹⁷⁰ LILTI Antoine, « Querelles et controverses. Les formes du désaccord intellectuel à l'époque moderne », *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, vol. 25, no. 1, 2007, pp. 13-28.

¹⁷¹ LEMIEUX Cyril, « À quoi sert l'analyse des controverses ? », *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, vol. 25, no. 1, 2007, pp. 191-212.

¹⁷² BERA Matthieu, « Durkheim versus Lang. La controverse scientifique comme démonstration de force », *Raisons politiques* 2012/3 (n° 47), p. 83-113.

verrons comment les fans de *Star Wars* utilisent le réseau social Facebook pour se mettre en scène.

Une controverse est vue comme un échec, car les acteurs du conflit n'ont pas réussi à trouver un compromis.

En lisant les travaux sur la controverse, et en comparant avec les travaux de mon enquête-terrain, je constatai une frontière entre le conflit et la querelle. Je vais vous proposer une définition de la querelle en reprenant les articles dédiés aux querelles littéraires.

Qu'est-ce qu'une querelle littéraire ? Une querelle littéraire désigne « à la fois des affrontements ponctuels, fortement polémiques et rivés à des conflits personnels, et de grands désaccords censés structurer le champ intellectuel. »¹⁷³

Et les principales raisons de cette querelle entre les auteurs sont leur rapport avec le temps, nous avons deux camps, les auteurs nommés « ancien » car ils refusent l'évolution de leur discipline. Ils sont attachés à leur tradition alors que les auteurs dits « moderne » aspirent au changement. Cela fait écho avec les fans de *Star Wars*. Le mot querelle malgré sa ressemblance, reste différente de la notion de controverse, car une controverse est un conflit entre deux camps qui se diffèrent mais qui proposent des arguments pour défendre leurs idées. Alors qu'une querelle selon Alain Viala¹⁷⁴, les querelles, c'est plus personnel et plus violent. Lors de mes recherches, j'ai constaté ces deux cas de figure. Ils s'attaquent personnellement mais n'hésitent pas à établir une réelle défense réfléchie.

Le conflit entre les fans de *Star Wars* est entre la frontière du controverse et de la querelle. En effet, les fans savent argumenter mais leur dispute admet une certaine violence. Nous verrons ce point dans la partie suivante.

Il existe une riche littérature sur la sociologie des conflits, qui nous permet de mieux comprendre et d'analyser les controverses chez les fans. À présent, concentrons-nous sur les débats et les arguments de ce conflit.

¹⁷³ LILTI Antoine, « Querelles et controverses. Les formes du désaccord intellectuel à l'époque moderne », *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, vol. 25, no. 1, 2007, pp. 13-28.

¹⁷⁴ VIALA Alain, « Un temps de querelles », *Littératures classiques*, vol. 81, no. 2, 2013, pp. 5-22.

II. Au cœur du conflit

Nous avons contextualisé la vente, désormais, concentrons-nous sur le conflit en lui-même. Dans un premier temps, nous allons aborder la position des différents acteurs de ce conflit, c'est à dire les fans pro-Disney et les fans anti-Disney. Puis nous allons voir comment les deux camps se confrontent. Mais tout d'abord, concentrons-nous sur les fans Anti-Disney.

a) Les fans Anti-Disney

La première question que l'on pourrait se poser est : Les Anti-Disney, qui sont-ils ? Il s'agit de fans de Star Wars qui s'opposent à l'achat réalisé par Disney. En effet, ils nient l'existence des projets depuis que les studios Disney possèdent la franchise. Plus particulièrement depuis la troisième trilogie, qu'ils ont très mal accueillie et qu'ils n'hésitent pas à critiquer. Au cours de mes entretiens, sur cinq personnes interrogées, j'en ai rencontré deux qui se considèrent comme des anti-Disney. Ces personnes sont Marion et Maxime.

Pour Marion, qui se considère comme « *fan des premiers [Star Wars]¹⁷⁵, pas de ceux de Disney* », c'est en regardant l'épisode 7, *Le Réveil de la Force*¹⁷⁶, qu'elle comprit qu'elle n'aimerait pas la version de Disney. Au cours de notre entretien, elle m'expliqua les raisons, elle me confia qu'elle trouvait que le film reprenait la marque de fabrique de Disney. En effet, pour rappel, Marion est aussi fan de l'univers de Disney, et elle connaît bien le style de leurs studios. Elle regarde très souvent la chaîne Disney Channel qui diffuse leurs séries télévisées, leurs téléfilms et leurs films. Regarder fréquemment leurs œuvres lui permit de déterminer ce qui les définit. C'est ce que l'on retrouve dans leur série télévisuelle¹⁷⁷ : c'est à dire ce qu'elle considère comme « *un humour poussé à la dérision extrême* » présent « *toutes les cinq minutes* ». Elle ressentit cet humour à travers les nouveaux personnages de la troisième trilogie, notamment avec Finn¹⁷⁸. Pour elle, Finn est « *la pièce rapportée de Disney* » car « *toutes les cinq secondes il fait une blague.* » Elle ressentit l'effet Mickey Mouse dans certaines scènes du

¹⁷⁵ A savoir de la trilogie originale et de la prélogie.

¹⁷⁶ Marion et Martine n'ont pas vu l'épisode et les spin-offs suite du film.

¹⁷⁷ *Hannah Montana, Shake It Up, Liv & Maddie etc.*

¹⁷⁸ Finn est un Stormtrooper du Premier Ordre qui décide de désertir pour rejoindre la Résistance

film. Il s'agit de scènes humoristiques presque burlesques, des scènes que Marion décrit comme étant très Disney :

« Là, ce n'est pas Star Wars, après tu as tout le monde qui rigolait dans le cinéma.

Je me suis dit : 'Mais ça c'est du Disney', [...] tu[ne] t'attends pas à façonner du Star Wars en Disney »

En plus de l'humour, Marion constate que les œuvres de Disney jouent beaucoup sur les stéréotypes, sur les traits de caractères des personnages, afin de pouvoir différencier les gentils des méchants :

« Ce qui m'a soûlé c'est que c'est prévisible avec la version de Disney. Et même les clichés de personnages, dans tous les traits de caractères c'est cliché. Disney fait tout le temps ça ! Et quand tu ne veux pas ça, c'est un peu chiant ! »

Marion prit exemple de Rey, le personnage principal. Elle eut du mal à l'apprécier car, elle la trouvait trop prévisible. Et en ce qui concerne Kylo Ren, l'antagoniste, elle le décrit ainsi :

« Mais sa tête en dessous [du masque] on dirait un émo ! Je me suis dit, on dirait qu'il a 15 ans et qu'il est en dépression : 'Moi, je ne suis pas content parce que mon papa n'est pas gentil avec moi !' J'étais genre : 'NON !' [...] C'est totalement Disney. Ils sont partis dans le trip 'C'EST LE MECHANT !', il faut qu'on voit que c'est le méchant. [Ils vont le] faire un peu les cheveux noirs, avec le regard [dur] comme ça. »

La déception de ce film réside en ce que cette nouvelle trilogie ressemble beaucoup aux films Disney qui, selon les fans Anti-Disney, ne correspond pas à l'univers de *Star Wars*. Marion prit à nouveau un exemple à travers le personnage de Kylo Ren. Au milieu du film, le personnage enlève son masque pour révéler son visage. Marion était en colère face à ce choix car pour elle, le masque dans *Star Wars*, c'est un « emblème » et « l'enjeu de *Star Wars* ».

Comme Marion, Maxime remet aussi en cause le statut et le contrôle de Disney en proposant une version de *Star Wars* plus ouverte aux enfants et aux grands publics :

« Disney donne beaucoup de pression aux réalisateurs, pour créer un truc fait pour le grand public, pour les enfants mais pas pour les fans de Star Wars. »

Selon lui, la pression émise par Disney a contribué à une absence de « *logique* » dans le scénario de la nouvelle trilogie. Maxime déclara même que les fans et les romanciers qui écrivaient les histoires de l'univers étendu appelé Légende était « *encore meilleur que ce qu'on fait Disney.* » À l'exception du spin-off *Rogue One : A Star Wars Story*, pour lui, ce film lui « *a fait plus penser à un Star Wars que ceux de l'épisode 7 et 8.* »

À travers ces entretiens et des commentaires tirés de Facebook, je constate que les fans diabolisent Disney à un point tel que certains d'entre eux utilisent des mots assez durs. Prenons exemple de ce commentaire ci-dessous. Il aborde comme sujet la future plate-forme de streaming de Disney¹⁷⁹, Disney +, puisque le studio a décidé de censurer deux œuvres jugées inappropriées¹⁸⁰. Certains fans n'ont pas apprécié cette censure alors que d'autres l'ont trouvée légitime. Et face à cet article (voir [figure 2](#) dans l'annexe), les fans Anti-Disney ont décidé de montrer leurs colères en utilisant des images assez provocatrices, et en se servant d'un vocabulaire lié au totalitarisme, voici un exemple :



Alberic La dictature de Disney vas arriver belle connerie de leur avoir vendu de grosses licences

J'aime · Répondre · 2 sem

Capture d'écran d'un commentaire issu de la page Facebook « Fan Actu ».

Le terme de « *dictature* » ou de « *dictateur* » est très repris par les fans. Certains fans considèrent Disney être un régime soviétique, comme le prouve ce commentaire :

¹⁷⁹ Cobain, « Disney va censurer plusieurs de ses œuvres sur Disney+ », *fanactu.fr*, 2019. https://www.fanactu.com/univers/disneyplus/11541-disney-va-censurer-plusieurs-de-ses-oeuvres-sur-disney?fbclid=IwAR2Bwyvj5iamxOyOJF3O1rTOF2RWe5nDg2xMSRgY0ZjUa4sQQll_F5rPGhc

¹⁸⁰ Les films en question sont *La Mélodie du Sud* et *Dumbo*.



Cyberdalek

C'est du sovietisme

J'aime · Répondre · 2 sem

Capture d'écran d'un commentaire issu de la page Facebook « Fan Actu ».

Les fans s'amuse à détourner l'emblème des studios Disney. Mickey Mouse sur les images du net prend la place de Dark Vador ou de l'Empereur Palpatine, les deux antagonistes mythiques de *Star Wars* (voir [figure 3](#) dans l'annexe). À travers des fan-arts, les fans expriment leur colère contre Disney. C'est un moyen pour eux de résister contre le studio :



Super fan

Jérémy

Mickey dictateur



J'aime · Répondre · 2 sem

Capture d'écran d'un commentaire issu de la page Facebook « Fan Actu ».

Pour eux, Disney se sert de la licence de *Star Wars* uniquement de manière intéressée. Comme je l'ai montré dans la première partie, *Star Wars* vaut plus de 30 milliards de dollars, c'est l'une des sagas les plus rentables. Les fans affirment que Disney met tout en œuvre pour obtenir les recettes de la saga au détriment du côté artistique.

Pour les fans Anti-Disney, Disney est le « *méchant dictateur* » qui contrôle leur franchise favorite. Il les manipulerait pour ainsi gagner de l'argent sur leur dos. Cela revient à l'idée de

l'Ecole de Frankfort et de leur critique contre les industries culturelles qui manipulent les consommateurs à travers leur produits¹⁸¹.

Les Anti-Disney sont très actifs dans les réseaux sociaux, ils s'exposent beaucoup et partagent leurs colères ce qui ne plait pas aux Pro-Disney qui n'hésitent pas à répondre en proposant des arguments contre.

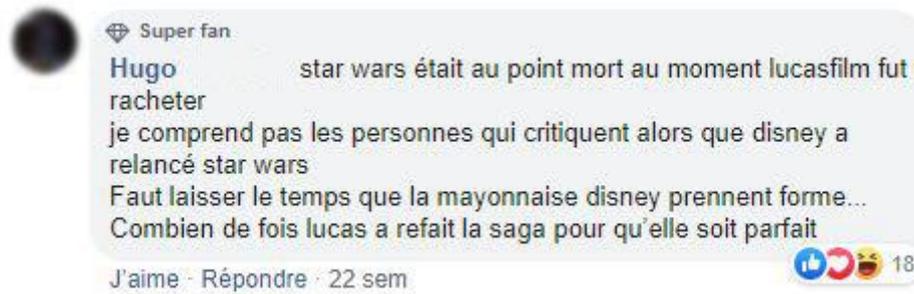
b) Les fans Pro-Disney

Contrairement aux Anti-Disney, j'ai eu du mal à trouver des Pro-Disney. En lisant les commentaires sur Facebook, j'ai constaté que les Anti-Disney sont fortement présents dans les réseaux sociaux. Quant aux Pro-Disney, ils sont eux aussi actifs sur les réseaux sociaux. Ils utilisent le même type de discours que leurs contradicteurs, c'est-à-dire, qu'ils critiquent beaucoup. Cependant, leurs cibles sont les Anti-Disney. Nous abordons cet élément-là dans la partie suivante. Comme la précédente avec les Anti-Disney, je vais vous faire le portrait d'un Pro-Disney.

Parmi les personnes que j'ai interviewées, j'ai rencontré trois Pro-Disney, Martine une retraitée âgée de 67 ans, la mère de Marion qui est Anti-Disney, Thomas et Sebastian tous les deux âgés de 29 ans. Les Pro-Disney, comme vous avez sans doute compris, ce sont des fans de Star Wars qui contrairement aux Anti-Disney ne renient pas l'achat et les nouveautés apportés par Disney. Les Pro-Disney apprécient ceux-là. Ils considèrent que l'achat était bénéfique pour la franchise surtout suite à l'échec de la prélogie. Certains ne s'en sont toujours pas remis. L'arrivée de Disney est une bénédiction pour ces fans, car elle permet de rafraîchir la saga en proposant de nouveaux récits et de nouveaux personnages qui ne répondent pas aux critères initiaux de la franchise, comme par exemple, l'antagoniste Kylo Ren. Sans oublier que les effets spéciaux ont beaucoup évolué depuis la sortie du dernier épisode de la prélogie et que Disney propose également des œuvres en dehors des films. Comme je l'ai dit tantôt, Disney créa un nouvel Univers Étendu afin de donner plus de surprise pour la sortie de la troisième trilogie¹⁸² mais aussi pour remettre de l'ordre dans l'Univers Étendu réputé pour avoir de nombreuses incohérences (chronologie, absence de lien avec les films) comme le montre ce commentaire :

¹⁸¹ ADORNO Theodor et HORKHEIMER Max, *Kulturindustrie : raison et mystification des masses*, Paris : Edition Allia, impr. 2011.

¹⁸² En effet, l'Univers Étendu initial faisait état de ce qui se passait après le Retour d'un Jedi



Capture d'écran d'un commentaire issu de la page Facebook « Planète Star Wars ».

De plus, Disney a une très bonne réputation dans le milieu cinématographique. Comme vous le savez, les studios Disney possèdent diverses maisons de productions qui ont pu établir de nombreux films à succès, Touchstone Pictures (*Qui veut la peau de Roger Rabbit ? Armageddon, Glass* etc.), Pixar (*Là-haut, Coco, Rebelle* etc.), les studios Marvel qui dominent le box-office avec leurs films de super-héros. Les fans de Star Wars ne pouvaient qu'être rassurés, comme l'expliqua Martine :

« *Walt Disney et les studios ils ont franchement les moyens de faire de supers films parce qu'ils ont de l'argent.* »

En effet, cela permet de découvrir sous un autre point de vue la franchise, en regardant les planètes, et les vaisseaux sous un autre angle, ou encore découvrir de nouvelles capacités. Par exemple avec la Force, un élément fondamental de l'univers. Il s'agit d'une énergie invisible que seuls les chevaliers du bien, le Jedi, et du mal, les Siths, peuvent user. Elle leur confère de nombreux pouvoirs tels que la télékinésie, faire léviter des objets donc ou encore la possibilité de se mouvoir extraordinairement et faire donc des acrobaties incroyables. De cette manière, les fans furent surpris par la scène d'ouverture de l'épisode 7, car ceux qui maîtrisent la Force peuvent arrêter le tir d'un blaser, un pistolet laser, grâce à leur simple volonté. Une chose qui semble évidente au vu de la puissance de la force mais qui était techniquement impossible à réaliser sur grand écran aux prémices de la saga.

Disney permet à toute une nouvelle génération de découvrir *Star Wars*. L'introduction à *Star Wars* se fait à travers les personnages. Bien qu'ils soient très critiqués par les Anti-Disney, les nouveaux personnages sont appréciés notamment le principal, Rey. Une jeune femme qui apprend qu'elle maîtrise la Force. Les fans sont ravis de ce personnage car qu'une femme tienne le rôle principal dans la franchise est une première, surtout une qui ait un lien avec la Force.

Certes, les femmes dans la saga Star Wars ont des rôles puissants, nous avons la Princesse Leia dans la trilogie originale et la Sénatrice Padmé Amidala dans la prélogie. Mais avec le personnage de Rey, comme le témoigna une fan dans le documentaire de Sébastien Galano, *Les fans de la Force*¹⁸³, une femme est enfin mise au premier plan. Certes, il existe des femmes Jedi dans la franchise avec la princesse Leia (elle utilise très rarement ses pouvoirs). Mais c'est surtout dans la prélogie que nous avons découvert des femmes Jedi. Une fan le déclara dans le documentaire, ce sont des femmes qui étaient en arrière-plan alors que Rey est au-devant de la scène. Elle se montre forte et douée face aux personnages masculins. L'apparition de Rey permet à un jeune public d'avoir un modèle, notamment les jeunes filles qui peuvent prendre exemple et gagner en confiance en observant les capacités du personnage.

Les Pro-Disney semblent plus réceptifs aux nouveautés apportées par Disney, récemment, le PDG de Disney, Robert Iger a annoncé un nouveau planning sur les sorties de Star Wars. Ils ont prévu une quatrième trilogie pour 2022. David Benioff et D.B. Weiss ont été désigné pour écrire le scénario¹⁸⁴. La nouvelle, bien qu'elle divise certains fans, ravit les Pro-Disney. Ils sont aussi heureux de voir que ces deux scénaristes vont s'occuper de la suite de Star Wars, comme le prouve ce commentaire :



Capture d'écran d'un commentaire issu de la page Facebook « Star Wars Universe ».

Car ils vont proposer une nouvelle histoire qui ne se centrera pas sur la famille Skywalker et des rumeurs racontent que cette nouvelle trilogie se déroula dans une période très appréciée par les fans, L'Ancienne République¹⁸⁵. De plus, les fans Pro-Disney sont notamment ravies de cette nouvelle car David Benioff et D.B. Weiss sont connus pour être (avoir été désormais) les show-runners de la série télévisuelle à succès, *Game Of Throne*.

Mais les **Pro-Disney sont très peu présents dans les réseaux sociaux**, ils s'expriment très peu contrairement aux Anti-Disney. Ils sembleraient être minoritaires face aux Antis, les seuls commentaires provenant des Pro-Disney sont des messages d'encouragement et d'hâte. On

¹⁸³ GALANO Sébastien, *Les fans de la Force*, Youtube.com, 2016.

¹⁸⁴ LAUSSON Julien, « Les showrunners de Game of Thrones vont écrire le prochain Star Wars », *numerama.com*, 2019. <https://www.numerama.com/pop-culture/513038-les-showrunners-de-game-of-thrones-vont-ecrire-le-prochain-star-wars.html>

¹⁸⁵ Récit issu de l'UE dite légende se déroulant 4000 ans avant la trilogie originale.

retrouve cela depuis la sortie du teaser de l'épisode 9, les fans partagent leur joie pour voir la suite du film. De plus dans ce genre de message, les Pro-Disney partagent des messages de provocations à l'encontre des Anti-Disney, qu'ils nomment les *haters* que nous allons développer cette notion dans la sous-partie suivante.

c) Les Anti-Disney contre les Pro-Disney

Chaque fan possède un avis différent, et cela a pour conséquence des conversations riches, dans lesquelles les fans partagent leur point de vue. Le plus souvent ces conversations peuvent finir par être une querelle. En effet, les fans restent très attachés à leur franchise favorite mais aussi à leurs opinions, et n'hésite pas à les partager sur les réseaux sociaux. Et très impliqués, les conversations peuvent mal se passer. Tantôt, je vous ai fait un profil de deux types de fan, les fans Anti-Disney et les fans Pro-Disney. Désormais nous allons voir comment ces deux clans interagissent dans les commentaires de Facebook. Pour rappel, les commentaires sont issus de *fan pages* Facebook dédiés à la saga Star Wars, j'ai suivi trois pages Facebook, « Rejoins le côté Obscur, on a des cookies », « Planète Star Wars » et « Star Wars Universe ». Ces trois pages reprennent toutes les actualités autour de Star Wars. Planète Star Wars et Star Wars Universe ont deux sites web extérieurs à Facebook alors que Rejoins le côté Obscur, on a des cookies n'est qu'une page Facebook. Ces pages sont très actives, particulièrement en ce moment (année 2019). En effet, Lucasfilm se prépare pour la sortie de Star Wars IX, ainsi de nombreuses rumeurs et informations circulent. Ces pages que je vous ai citées, n'hésitent donc pas à les partager (date de sortie de film, bande-annonce, teaser ...). Elles doivent être actives car ces pages sont très suivies, on peut le constater à travers ces chiffres, la page Facebook, Planète Star Wars possèdent 52 938 likes (abonnés), Star Wars Universe a 22 225 likes (abonnés) et Rejoins le côté obscur, on a des cookies a 538 383 likes (abonnés)¹⁸⁶. Face à ses nombreux abonnés, les pages reçoivent beaucoup de commentaires. De plus, Facebook donne la possibilité aux utilisateurs de répondre aux commentaires et c'est ainsi que les fans peuvent communiquer entre eux. C'est ainsi que le conflit a pu s'établir.

¹⁸⁶ Chiffres issus des trois pages Facebook respectif, consulté le 15/05/2019.

En effet, les fans répondent aux commentaires laissés par d'autres fans, afin de les contredire ou les encourager, mais aussi, en mettant des réactions (J'aime, j'adore, Wooah!, haha!, Grr!). Principalement, ceux qui utilisent cette fonctionnalité **n'envoie** pas de commentaires. Ils lisent les commentaires et réagissent en fonctions de leurs positions. Ces personnes qui « interagissent » de la sorte, je les nomme les lecteurs fantômes car ils sont dans l'entre-deux entre la présence et l'absence. Présents car ils partagent leur avis avec les « likes » et absents car ils ne répondent pas aux commentaires et ne partagent ni arguments ni avis contrairement à ceux qui répondent aux commentaires. Au fur et à mesure de la lecture des commentaires, j'ai pu constater trois types de conflits voire de conversations existantes entre les deux clans. Voici les types de conflits : les disputes argumentées, les disputes semi-argumentées et des disputes non-argumentées. Vous pouvez voir que j'utilise beaucoup le terme « argumenté », car je souhaite m'attarder sur ce point puisqu'avant de commencer mon enquête, j'étais partie de l'idée que le conflit entre les fans ne reposait sur aucune argumentation, que cela était proche de la querelle. Je pensais que les fans s'insultaient et se critiquaient sans les arguments des uns et des autres. Toutefois, j'ai constaté que, au contraire, les fans à travers leur conflit, participent à des débats et partagent respectivement leurs avis et leurs arguments. Certes, les insultes et les dénigrements sont existants mais les fans mettent en avant leurs opinions en citant des passages issus des trilogies voire même de l'Univers étendu. En effet, les fans s'attardent beaucoup sur les exemples et les arguments. Lors d'une dispute, si un fan n'argumente pas, un autre fan l'invite à le faire afin qu'il puisse être pris au sérieux.

Ici, les fans prennent la posture de l'expert, l'expert de *Star Wars* si on prend les travaux de Cyril Lemieux¹⁸⁷. Les fans montrent qu'ils connaissent tout sur *Star Wars*, ils veulent montrer qu'ils dominent le conflit. Cette volonté de surpasser l'adversaire est citée dans les ouvrages liés à la sociologie de la controverse. Durant les conflits, les différents auteurs tentent de montrer qu'ils dominent. Ils utilisent un rapport de force afin de tenter de gagner le débat. On retrouve cela dans le conflit d'Emile Durkheim et Andrew Lang¹⁸⁸ dans lequel les deux auteurs tentent de dominer à travers les connaissances qu'ils ont récoltées au fur et à mesure de leurs études et recherches. On ressent la même chose avec les fans de *Star Wars*, Ils partagent leurs connaissances à travers des recherches et des lectures autour de l'univers. Mais attardons-nous

¹⁸⁷ LEMIEUX Cyril, « À quoi sert l'analyse des controverses ? », *Mil neuf cent* 2007/1, N° 25, p. 191-212.

¹⁸⁸ BERA Matthieu, « Durkheim versus Lang. La controverse scientifique comme démonstration de force », *Raisons politiques* 2012/3 (n° 47), p. 83-113.

sur les trois types de conflits que j'ai recensés au cours de mon enquête terrain, commençons par la dispute argumentée.

Les disputes argumentées comme on peut le lire dans l'intitulé, sont des disputes dans lesquels les fans échangent des raisonnements appuyés d'exemples pour expliquer en quoi Disney fait du bon ou mauvais travail. Ou encore pourquoi la nouvelle trilogie est meilleure que la prélogie et vice versa. Voici des exemples (Pour comprendre la conversation, je vous invite à lire le poste présent dans l'annexe [figure 4](#)) :



Capture d'écran d'un commentaire issu de la page Facebook « Troll de Geek ».

Ici, un fan se moque des âges des acteurs issus de la trilogie originale **qui lui, ils ne seraient pas à la hauteur de continuer la franchise à cause de leur âge**. Or un fan contre-argumente en prenant comme exemple les personnages de Yoda et du Comte Dooku, tous deux des seniors qui pourtant **arrive** à ce démarche grâce à leur affrontement dans le deuxième film de la prélogie.

Prenons l'une des controverses les plus marquantes au sein du conflit entre fans, les Anti-Disney clament que l'épisode 7, *le Réveil de la Force* est un « copier-coller » de l'épisode 4, *Un Nouvel Espoir*. Pour se justifier les Anti-Disney mettent en parallèle des scènes des deux films afin de montrer les ressemblances. Alors que les fans Pro-Disney expliquent que c'est un hommage.

Quant aux disputes semi-argumentées, un des clans apportent des arguments alors que l'autre non. D'ailleurs, le fan qui possède des arguments se plaint de son concurrent car il ne détaille pas plus sa façon de penser. Le fan qui possède des arguments veut avoir une discussion juste et aussi comprendre le point de vue de son adversaire. Ainsi, l'absence d'argumentation est l'un des sujets de dispute. En outre, l'individu qui détient l'argument profite de cet instant pour s'imposer et montrer qu'il connaît Star Wars, qu'il est l'expert. D'autant plus que dans ce type de dispute, généralement, la personne qui ne possède pas d'argument fait des fautes d'orthographe alors que celui qui en a, n'en fait pas (ou presque). Et face à cette lacune, celui qui possède des arguments impose sa domination en montrant que non seulement le fan ne connaît pas sa passion et qu'en plus de cela, il a des difficultés à écrire. Pour pouvoir le rabaisser encore plus, le fan qui a des arguments considère que son adversaire n'est pas un « vrai fan ». Souvenez-vous dans la première partie, j'ai mentionné les travaux de Christian Le Bart¹⁸⁹ au sujet des fans et particulièrement sur leur moyen d'identification. Par exemple, lorsque les fans sont face à face, il y a une sorte de « combat » pour montrer qui est « le vrai fan ». Cela consiste à étaler ces connaissances. Pour le cas des admirateurs des Beatles, la domination se fait à travers leurs connaissances musicales de titres peu connus des Beatles ou la découverte d'autres artistes popularisés à la même époque que les Beatles. Ici pour *Star Wars*, les fans remettent en question le statut de fan, lorsque celui qui se proclame en être un ne possède pas de connaissances suffisantes sur l'univers. David Peyron donna un exemple flagrant dans son ouvrage *les Geeks*¹⁹⁰ : les Geeks considèrent un vrai Geek si, il connaît « *tous les noms des espèces de Star Wars ou s'il parle le Klingon*¹⁹¹ ». Pour les fans de Star Wars, ce manque de culture sur la franchise est impardonnable. Néanmoins, ce n'est pas l'unique raison qui leur permette de remettre en question le statut de fan. J'ai constaté que les fans Pro-Disney reconsidèrent les fans chez les Anti-Disney car pour eux, un fan de Star Wars doit aimer tout ce

¹⁸⁹ LE BART Christian. « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », *Revue française de sociologie*, vol. 45, no. 2, 2004, pp. 283-306.

¹⁹⁰ PEYRON David, « Quand les œuvres deviennent des mondes. Une réflexion sur la culture de genre contemporaine à partir du concept de convergence culturelle », *Réseaux*, vol. 148-149, no. 2, 2008, pp. 335-368.

¹⁹¹ Langage fictif de *Star Trek*

qui est lié à Star Wars. Un fan, selon les Pro-Disney, doit accepter tout sur *Star Wars*, que cela lui plaise ou non et la non satisfaction du rachat par Disney est illégitime car en tant que fan ils se doivent d'être content que leur saga puisse continuer à exister.

Enfin, le dernier type de dispute que j'ai trouvé est la dispute non-argumentée, c'est-à-dire, une querelle où les fans ne prennent plus la peine d'argumenter ou de débattre. **Dans ce genre de dispute, les fans se provoquent ou s'encouragent. Durant les échanges, ce sont les Pro-Disney qui encouragent des commentaires rejoignant leurs idées et vice versa. Voici des exemples de messages de provocation :**



Capture d'écran d'un commentaire issu de la page Facebook « Planète Star Wars ».

Concernant les disputes, les fans se plaignent des comportements de certains, cela se ressent beaucoup du côté des Pro-Disney qui considèrent les fans Anti-Disney comme des *Haters*.

Hater est un terme anglophone, on peut le traduire par « haineux ». Le *hater* est défini sous deux formes, dans les termes officiels (le terme n'est pas présent dans le dictionnaire français), le *hater* est un cyberharceleur. Cependant, cela n'est pas la définition que les fans Pro-Disney visent lorsqu'ils pointent du doigt les fans Anti-Disney¹⁹². Les Pro-Disney utilisent ce terme dans le sens du mot de celui qui se plaint. Souvent les fans Pro-Disney utilisent le terme de « rageux », mot qui n'est pas présent dans le dictionnaire. Pour eux, les Anti-Disney sont des fans « puristes » qui ne cherchent qu'à se plaindre, à « râler » sur le rachat. De plus, les fans en faveur de Disney dénoncent un comportement paradoxal car ceux qui passent leur temps à critiquer le nouveau propriétaire, sont les mêmes qui vont, à la fin, aller au cinéma. Ce genre de comportement est souvent désigné dans les commentaires, surtout depuis la sortie du teaser de l'épisode IX. Chez les Anti-Disney, les attaques sont totalement différentes. Pour eux, les Pro-Disney sont des nouveaux fans qui ne connaissent pas la saga. Le statut de fan est de nouveau remis en question du fait qu'ils viennent de découvrir *Star Wars* à travers le travail de Disney. Ils ne sont pas pris au sérieux parce que leur passion pour *Star Wars* n'est pas aussi ancienne que la leur. De plus, les fans s'attaquent de manière virulente, en insultant le physique de chacun, visible via les photos de profil.

Malgré la dureté, les conflits sont désormais un spectacle pour les fans. Ils semblent s'amuser des différentes disputes et n'hésitent pas à partager des commentaires pour ironiser la situation. Ils utilisent même des images pour se moquer des fans. Le conflit ainsi peut avoir une touche bon enfant, de plus, la fan page, « Rejoins le côté Obscur, on a des cookies » créé des mèmes à partir de ce conflit.

En bref, les disputes sont riches. On peut voir comment les fans s'impliquent pour la franchise et aussi comment ils s'imposent et s'exposent aux yeux du public, car les commentaires sont publics c'est-à-dire que tout le monde, uniquement les personnes qui possèdent un compte sur Facebook. Dans ce conflit, les fans veulent montrer leur domination et partager qu'ils sont de « vrai fans » car il a une connaissance de *Star Wars* et qu'il a des raisons de détester ou d'apprécier les nouveaux films de Disney.

Nous avons vu que les fans de *Star Wars* sont très impliqués et actifs concernant leur passion, Henry Jenkins le montra dans son ouvrage¹⁹³, mais les tensions n'existent pas uniquement entre

¹⁹² Bien qu'il ne faut pas ignorer qu'il y a eu du cyberharcèlement dans ce conflit

¹⁹³ JENKINS Henry, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Routledge, 1992.

les fans, mais aussi entre les producteurs. Attardons-nous donc sur les relations des fans entre George Lucas et Lucasfilm depuis le début de l'ère Disney.

III. Les fans contre les producteurs

Le conflit n'a pas uniquement lieu entre les fans. Les producteurs y participent malgré eux, même si, Lucasfilm évite de faire des déclarations pour éviter d'alimenter les tensions. Dans cette dernière partie, nous allons voir les relations des fans avec les producteurs de Lucasfilm. Nous allons nous concentrer sur trois réalisateurs, J.J. Abrams le réalisateur de l'épisode 7 et 9, Rian Johnson le réalisateur de l'épisode 8. Et enfin, George Lucas, le créateur de Star Wars. Malheureusement pour lui, la controverse ne l'épargne pas et cela date bien avant l'achat.

a) Les fans contre George Lucas

Les conflits existaient bien avant l'achat de la franchise. Je l'ai énoncé à plusieurs reprises dans la première partie, car j'ai voulu montrer que George Lucas était très strict concernant l'usage de son œuvre. Il l'est notamment avec les fan-films et Henry Jenkins expliqua cela dans la *convergence culturelle*¹⁹⁴. En effet, Lucas créa un site dédié à cette pratique dans lequel il a limité les séquences (images, sons, musiques, passages du film) utilisables. Il a également établi une charte d'usage et des règles légales sur les fan-films. Ce contrôle marqua le début des premiers conflits entre les fans et les producteurs. Mais l'histoire des fans-films n'est qu'un conflit parmi tant d'autres. La toute première divergence, d'après mes recherches, apparaît au milieu de l'année 1997 lorsque Lucasfilm sortit à nouveau en salle, la trilogie originale, mais cette fois-ci dans une nouvelle version. Vous l'ignorez peut-être mais George Lucas n'était pas fier du résultat final de ses films, du fait qu'il manquait de budget lors de leur création : Il n'a pas pu faire le film de ses rêves. Dix ans après la sortie d'un nouvel espoir, George Lucas profita pour finaliser ses films grâce aux recettes obtenues tout au long de ces années. Dans cette nouvelle version, George Lucas ajouta des effets spéciaux numériques, des scènes aussi. Il en profita également pour en modifier certaines. C'est donc cette version appelée le *Special Edition*

¹⁹⁴ JENKINS Henry, *La Culture de La Convergence Des Médias Au Transmédia*. A. Colin, 2006.

qui fut à l'affiche en 1997. Cependant dès sa sortie, les fans n'étaient pas ravis de cette nouvelle variante du film, car à leurs yeux, George Lucas détruisait Star Wars.¹⁹⁵

Dans le documentaire, *The people V George Lucas*, le réalisateur se concentre sur le rapport entre les fans et le créateur de la saga. Il montre que leur relation est très complexe depuis la sortie du *Special Edition*. Les fans n'avaient pas accepté ces modifications, ils n'étaient pas prêts à ce que George Lucas modifie « leur » film. Celui, qu'ils ont aimé depuis 1977. Ils n'ont pas apprécié ses nouveaux effets spéciaux et les scènes ajoutées dont l'une par exemple apparait au début du film *le Retour du Jedi* : Dans le palais de Jabba Le Hutt, appelé Le Forestier par certains, on peut y voir une chanteuse Alien ajoutée numériquement qui, accompagnée d'un rappeur, nous propose un instant musical. L'Édition spécial signe l'une des premières controverses dans la communauté de fans, même si le conflit ne réside pas entre les fans mais plutôt avec les producteurs, enfin... Avec George Lucas. Aujourd'hui encore, on parle de cette controverse, notamment d'une scène dans l'épisode 4.

Cette scène implique le personnage, Han Solo et le chasseur de prime Greedo. Les deux sont dans la cantina, un bar intergalactique Greedo avait pour mission d'arrêter Han Solo qui devait de l'argent à Jabba Le Hutt. Les deux personnages se confrontent et ce face à face se termine par la mort de Greedo, finalement tué par Han Solo. Dans la première version du film, la scène nous laisse croire que Han Solo tire sur Greedo afin de pouvoir s'échapper de lui. Alors que dans la version éditée, Greedo tire bel et bien sûr Han Solo, qui lui, évite le tir et se défend en tirant en retour, provoquant la mort de Greedo. Cette modification choqua les fans car il y a une véritable dénaturation de l'action, c'est Han Solo qui a tiré en premier. Jusqu'à aujourd'hui, cette controverse appelée *Han's shot first* est encore discutée et débattue.

Mais ce n'est pas tout ! Une deuxième controverse entre les fans et George Lucas existe. Elle concerne la sortie de la deuxième trilogie à savoir la prélogie. Cette trilogie met en scène la jeunesse de l'antagoniste, Dark Vador sous sa véritable identité Anakin Skywalker. Bien que la sortie de cette trilogie fût très attendue par les fans, le film fut très mal accueilli. La majorité des fans était déçue du premier épisode, *La Menace Fantôme*. Les fans étaient déçus à propos des origines du jeune Anakin Skywalker, du Midi-chlorian¹⁹⁶ et enfin du personnage Jar Jar Binks. Jar Jar Binks est le personnage le plus détesté de Star Wars. Son arrivée dans la saga irrita les fans qui ne trouvaient pas d'intérêt à ce qu'un personnage aussi burlesque puisse exister. George Lucas qui adore le personnage, l'avait créé pour que les enfants prennent plaisir

¹⁹⁵ PHILIPPE, Alexandre O., dir, *The People vs. George Lucas*, BAC Films, 2010

¹⁹⁶ Des micro-organismes qui permettent à des êtres vivants d'être connectés à la Force ([source](#) : Wikipédia)

durant le visionnage du film. Hélas, pour les fans, Jar Jar Binks était un cauchemar, et ils ont tout fait pour se faire entendre. L'interprète de Jar Jar Binks était victime de harcèlement au point qu'il tenta de mettre fin à ces jours¹⁹⁷. Les producteurs étaient donc obligés de réduire l'apparition du personnage dans la suite du film, en conséquence, pour l'épisode 3, il était quasiment absent.

Les fans ont mal accueilli cette trilogie pour diverses raisons, et ce mauvais accueil entacha la réputation de George Lucas. Il est critiqué sur son travail de réalisateur : Beaucoup cri haut et fort qu'il en est un très mauvais. D'autres le considèrent péjorativement comme un simple fabricant de jouet¹⁹⁸. Bien que George Lucas soit le créateur de la saga, son implication dans la continuité de l'œuvre est remise en question. Mais malgré ces tensions, George Lucas reste majoritairement respecté par les fans, il est adulé, voici une déclaration de Maxime à propos de George Lucas :

« Pour moi, George Lucas c'est un génie, il a créé un univers à partir de rien. [...] Tu vois au début, les gens pensaient que Star Wars ça allait être de la merde. Par exemple, le vieux qui fait Obi-Wan Kenobi [Alec Guinness] il ne voulait pas passer le casting. En disant que ça allait être de la merde, mais il avait tort ! »

En plus d'être considéré comme un génie, certains fans le voient comme un Dieu, il suffit de lire ces commentaires ci-dessous :



Capture d'écran d'un commentaire issu de la page Facebook « Planète Star Wars ».

Néanmoins, sa réputation reste mitigée après le rachat de Disney, certains parlent de trahison ou comme Marion le déclara : « *Il avait vendu un peu ses fesses* ».

¹⁹⁷ TROLLION Capucine, « "Star Wars" : Ahmed Best (Jar Jar Binks) raconte son calvaire à cause des critiques », rtl.fr, 2018. <https://www.rtl.fr/culture/super/star-wars-ahmed-best-jar-jar-binks-raconte-son-calvaire-a-cause-des-critiques-7794004586>

¹⁹⁸ PHILIPPE, Alexandre O., dir, *The People vs. George Lucas*, BAC Films, 2010

Alors que d'autres souhaitent son retour, car certains fans ... Les Anti-Disney, ne sont pas satisfaits des deux réalisateurs de la nouvelle trilogie.

b) Les fans contre J.J Abrams et Rian Johnson

Nous venons de voir les tensions existantes entre les fans et George Lucas, et en vendant sa maison de production, les choses ne s'arrangèrent guère. Les fans se sentirent trahis. J'ai constaté cela en lisant les commentaires issus de Facebook ou à travers mes entretiens. Bien que les avis divergent, la réputation de George Lucas fut plus ou moins remise en question. Toutefois, peut-on parler de changement avec l'arrivée de Kathleen Kennedy à la tête de Lucasfilm ou avec la nomination de J.J Abrams et de Rian Johnson pour la réalisation de la troisième trilogie ?

Retournons en arrière, en 2012 à l'annonce de la sortie d'une nouvelle trilogie, Lucasfilm déclara que le réalisateur américain J.J Abrams serait celui de l'épisode 7, *Le Réveil de la Force* ainsi que le neuvième épisode, *L'ascension de Skywalker* qui lui sortira en décembre 2019. Lucasfilm avertit aussi de la réalisation du huitième épisode, *Les Derniers Jedi* par Rian Johnson. Le choix de ces réalisateurs n'était pas dû au hasard, du moins pour J.J Abrams. Ce réalisateur est très populaire dans la culture Geek, on lui doit la série télévisuelle désormais culte *Lost : Les Disparus*, et de plus, c'était également lui que Paramount engagea pour le reboot des films de *Star Trek*. Si J.J Abrams fut désigné pour prendre les commandes, sa notoriété en fut pur beaucoup. Subséquemment, JJ Abrams avaient d'abord refusé de participer à la troisième trilogie, mais avec l'insistance de Kathleen Kennedy, il accepta ce travail.

J.J Abrams reprit les mêmes méthodes que George Lucas pour la réalisation du septième épisode. Tout d'abord dans le choix des acteurs, il prit des acteurs inconnus, comme Lucas le fit pour le quatrième épisode qui révéla au grand public Harrison Ford, Mark Hamill et Carrie Fisher. Mais cette façon de faire fut mise à mal par les fans. L'approche de JJ Abrams fut désignée par les fans « *les plus extrême* » selon les propos de Thomas, comme étant un « *remake* » de l'épisode 4, alors que les fans attendaient de voir quelque chose d'inédit.

À partir de la sortie de ce film de nouvelles tensions débutèrent. Comme nous l'avons vu au début de cette partie, l'achat a beaucoup divisé, je ressentais trois types de réactions et parmi ces réactions, il y avait celle de la neutralité. En effet, des fans refusèrent de donner leurs avis tant que Lucasfilm ne proposait pas un projet concret à défaut ils ne pouvaient pas se permettre de critiquer les démarches de Lucasfilm sous la tutelle de Disney. Et la sortie de ce septième épisode marqua le début d'une nouvelle ribambelle d'agressivité entre les fans mais aussi entre les producteurs. J.J Abrams, dont certains le surnomme Jar Jar Abrams, réagit peu aux critiques des fans sauf en avril 2019 à l'occasion de la sortie de la bande annonce de l'épisode 9, le

réalisateur fit un communiqué qui stipulait que ce dernier épisode n'allait pas être un remake¹⁹⁹. Le réalisateur bien qu'il soit discret, il semble être à l'écoute des fans. Mais, J.J Abrams reste respecté par certains fans, certains sont même ravis de le revoir à la commande de l'épisode 9. Cependant, Rian Johnson, le réalisateur de l'épisode 8, ne suit pas le même chemin que son partenaire, que ce soit dans la démarche cinématographique du film ou à travers son plan de communication. *Le Dernier Jedi* est l'avant-dernier épisode de la troisième trilogie. Les fans attendaient ce film avec impatience, certains étaient rassurés de voir un nouveau réalisateur car cela signifiait avoir un autre point de vue. Néanmoins, c'était surtout pour comprendre les origines des nouveaux personnages que les fans voulaient absolument découvrir le nouveau film, notamment celle de Rey, une jeune orpheline sensible à la Force qui est à la recherche de ses parents. Depuis la sortie du *Réveil de la Force*, les fans de Star Wars discutèrent entre eux et partagèrent différentes théories concernant ses origines. Est-elle une Skywalker ? Est-elle la réincarnation d'Anakin Skywalker ? En décembre 2017, le film sortit et les fans furent très surpris du résultat. En effet, le film ne répond à aucune des questions que l'épisode 7 avait laissées en suspens et les fans se divisèrent encore plus. Certains critiquèrent le film de Rian Johnson pour l'absence de cohérence qu'il existait entre lui et l'épisode précédent, tandis que d'autres saluèrent la démarche inattendue de Johnson. Ce fut le cas de Thomas et Sebastian, Thomas me dira que :

« Rian Johnson [a pris] toutes les attentes des fans et [les ont] dynamiser. [...] Ce film [Les derniers Jedi] est génial, il y a des choses qui sont mal, mais il est surprenant. C'est un film très audacieux, très différent de l'épisode 7 [...]. On s'attendait à un grand duel entre Luke et Kylo Ren. Mais avec l'épisode 8, on sait que ça ne va pas arriver, donc tu es obligé de faire autre chose. »

Au-delà de la rupture avec l'épisode 7, il apprécia le réel courage du réalisateur de ne pas s'être laissé intimidé et dirigé par les fans qui s'attendaient à voir une certaine continuité, comme cela avait été fait auparavant avec les autres trilogies, *L'Empire Contre-Attaque* et *L'Attaque des clones*.

¹⁹⁹ Planète Star Wars, « J.J. Abrams promet que l'Ascension de Skywalker ne sera pas un remake », 2019. <https://www.planete-starwars.com/actualites/episode-ix-j-j-abrams-promet-que-l-ascension-de-skywalker-ne-sera-pas-un-remake-n19993.html?fbclid=IwAR1NbK8Um0eTFsOyaOYQAMX1Z6CRuxKYmwk5Ei0w5VPbJPs5bQsotkgsuUs>

De plus, on ne pouvait qu'être admiratif du fait qu'une énorme pression reposait sur les épaules de Rian Johnson. Le premier épisode de cette nouvelle trilogie avait tout de même subi énormément de critiques et hélas les critiques et les tensions augmentèrent de plus en plus. Entre les fans, les producteurs et les acteurs. Notamment pour Kelly Marie Tran, l'interprète de Rose, un personnage qui est très détesté au point qu'elle fut comparée à Jar Jar Binks. Les fans partagèrent un déchaînement de colère à l'encontre de ce personnage. Ils n'hésitèrent pas à s'attaquer à l'actrice en lui écrivant sur les réseaux sociaux des propos injurieux concernant de ses origines et son physique. La pression était telle qu'elle ferma son compte Instagram pour mettre fin à ce cyberharcèlement²⁰⁰. Malheureusement, elle ne fut pas la seule, cela arriva à Rian Johnson, mais lui, s'amusa à provoquer ses détracteurs en publiant des tweets. Comme en décembre 2018, Rian Johnson voulut célébrer le premier anniversaire du film *Les Derniers Jedi*. Dans son message, Rian Johnson se félicita et raconta avec fierté comment il réalisa son rêve en participant à la création du nouveau Star Wars. Mais il rendit avant tout hommage à ses fans, ceux qui l'ont « soutenu » depuis le début et qui ont apprécié le film à sa juste valeur.²⁰¹ Ce message était mal accueilli par certains fans, qui le considéraient comme une provocation.

Les producteurs sont conscients des tensions existantes dans la *fandom* de Star Wars, sachant que les fans sont les plus grands consommateurs de leur produit, Lucasfilm essaie à tout prix d'être à leurs écoutes. Par exemple, durant la *Star Wars Celebration*, Kathleen Kennedy annonça qu'ils allaient faire une pause avec les Star Wars après la sortie de *l'Ascension de Skywalker*²⁰². Mais ce n'est pas tout ils décidèrent aussi que les nouveaux projets de Star Wars se concentrerait sur des personnages inédits issus de l'univers étendu ou encore sur L'ancienne République, The Mandalorian etc. En outre, ils tentent de rassurer les fans en mettant en avant George Lucas.

Dans cette partie, nous avons pu comprendre et voir comment le conflit fonctionne. Même si elle est intrinsèque à la *fandom*, elle touche également les producteurs de Lucasfilm. Les proportions de celle-ci sont tellement importantes qu'elle a créée deux clans que nous avons pu examiner les Anti-Disney et les Pro-Disney. À présent, nous allons analyser ce conflit

²⁰⁰ EMMANUELE Julia, « Kelly Marie Tran's Response to Online Harassment Proves Why Representation Is So Important », *Bustle*, 2018. <https://www.bustle.com/p/kelly-marie-tran-response-to-online-harassment-proves-why-representation-is-so-important-10186415>

²⁰¹ Planète Star Wars « Un an après Les Derniers Jedi, Rian Johnson remercie les fans », 2018. <https://www.planete-starwars.com/actualites/autre-un-an-apres-les-derniers-jedi-rian-johnson-remercie-les-fans-n19722.html>

²⁰² Planète Star Wars « Les films Star Wars feront une pause après l'Épisode IX », 2019. https://www.planete-starwars.com/actualites/saga-les-films-star-wars-feront-une-pause-apres-l-episode-ix-n19975.html?fbclid=IwAR0PoaJT5XT6wdIZ45efNkh_gyoEuWghI3SnmgQsxpw9YARMry2NvQRHIHE

notamment comment les fans de ces deux clans utilisent les réseaux sociaux pour se faire entendre. En outre, nous allons essayer de comprendre les raisons et les conséquences de ce conflit, notamment les conséquences qui retentissent sur le statut d'auteur. Passons à la dernière partie de cette étude.

TROISIEME PARTIE – AU CŒUR DU CONFLIT

Nous venons de voir de quelle manière se manifeste le conflit dans la *fandom* de Star Wars. Nous avons vu que le conflit commença lors de la sortie de l'épisode 7, le premier film des studios Disney. Désormais, essayons de comprendre les raisons de ce conflit. Au fur et à mesure de mon enquête-terrain, j'ai pu constater que les disputes provenaient des différentes interprétations de l'œuvre mais aussi de l'attachement que les fans ont pour l'œuvre de George Lucas. Ainsi, nous allons voir par quels moyens les fans arrivent à se réapproprier l'œuvre, et que cette réappropriation se fait à un point tel que l'avis de l'auteur est remis en question. Avant de nous attaquer à cet élément, nous allons voir comment les fans se servent des réseaux sociaux et l'exposition donc qui en découle. Pour cela, analysons les commentaires que je vous ai cités tantôt.

I. Réseaux sociaux : agora du conflit

Principalement, les réseaux sociaux sont les lieux où se déroule le conflit. Dans cette sous-partie, nous allons voir comment les fans utilisent le réseau social, Facebook pour se montrer et comment ils se mettent en scène à travers un langage visuel, le même. Mais d'abord, voyons comment les fans se servent des réseaux sociaux.

a) L'usage des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux, selon Nicole Ellison et Danah Boyd, sont :

« Des services Web qui permettent aux individus de construire un profil public ou semi-public dans le cadre d'un système délimité, d'articuler une liste d'autres utilisateurs avec lesquels ils partagent des relations ainsi que de voir et de croiser leurs listes de relations et celles faites par d'autres à travers la plateforme »²⁰³

²⁰³ CARDON Dominique, « Réseaux sociaux de l'Internet », *Communications*, vol. 88, no. 1, 2011, pp. 141-148.

Au cours de ces dernières années, l'usage des réseaux sociaux a augmenté. De plus en plus d'individus utilisent ces moyens de communications pour diverses raisons, pour partager du contenu ou pour tout simplement communiquer. Il existe divers réseaux sociaux mais pour mon étude, j'ai voulu me concentrer sur le réseau social, Facebook qui nous donne une vision plus ciblée du conflit. Je vais vous faire une description des fonctionnalités de ce réseau social.

Créé en 2004 par Mark Zuckerberg, Facebook est une :

« Utilité sociale qui permet aux individus de communiquer facilement avec des amis, des membres de sa famille ou des collègues. Ce réseau social permet de partager des informations à travers un profil dont seulement son entourage (friendship-driven) a accès et où ils peuvent réagir à travers des commentaires ou des "like" »²⁰⁴

Depuis sa création, Facebook ne fait qu'évoluer, en effet, les pages ou *fan pages*, ont pris plus d'importance. Une page Facebook permet à des entreprises, ou à des artistes de communiquer avec des clients ou des fans.²⁰⁵ Pour cela, ils partagent des contenus et leurs fans peuvent réagir à travers des commentaires ou des « Like » (signifiant qu'on a apprécié la publication) et des réactions. Les réactions sont des nouvelles fonctionnalités qui permettent aux utilisateurs de Facebook de montrer leur émotion, le réseau social propose cinq sentiments :

« J'adore » pour partager son coup de coeur, « Wooah » pour montrer son étonnement, « Haha » lorsque l'utilisateur trouve une publication drôle, « Grr » pour exprimer de la colère et « Triste » pour exprimer bien entendu de la tristesse.

Pour mon étude, je me suis concentrée sur les Pages Facebook, car toutes ces fonctionnalités ont donné un panel de moyens de communications pour les fans (*interest-oriented*)²⁰⁶. Pour interagir, les fans se servent aussi d'une autre fonctionnalité qui est la réponse directe à un commentaire précis. En effet, depuis peu, il est possible de répondre à des commentaires, c'est ainsi que des utilisateurs peuvent discuter avec des individus en dehors de sa sphère, sa liste d'amis. Je déduis qu'en raison de cette fonctionnalité le conflit entre les fans de Star Wars a pris beaucoup plus d'ampleur.

²⁰⁴ STENGER Thomas et COUTANT Alexandre, « Les réseaux sociaux numériques : des discours de promotion à la définition d'un objet et d'une méthodologie de recherche », *Hermes-Journal of Language and Communication Studies*, vol. 44, 2010.

²⁰⁵ AKROUT Houcine et CATHALO Sandrine « Relation entre fans et marques sur Facebook. Quels fondements pour un management efficace des Communautés Virtuelles de Marques ? », *La Revue des Sciences de Gestion*, vol. 272, no. 2, 2015, pp. 31-42.

²⁰⁶ Ibid.

Donc, Facebook permet aux fans d'être visibles, de partager à un public de son choix son identité, son profil de *fangirl* ou de *fanboy*. Et aussi de discuter avec des utilisateurs qui possèdent les mêmes passions. Ainsi le fan se socialise en faisant de nouvelles rencontres et en se faisant de nouveaux amis. Cependant, pour le cas des fans de Star Wars, nous faisons face en majorité à des disputes. La *fandom* se déchire et forme deux clans, ces deux clans tentent de montrer leur expertise mais aussi leur niveau de « fan-itude ». On peut d'ailleurs s'interroger sur comment ce conflit est-il né ? Est-ce que les fans se rendent volontairement sur Facebook afin d'y participer ?

Comme nous l'avons vu tantôt, un conflit se déroule dans un lieu public où les acteurs du conflit dialoguent à travers différents médias devant des téléspectateurs qui regardent afin de voir le déroulement des controverses. Bien que les articles qui traitent des controverses ne mentionnent pas les réseaux sociaux, ce sont des médias, ils permettent à des utilisateurs de dialoguer entre eux et donc, de participer en tant que spectateur aux conflits. Les acteurs de la controverse, les fans peuvent lire et discuter de ce conflit, car Facebook et plus précisément ces types de pages sont publics donc tout le monde y a accès. Ils peuvent partager également de manière publique leur avis. Facebook est un réseau social qui permet de produire « des messages destinés à se répandre parmi un public beaucoup plus large que le cercle amical des proches et des liens forts. »²⁰⁷ En plus de se créer des liens sociaux, les réseaux sociaux sont aussi des moyens de faire une présentation de soi à travers un profil mais aussi cela permet à l'utilisateur d'exposer plusieurs facettes de son identité²⁰⁸, Dominique Cardon constate deux dynamiques de processus d'individualisation. La première dynamique est un processus de subjectivation dans lequel « les personnes [peuvent] extérioriser leur identité dans des signes qui témoignent moins d'un statut incorporé et acquis que d'une capacité à faire (écrire, photographier, créer...). » En l'occurrence, les admirateurs de la franchise veulent exposer leurs compétences propres c'est à dire la connaissance de l'univers du film, la capacité de rire d'une controverse et de bien argumenter un point de vue. Et enfin, la seconde dynamique est le processus de simulation ce qui conduit les fans « à endosser une diversité de rôles exprimant des facettes multiples, et plus ou moins réalistes, de leur personnalité ». Les réseaux sociaux donnent la possibilité de créer divers personnages, et c'est sans doute pour cela que le conflit se situe principalement sur internet. On peut déduire que les réseaux sociaux donnent plus de liberté, plus de parole car les

²⁰⁷ AKROUT Houcine et CATHALO Sandrine « Relation entre fans et marques sur Facebook. Quels fondements pour un management efficace des Communautés Virtuelles de Marques ? », *La Revue des Sciences de Gestion*, vol. 272, no. 2, 2015, pp. 31-42.

²⁰⁸ CARDON Dominique, « Réseaux sociaux de l'Internet », *Communications*, vol. 88, no. 1, 2011, pp. 141-148.

utilisateurs peuvent rester anonymes et ou se créer des faux profils. Par ailleurs, les réseaux sociaux ne contrôlent pas les propos des utilisateurs, sauf s'ils sont signalés. Cependant sur Facebook, certains utilisateurs utilisent leurs vrais noms et ils montrent leurs visages avec leurs photos de profil. Mais d'autres créent de faux profils pour rester anonymes en mettant de faux noms, et en mettant des images issues de la culture populaire. J'ai pu trouver cela avec les fans de Star Wars, qui se cache derrière une image de Dark Vador. L'anonymat est un moyen permettant de se sentir plus à l'aise pour exprimer son opinion. Mais concernant les individus qui ne se cachent pas, comment arrivent-ils à avoir une parole plus libre ? On peut déduire que leur facilité à interagir se justifie par le simple fait que les fans dialoguent avec des inconnus, ils ne se connaissent pas. De plus, il y a une barrière entre eux, l'écran de leur ordinateur ou de leur smartphone. En effet, cela les empêche de pouvoir voir physiquement et par conséquent inclut plus de sécurité pour eux comme l'explique Mary Leontsini et Jean-Marc Leveratto :

« Cette communauté transcenderait toutes les formes de communauté existantes car Internet permet à l'individu de se libérer de son corps, et circuler dans l'espace et de nouer des relations interpersonnelles par l'intermédiaire de l'écran de son ordinateur domestique, sans avoir à rentrer en contact physique direct avec autrui »²⁰⁹

De plus l'auteur ajoute que les réseaux sociaux enlèvent la contrainte d'une représentation sociale dans les interactions de face à face, cela leur permet d'être plus ouverts, les individus osent plus dialoguer dans les réseaux sociaux que dans le *In Real Life* (IRL)²¹⁰.

Les fans ont diverses raisons d'utiliser les réseaux sociaux dont celle de pouvoir plus facilement partager leurs ressentis face aux controverses. Les fans ont éprouvé différentes émotions depuis le rachat et ils se sentent obligés de partager toutes ces joies ou ces peines et colères. Ils ont « souvent le besoin d'interagir et de communiquer avec les autres, de participer activement à des rituels sociaux et de les vivre collectivement, comme pour contrecarrer son impression d'insuffisance individuelle. »²¹¹

Les Anti-Disney, face à la réception du film, eut une volonté de partager leur colère et leur déception face aux nouveautés de Disney. Quant au Pro-Disney ils cherchèrent désespérément à partager leur amour pour cette nouvelle saga et la frustration qu'ils étaient en train de cumuler

²⁰⁹ LEONTSINI Mary et LEVERATTO Jean-Marc, « Internet et la construction du goût littéraire : le cas de *critiqueslibres.com* », *Sociologie de l'Art*, vol. opus 7, no. 2, 2005, pp. 63-89.

²¹⁰ Acronyme utilisé dans les réseaux sociaux pour désigner « la vraie vie » en dehors d'internet.

²¹¹ COURBET Didier, FOURQUET-COURBET Marie-Pierre, et MARCHIOLI Audrey, « Les médias sociaux, régulateurs d'émotions collectives », *Hermès, La Revue*, vol. 71, no. 1, 2015, pp. 287-292.

pour les Anti-Disney. Facebook a cette capacité de jouer un rôle « d'ordre social et culturel supra-ordonné » car le réseau social a la capacité de gérer et de réguler les émotions collectives²¹². Didier Courbet, Marie-Pierre Fourquet-Courbet et Audrey Marchioli le constatèrent à travers la mort du chanteur Michael Jackson, en juin 2009. Facebook est un lieu qui permet aux utilisateurs de s'exprimer et de partager des émotions que d'autres utilisateurs vivent et de partager des émotions inverses, d'où les raisons de ce conflit.

Bien qu'à l'origine les réseaux sociaux soient des outils qui permettent aux fans de se rencontrer, beaucoup me confièrent, surtout ceux que j'ai interrogés, qu'ils évitaient de participer aux débats, et qu'ils évitaient toute page ou site dédiés à Star Wars. Connaissant la controverse, ils préférèrent éviter de participer à un engrenage. Comme me confessa Thomas :

« Si tu trouves un site ou un forum dans lequel les fans se respectent, dis-le-moi. »

Peut-on dire que les réseaux sociaux sont le centre de ce conflit ? Car certains fans luttent contre une maison de production alors que d'autres soutiennent la maison de production et luttent contre les fans résistants. Ce conflit montre un engagement identitaire, des fans qui militent pour leur passion car « La mobilité technologique lui permet, à la demande, quel que soit le lieu où il se trouve, de contribuer favorablement au processus de réagencement identitaire. »²¹³ L'usage des réseaux sociaux permet également une interaction directe avec les acteurs et les producteurs car ils ont eux aussi des pages qui leurs sont dédiés ou qu'ils ont eux-mêmes créés. Les commentaires permettent aux fans de partager leur émotion et leur interprétation de l'œuvre, nous avons mentionné cela tantôt. En général, la fonction des commentaires est de dialoguer avec les contributeurs de la page qui est souvent une personnalité célèbre. Les fans profitent pour partager leur amour pour cette personne, son enthousiasme pour son œuvre favorite. En théorie, les commentaires doivent être lus par le propriétaire de la Page. Mais ici, je constate le cas contraire. Les commentaires ne sont pas dédiés aux contributeurs des Pages mais aux fans. Le détournement de la fonction des commentaires est un moyen pour les fans de Star Wars de se montrer et d'attirer l'attention des fans du clan adverse.

²¹² Ibid.

²¹³ Ibid.

Le fan comme on l'a vu précédemment, passe la plupart de son temps à promouvoir sa passion, en en discutant avec ses proches, en pratiquant des activités liées à celle-ci (fan-film, blog ...). Le fan est totalement dévoué à sa passion et « passe une grande partie de son temps, de son énergie et de son argent à valoriser son objet d'attachement » comme le déclara Fabien Hein²¹⁴. Et l'auteur les considère comme des coproducteurs de premier plan, car les fans à l'instar des producteurs d'industries culturelles promeuvent leur passion. Depuis l'avènement des réseaux sociaux, on leur mâche le travail. Mais l'usage de cet outil est surtout plus pour attirer l'attention et moins de partager leurs ressentis. Nous allons voir comment les fans tentent d'attirer l'attention, mais avant, voyons le type de langage que les acteurs du conflit utilisent pour justement attirer l'attention.

b) Le langage

Dans ce conflit, les fans partagent une passion commune, or ils n'arrivent pas à s'entendre. **Beaucoup de fans évitent de participer à cette dispute**, les personnes que j'ai interrogées m'ont confié qu'ils n'osaient pas participer de peur de se faire attaquer. Mais en lisant les commentaires, je constate que participer à ce conflit requiert un certain travail de mise en scène. Tout à fait, ils donnent l'impression de participer à un spectacle, voire un combat verbal. Ce style de combat qui reste proche des concours d'éloquence mais avec un langage plus familier. Les fans tentent de rabaisser leurs adversaires, en s'attaquant à leur statut de fan et ou à ces fautes d'orthographe. Les fans utilisent tous les moyens pour s'attaquer. La chose qui me frappa le plus à la lecture de ces commentaires est l'usage d'images fixes et animés pour alimenter les débats. Comme vous le savez sans doute, les images ont beaucoup de places dans les réseaux sociaux car désormais, il est facile de les envoyer et de les partager car comme l'écrit André Gunthert :

« La photographie connectée résulte de l'alliance du smartphone avec les outils de communication, messagerie instantanée ou réseaux sociaux, sur lesquels l'image peut être transférée immédiatement, par le biais d'opérations élémentaires. Même si cette conjugaison ne

²¹⁴ HEIN Fabien, « Le fan comme travailleur : les activités méconnues d'un coproducteur dévoué », *Sociologie du travail*, vol. 53, n° Vol. 53-n° 1 : 37-51, 2011.

représente qu'une fraction des pratiques amateur, elle s'impose comme une étape emblématique, le symbole de la deuxième révolution de l'image numérique. »²¹⁵

L'image est aussi un outil de communication sur les réseaux sociaux car de nos jours, on peut télécharger et partager une image en un temps record. Désormais, comme le dira André Gunthert, les images sont « plus rapides qu'un message écrit ». On peut utiliser l'image, exposer un photo montage afin de montrer ses sentiments, défendre une cause, ou en l'occurrence s'amuser de la controverse en prenant des mèmes.

L'humour est très utilisé par les fans de *Star Wars*. Déjà à l'annonce de la vente, malgré des réactions diverses, la majorité préféra user de leurs sens de l'humour. Comme le constate, William Proctor qui analysa les réactions des fans de *Star Wars* suite à la vente de *Star Wars*. Il déclara que les fans s'amuserent à travers des mèmes afin de montrer leur terreur face à cette nouvelle²¹⁶. Ce fut le cas avec Sebastian qui lisait des mèmes au sujet de la vente dans lequel l'œuvre de George Lucas combiné à des éléments issus de l'univers de Disney comme par exemple Mickey qui prend la place de l'Empereur (cf. [Figure 3](#)) était détourné.

Le mème internet, appelé plus couramment un mème est une image souvent issue de la culture populaire déclinée, par l'ajout d'un texte en grand caractère, sous une autre forme puis reprise et partagée en masse sur internet²¹⁷. Ce phénomène est très important dans la culture du web et plus particulièrement dans l'univers de *Star Wars*. Effectivement, les fans s'amuse énormément à détourner des scènes de *Star Wars*. Les fans reprennent des mèmes pour partager des sentiments, les mèmes sont aussi des satires. De plus, en dehors de l'amusement et du détournement d'une œuvre le mème est un outil de communication pour critiquer et se moquer d'un événement dans l'actualité ou encore des comportements de la vie de tous les jours. Le mème utilise « l'humour sous toutes ses formes » à travers un texte qui parle à tout le monde. L'image est aussi très importante dans le message du mème, l'image doit interpeller les destinataires, ils doivent comprendre la signification de l'image pour comprendre l'humour. Comprenez-vous pourquoi le mème est très utilisé par les acteurs de la controverse ? Dans le

²¹⁵ GUNTHERT André, « L'image conversationnelle », *Études photographiques*, 31 | Printemps 2014, [En ligne], mis en ligne le 10 avril 2014.

²¹⁶ WILLIAM Proctor, « 'Holy crap, more Star Wars! More Star Wars? What if they're crap?': Disney, Lucasfilm and Star Wars online fandom in the 21st Century », *Participations*, Volume 10, Issue 1, 198-224, 2013.

²¹⁷ Wikipédia

conflit, connaître l'univers est l'élément central des débats et le mème répond à ces critères sans oublier que cela ajoute de l'animation dans le débat :

« Le mème Internet peut se comprendre comme une rumeur, un débat ou une blague à forte circulation sur la Toile. En considérant les actes de communication constitutifs du mème comme des pratiques d'énonciation. »²¹⁸

Le mème est une nouvelle forme de communication, notamment durant les controverses ou les débats publics car le mème est accessible à tous. Ainsi la controverse peut être comprise par tous puisque dans le débat, les fans – dans les commentaires donc – utilisent des termes précis, du vocabulaire issu de l'univers de Star Wars, des références à des œuvres de l'UE, des mots écrits en abrégé (par exemple KOTOR qui est Knight Of The Old Republic²¹⁹). Cela permet de restreindre la compréhension du message à un public connaisseur du monde fictionnel de Star Wars tandis que le mème vise un public beaucoup plus large. Et puis, c'est un moyen permettant de se mettre en avant et de faire rire l'assemblée, mais pas seulement. Il peut servir à critiquer un commentaire, par exemple, les fans Pro-Disney s'en servent pour exprimer leur exaspération face à des commentaires de plainte écrits par un fan Anti-Disney. Néanmoins, les mèmes ne sont pas l'unique forme de communication avec image que les fans utilisent dans les commentaires car il y a en outre des images animées, appelé des GIF. Le réseau social Facebook donne la possibilité de partager des images dans les conversations. En effet, en plus d'envoyer des messages écrits, il est possible d'envoyer des GIF ou des images afin d'exprimer ces sentiments. Facebook tente de vivre au rythme des utilisateurs d'internet car de plus en plus d'individus se servent de l'image comme outil de communication. Ainsi Facebook fait des partenariats avec des auteurs de sites dédiés aux mèmes et aux GIF afin d'offrir un large répertoire d'images à partager.

Cette controverse nous permet de voir l'évolution de l'interaction sociale dans les réseaux sociaux, désormais les mots ne sont pas les seuls éléments permettant de décrire ses sentiments. Les images sont des moyens pour faire divertir et attirer l'attention de ceux qui participent ou

²¹⁸ RENAUD Clément, « Les mèmes internet : dynamiques d'énonciations sur le réseau social chinois Sina Weibo », *Travaux de linguistique*, vol. 73, no. 2, 2016, pp. 27-43.

²¹⁹ Knight of The Old Republic est un jeu vidéo sorti en 2003.

qui lisent les commentaires, l'image participe à un nouveau mode de communication et participe à l'évolution de la langue.

Nous avons vu que la façon de communiquer dans la controverse est importante. Elle donne la possibilité d'attirer l'attention, de montrer ces compétences, son savoir et sa capacité à divertir et utiliser de l'humour dans des moments de tensions. Nous avons vu comment les fans montrer l'attention, concentrons-nous sur le pourquoi de cette attention.

c) L'attention

Facebook permet aux utilisateurs d'avoir un libre accès aux commentaires et leur admet une liberté d'expression quasi-absolue c'est-à-dire qu'ils peuvent tous les lire et peuvent écrire tout ce qu'ils veulent. Une controverse lorsqu'elle est publique gagne en visibilité. Et Facebook est un lieu idéal pour cela puisque les admirateurs de *Star Wars* proviennent du monde entier pour échanger. Mais les fans lorsqu'ils écrivent leurs messages ont en tête des destinataires particuliers bien évidemment d'abord les autres fans puis les producteurs de Lucasfilm.

Oui, en premier lieu les fans, parce qu'il est vrai que le conflit se cristallise surtout entre eux. Ils se disputent sur la façon dont les studios Disney mettent en avant la franchise, s'ils respectent les codes de l'univers de celle-ci. Participer à ces débats publics est important pour les fans, cela est une forme d'engagement, de militantisme, un « sentiment d'obligation morale de rester dans la relation »²²⁰. Il veille également à la continuité de la franchise en disant là où ça ne va pas. Les fans ne sont pas uniquement des consommateurs, mais des « coproducteur » de la franchise. Ils sont actifs sur les réseaux sociaux et l'auteur²²¹ reprend une notion de M. Hammond qui nomme les fans actifs des *communicative membership*. En effet, ils participent à leur façon dans la continuité de la franchise en aimant des pages dédiés et en publiant des commentaires afin d'exprimer leur avis. Le but est aussi de maintenir l'existence de la communauté, gagner en visibilité, obtenir le buzz.

De plus, Hammond repère aussi des fans qui ne participent pas à la continuité de la franchise ou qui y participent mais de façon discrète. Il les nomme les *Quiet membership*. Les *Quiet*

²²⁰ AKROUT Houcine et CATHALO Sandrine « Relation entre fans et marques sur Facebook. Quels fondements pour un management efficace des Communautés Virtuelles de Marques ? », *La Revue des Sciences de Gestion*, vol. 272, no. 2, 2015, pp. 31-42.

²²¹ Ibid.

membership, bien qu'ils soient discrets, sont sollicités par les fans actifs car ils savent que ces fans silencieux connaissent le conflit et que certains d'entre eux lisent les commentaires pour voir son avancé. Je propose une autre appellation pour les fans silencieux, je me permets de les appeler des « lecteurs fantômes ». Cette notion est utilisée par les utilisateurs du réseau social, Wattpad - une plate-forme qui permet à des écrivains amateurs de partager leur fiction²²² - lorsqu'un utilisateur lit des fictions sans laisser de commentaires ou de « like ». Désormais par contre les lecteurs fantômes/*quiet membreship*, montrent leur présence à travers des réactions, en mettant des « J'adore », « Grr » etc. Malgré leur silence, les fans les plus discrets animent à leur façon le conflit en tenant le rôle de spectateur, ceux qui jettent des roses lorsque le spectacle leur plait ou des tomates en cas inverse. Les fans actifs sont conscients de leur présence et comme je l'ai montré tantôt, ils utilisent toutes les méthodes possibles pour obtenir la réaction la plus positive et donc de gagner le combat contre le fan adversaire. Concernant les lecteurs fantômes, Marion est un fan silencieux, tout comme Sebastien et Maxime, ils voient les conflits et évitent de les alimenter. Ainsi, ils n'y participent pas.

De plus, les fans actifs attirent l'attention d'autres fans actifs, j'ai ressenti cela à travers les fans Pro-Disney. Leurs commentaires ont une sorte d'ouverture qui leur donne la possibilité de faire un débat ou de se disputer encore plus. Voici un exemple de commentaire :

Mais la priorité n'est certainement pas les fans silencieux. Ils veulent surtout que les commentaires soient vus et lus par les producteurs de Lucasfilm.

Les Pro-Disney sont réellement ce que Fabien Hein pointe du doigts, des producteurs en puissance, en plus d'être des consommateurs (les fans sont ravis des teasers...). Dans les commentaires, ils livrent un véritable combat à l'encontre des fans de Star Wars afin de mettre en avant les films Disney, en expliquant pourquoi ils sont de bons films et en contredisant les fans Anti-Disney qui les dévalorisent.²²³

Mais cela marche-t-il vraiment ? Je l'ignore, mais cependant les fans Anti-Disney semblent avoir l'avantage face aux fans Pro-Disney, prenant l'exemple d'un événement en 2018, c'était la

²²² Charlène Marques écrit son mémoire sur ce réseau social.

²²³ HEIN Fabien, « Le fan comme travailleur : les activités méconnues d'un coproducteur dévoué », *Sociologie du travail*, vol. 53, n° Vol. 53-n° 1 : 37-51, 2011.

sortie du spin-off sur le personnage Han Solo, *Solo : A Star Wars Story*. Le film était un échec bien avant sa sortie puisque les fans Anti-Disney ont débuté une campagne contre le film. Durant le tournage du film, lors de l'annonce de l'acteur qui allait reprendre le rôle de Han Solo, beaucoup de fans ont critiqué cette nouvelle, à leurs yeux, Harrison Ford, l'interprète original de Han Solo, est Han Solo. Pas un autre. Puis durant le tournage avec le renvoi des réalisateurs Phil Lord et Chris Miller pour des différents artistiques, les fans ont crié aux scandales et ont critiqué l'approche des studios Disney qui semble ne laisser aucune liberté aux réalisateurs. Dans la partie précédente, j'avais mentionné que les fans Anti-Disney considéraient Disney comme un dictateur. Cette nouvelle en était une parfaite illustration pour eux, ce qui a même provoqué la mise en difficulté la promotion du film. À sa sortie le film Solo obtint 392 924 807 de dollars de recette mondiale, alors que le premier spin-off *Rogue One* rapporta 1 134 813 286 de dollars de recette et l'épisode 8 de *Star Wars* a atteint 1 411 492 724 \$ dans le box-office²²⁴. Face à cet échec, Lucasfilm annula les projets de spin-off, celui sur Boba Fett, le chasseur de prime et sur Obi-Wan Kenobi. Les spin-off restent en attente. Concernant les films principaux, durant la *Star Wars* célébration, Kathleen Kennedy, la PDG de Lucasfilm annonça qu'après la sortie de l'épisode 9, il y aurait une pause entre le dernier épisode et la prochaine trilogie annoncée pour décembre 2022. Les producteurs sont à l'écoute des fans et ils ont conscience que les fans ont un réel pouvoir sur l'avenir de leur projet. De plus, l'épisode 9 fut victime de « troll »²²⁵. En février 2019, dans le site *Rotten Tomatoes*²²⁶, les fans ont tenté de donner un score négatif pour le neuvième épisode afin qu'ils atteignent le fameux zéro avant qu'ils ne sortent. Le teaser et le titre du film n'étaient même pas encore annoncés.

Les producteurs sont impuissants face aux fans, et les réseaux sociaux ne font qu'amplifier cette campagne de dénigrement. L'usage des médias est un moyen de se faire entendre. Et à travers les exemples que j'ai montrés, on peut voir la force des, cela met en difficulté les producteurs qui doivent être à leur écoute. Lucasfilm ne s'en cache plus notamment sur la gestion du planning des prochains films, de plus, même le réalisateur J.J Abrams tente de rassurer les fans, en disant qu'il ne fera pas un remake pour le prochain épisode. Face à cette controverse, les producteurs semblent être impuissants. Ils doivent être à l'écoute des attentes exigeantes des fans afin de réduire les conflits qui deviennent viraux et qui peuvent entacher la réputation de

²²⁴ Les chiffres sont issus de : <http://www.jpbox-office.com>

²²⁵ Sur Internet, un Troll est une personne qui, sur un forum, aborde un sujet à controverse provoquant de vives réactions et des discussions à n'en plus finir. (Source : Wikipedia)

²²⁶ Un site internet américain qui permet aux internautes de donner un score à un film, le site est une référence sur les notations des films.

Lucasfilm, car les fans ont beaucoup de part dans le succès *de Star Wars*. Et avoir une communauté déchirée, cela peut compliquer les choses or « les réseaux sociaux relayent les opinions des consommateurs de façon difficilement contrôlable »²²⁷.

Les réseaux sociaux alimentent le conflit entre les Anti-Disney et les Pro-Disney, on peut dire que cela est même l'agora de ce conflit. Non seulement **pas** son accessibilité, tout le monde peut avoir accès, personne n'est censuré donc il est simple pour les fans de participer à ce conflit mais aussi pour s'y exposer pour être vu et entendu par d'autres fans qui en retour les répondent et qui cela créé un conflit dans la communauté. Mais aussi par les producteurs qui semblent les entendre pour redorer l'image de la production. Désormais concentrons-nous sur les réseaux de ce conflit qui vient principalement de l'interprétation de la saga par les fans et nous allons voir comment ce conflit d'interprétation remet en question le statut de l'auteur.

²²⁷ AKROUT Houcine et CATHALO Sandrine « Relation entre fans et marques sur Facebook. Quels fondements pour un management efficace des Communautés Virtuelles de Marques ? », *La Revue des Sciences de Gestion*, vol. 272, no. 2, 2015, pp. 31-42.

II. Conflit d'interprétation

a) L'attachement pour l'œuvre

Dans une interview en 2015 avec Charlie Rose²²⁸, George Lucas confia durant la création de *Star Wars* qu'il voulait faire un film pour les enfants afin de mieux faire passer son message. Nous pouvons dire que le réalisateur américain réussit son coup, car l'univers *Star Wars* a marqué des millions d'individus et notamment les enfants. Je ressentis cela lorsque durant mes enquêtes, toutes les personnes que j'ai interrogées m'ont confirmée qu'ils avaient tous découvert *Star Wars* durant leur enfance grâce à un proche. De plus, l'œuvre a la particularité de toucher différente génération. Assurément, *Star Wars* est principalement composé de trois trilogies et chaque trilogie est sortie à une période qui pouvait toucher une nouvelle génération. La première trilogie, la trilogie originale est sortie entre 1977 et 1983. Cette génération, Martine en fait partie, elle découvrit les aventures de Luke Skywalker et de ses compagnons. De plus, elle me déclara durant notre entretien qu'elle avait une préférence indéniable pour cette trilogie. Alors que sa fille Marion, elle, a une préférence pour la prélogie, la deuxième trilogie sortie entre 1999 et 2005. Tout comme Maxime qui possède un attachement incommensurable pour cette trilogie malgré qu'il soit très critique envers elle²²⁹. La troisième trilogie, quant à elle, a touché une nouvelle génération, et comme elle, la prochaine trilogie en touchera une autre ... Celle de mon neveu. Lucasfilm en joue dans le teaser de *l'Ascension de Skywalker*, on retrouve la phrase : « *Every Generation has a Legend* » que l'on peut traduire par, « Chaque génération a une légende ». Les fans prennent acte aussi de cette particularité de *Star Wars* comme en témoigne ce commentaire sur le teaser de *l'Ascension de Skywalker* :



Céline "Chaque génération à une légende"

Pour moi c'est ça Star Wars.

Je ne compare pas les trois trilogies, chacune correspond à une génération d'enfants et de jeunes qui tombent amoureux de la saga. Quand j'étais enfant, mes parents me montraient Star Wars, puis ils sont sortis au cinéma et Anakin est devenu ma légende Star Wars, maintenant que je suis adulte, une nouvelle trilogie sort et remplit d'étoiles les yeux de nouveaux enfants.

C'est ça la beauté de Star Wars. Trêve de débats stériles sur les qualités et défauts des épisodes respectifs ! Vive Star Wars !

J'aime · Répondre · 2 sem



Capture d'écran d'un commentaire issu de la page Facebook « Rejoins le côté obscur, on a des cookies ».

²²⁸ ROSE Charlie, « Interview with George Lucas », 2015. <https://www.youtube.com/watch?v=6jWtbJxzGpQ>

²²⁹ Notamment le personnage Anakin Skywalker

Star Wars a bouleversé plusieurs générations ce qui peut expliquer que les fans sont très attachés à l'œuvre et qu'ils participent activement aux réseaux sociaux pour promouvoir ou débattre sur l'objet de leur affection. Les fans Pro-Disney sont ravis de revoir leur saga favorite au cinéma et profite ainsi de revivre leur enfance comme en témoigne le commentaire ci-dessus. Mais aussi, cela est l'occasion pour les fans de la génération de l'originale et de la prélogie de partager cet évènement avec leurs enfants comme le fit Martine avec Marion et comme le père de Sebastian le fit avec son fils mais pour la trilogie originale cependant. Quant aux Anti-Disney, malgré la déception, ils continuent à montrer de l'attachement pour *Star Wars* et c'est pour cela qu'ils restent déçus de la troisième trilogie qui ne semblerait pas conformer aux films précédents.

L'attachement est très fort dans la communauté de fan de *Star Wars*. Dans l'article de William Proctor²³⁰, il rencontra des fans qui lui expliquèrent leur amour pour la saga. Un des individus lui déclara qu'il définissait *Star Wars* comme « *a composite of biology, culture and Star Wars.* »²³¹ Pour lui *Star Wars* fait partie de son ADN. D'autres individus lui témoignèrent de l'importance que prenait *Star Wars*. La saga avait marqué leur enfance et influençait donc leurs perceptions de la vie. Un fan dans l'article dira même que *Star Wars* était un « *important life lessons* ». Marion aussi me déclara que *Star Wars* était une leçon de vie sur la définition du mal et du bien.

Chaque fan est attaché à l'œuvre à un niveau différent. Néanmoins, l'univers *Star Wars* a touché une partie de la communauté des fans également via son extension. Et cela a eu pour conséquence d'influencer leur avis sur la troisième trilogie. Je fais référence à l'Univers Étendu.

Souvenez-vous, l'Univers Étendu (l'UE) sont des romans, bandes dessinées, des séries télévisuelles et des jeux vidéo qui reprennent des éléments de l'univers de *Star Wars*. Depuis que les studios Disney possèdent Lucasfilm, ils mirent fin à la publication de l'histoire centrale de l'UE datant d'avant 2012 pour en créer une nouvelle plus adaptée à la troisième trilogie. Ainsi, l'UE d'avant Disney fut renommé l'UE Légende alors que l'UE de Disney est nommé l'UE canon, car il est désormais officiel. Cette décision fut mal prise par certains fans, par exemple Thomas était en colère lorsque Lucasfilm ferma LucasArt, la filiale de jeux vidéo.

²³⁰ WILLIAM Proctor, « 'Holy crap, more Star Wars! More Star Wars? What if they're crap?': Disney, Lucasfilm and Star Wars online fandom in the 21st Century », *Participations*, Volume 10, Issue 1, 198-224, 2013.

²³¹ Ibid.

Mais le PDG Robert Iger resta ferme sur sa décision car pour lui, « *The Star Wars universe now has more than 17,000 characters inhabiting several thousand planets and spanning 20,000 years.* »²³²

L'univers de *Star Wars* fut transposé dans des comics, romans et jeux vidéo et certains fans profitèrent pour découvrir davantage l'univers de leur franchise favorite. Par exemple, Sebastian jouait enfant à des jeux vidéo, il se souvient du jeu sur le personnage Boba Fett. Ou encore, Thomas et Maxime qui lisaient certains romans ou comics issus de l'UE. La découverte de cet univers permet aux fans de rencontrer et de mieux connaître des personnages secondaires, le chasseur de prime Boba Fett qui avait peu de temps à l'écran gagna de cette manière une notoriété dans la communauté. Cela encouragea des auteurs à publier des histoires sur le chasseur de prime. Les récits se déroulent des années avant²³³ ou après²³⁴ le récit principal, ou entre les différents films de la trilogie.

Les fans sont réellement attachés à cet univers, et lorsque l'émergence d'une nouvelle trilogie fut annoncée, les fans pensaient voir les personnages issus de l'UE sur grand écran. Finalement, Disney décida de créer un nouvel univers et laissa l'UE, dite Légende, de côté. L'accueil était mitigé, d'un côté, certains, les Pro-Disney majoritairement trouvaient que cela était justifié car l'UE Légende possède diverses incohérences avec les films. C'était l'occasion de corriger cette erreur. Alors que certains pensaient que Disney aurait dû garder l'UE puisque, surtout les Anti-Disney affectionnent les récits issus de l'UE Légende par exemple *Star Wars : La Croisade Noire du Jedi Fou*. Cette série de roman était à l'origine la « troisième trilogie » car les événements du récit se déroulent cinq ans après le *Retour du Jedi*. Le premier roman de cette trilogie sortie en 1992, fait suite aux aventures de Luke Skywalker, qui tente d'établir la paix dans la Nouvelle République avec sa sœur jumelle enceinte malgré des difficultés auxquelles ils font face : Un groupe de résistant cherchant à rétablir l'Empire. Ce roman est considéré comme la troisième trilogie, et il est très apprécié par les fans, car ces livres ont introduit deux personnages cultes dans l'UE Légende, le Grand Amiral Thrawn, l'antagoniste qui veut rétablir l'Empire et Mara Jade, ancienne apprentie de l'Empereur qui veut la mort de Luke Skywalker mais qui finit par l'épouser.

²³² WILLIAM Proctor, « 'Holy crap, more Star Wars! More Star Wars? What if they're crap?': Disney, Lucasfilm and Star Wars online fandom in the 21st Century », *Participations*, Volume 10, Issue 1, 198-224, 2013.

²³³ Par exemple, *The Old Republic* se déroule 4 000 ans avant la trilogie originale

²³⁴ Par exemple, *Star Wars : Legacy* dont l'histoire se déroule 134 ans après la trilogie originale

L'UE porte beaucoup d'intérêt à ce que souhaitent les fans. Lucasfilm reste à l'écoute et réintroduit des personnages dans l'UE canon tel que le Grand Admiral Thrawn qui fit un retour remarqué dans la série d'animation, *Star Wars Rebels*. L'attachement pour l'UE influe certains fans, notamment les Anti-Disney. Or chacun a sa propre interprétation de l'œuvre. C'est ainsi que je me suis demandé si l'interprétation des différents fans avaient une influence dans le conflit.

b) Réappropriation de l'œuvre

Avant de conclure, attardons-nous sur la réappropriation de Star Wars par les fans. La réappropriation est définie comme un « fait de s'approprier à nouveau, de refaire sienne une culture, un bien perdu »²³⁵. Le terme est repris et discuté dans les *Fan Studies*. Henry Jenkins parle de comment les nouvelles technologies, notamment internet a permis aux fans de s'approprier son œuvre favori, de le détourner sous une autre forme et de le partager²³⁶. Parmi les réappropriations les plus connus sont les fanfictions. Les fanfictions sont des histoires écrites par des fans qui s'inspirent de leur univers favori²³⁷. Dans les fanfictions, les fans proposent leurs propres interprétations de leur œuvre favorite. Ils peuvent également s'intégrer eux-mêmes dans l'œuvre et participer aux aventures de leurs personnages favoris. De plus, les fanfictions sont aussi vues comme une critique de l'œuvre, comme le déclara Sébastien François, les fanfiction sont des moyens pour les fans d'avoir une aptitude critique sur leur fiction favorite²³⁸. Ainsi Henry Jenkins considère la fanfiction comme symbolisant la fascination de l'œuvre, mais aussi comme un moyen de partager sa passion à autrui. Un peu comme les fans de Star Wars Pro-Disney. Certes, ils n'usent pas de fanfictions pour parler de leur soutien à Disney, mais à travers les commentaires, ils essaient de montrer leur enthousiasme pour cette nouvelle trilogie. Henry Jenkins ne s'arrête pas là pour les fans fictions, en plus d'être un moyen pour les fans de partager leur fascination, c'est aussi un moyen de montrer leur frustration²³⁹. En effet, les fans ne peuvent pas être systématiquement satisfaits de tous les déroulements de leur œuvre. Certains

²³⁵ Universalis, définition de réappropriation : <https://www.universalis.fr/dictionnaire/reappropriation/>

²³⁶ JENKINS Henry, *La Culture de La Convergence Des Médias Au Transmédia*. A. Colin, 2006.

²³⁷ FRANCOIS Sébastien, « Les fanfictions, nouveau lieu d'expression de soi pour la jeunesse ? », *Agora débats/jeunesses* N° 46(4), p.58–68, 2007.

²³⁸ BOURDAA Mélanie « « ICI JE SUIS MOI-MÊME » : APPARTENANCE, LITTÉRATIE ET GENRE DANS LES COMMUNAUTÉS DE FANS DE THE FLASH ET ARROW », *Revue de recherches en littérature médiatique multimodale* 4, 2016.

²³⁹ Ibid.

le font comprendre en partageant dans les réseaux sociaux leurs mécontentement. Par exemple, lorsque le personnage de la série télévisuelle *Game of Throne* Jon Snow meurt, les fans partagèrent leur colère. Ainsi le personnage retourna dans la série lors de la saison suivante. Dans les fanfictions, les fans réadaptent leur œuvre selon leur envie, en donnant plus de visibilité à un personnage peu développé par exemple ou en imaginant une romance qui ne serait pas susceptible d'exister dans la véritable version. Pour les fans Anti-Disney de *Star Wars*, les commentaires leur permettent d'exprimer cette frustration et non pas la fanfiction comme le prône Jenkins.

Bien qu'à l'origine les commentaires sont des fonctionnalités permettant de partager son ressenti. Sur Facebook, les commentaires des fans sont bien plus développés : Il s'adresse aux producteurs, ils permettent majoritairement aux fans de s'interpeller entre eux et surtout ils permettent de faire partager l'interprétation propre de *Star Wars* et de la nouvelle trilogie que les fans ont. De cette manière, les fans proposent chacun son propre argument tiré de l'accumulation d'informations liées à l'univers et n'hésitent pas à rabaisser celui avec qui il débat. Cela fait écho aux travaux de David Peyron sur la culture Geek²⁴⁰. Il constata une différence d'interprétation entre les fans masculins, majoritairement des geeks avec les fans féminins. En effet, les fans masculins ont une différente façon d'interpréter leur œuvre favorite, David Peyron constata que les fans masculins sont bien plus attentifs à l'univers en général alors que les fans féminins s'intéressent bien plus aux personnages. Mélanie Bourdaa transposa le constat de David Peyron à travers les fans des séries télévisuelles de l'Arrowverse²⁴¹, ces séries reprennent les aventures de super-héros de comics. Mélanie Bourdaa constata que les fans masculins de la série portent bien plus d'intérêt sur l'univers comme par exemple, comment les show-runner de la série télévisuelle ont repris des éléments des comics dans la série. Alors que les fans féminins se sentent plus concernés par les personnages, notamment les couples, par exemple dans la série *The Flash*, les fans féminins suivent surtout les aventures du couple Barry Allen alias *The Flash* et Iris West. Si on retourne dans les travaux de David Peyron sur la controverse de *Fake Geek girl*²⁴², l'auteur constate que les fans masculins ont du mépris pour les fans féminins qui ont une différente interprétation de l'œuvre, au point de ne pas les

²⁴⁰ PEYRON David, *culture geek*, Fyp Editions, Limoges, 2012.

²⁴¹ L'Arrowverse est l'ensemble des séries télévisuelles issu de l'univers de DC Comic et diffusé dans la chaîne américaine, CW, à savoir, *Arrow*, *The Flash*, *Super-Girl* et *DC's Legend of Tomorrow*

²⁴² PEYRON David, "De la fake geek girl au vrai geek. L'appropriation des univers de fiction dans la culture geek, outil de hiérarchisation genrée", *Fan studies & gender studies : la rencontre*, Téraèdre, 2017.

considérer comme des fans. Ce point rejoint les fans de Star Wars avec les Pro et les Anti qui du fait de leur différente interprétation n'arrivent pas à s'entendre.

Nous venons de voir que la réappropriation d'une œuvre avait différente facette, elle équivaut à une certaine fascination ou frustration pour son œuvre favorite. Mais face à la réappropriation que peut-on apprendre ? Tout d'abord, la réappropriation est une sorte d'apprentissage des fans. En effet, à travers elle, les fans développent des compétences, pour l'écriture par exemple avec les fanfictions ou sur des logiciels de montage de photos et de vidéos. Les fans de Star Wars apprennent à développer leur sens critique, d'argumenter et surtout la répartie. Mais la récupération de l'œuvre par les fans a des limites notamment la place de l'auteur face aux productions des fans. Henry Jenkins montre que le web offre beaucoup d'ouverture aux fans, en démocratisant la culture populaire. Cependant, cette liberté remet en question le statut des producteurs et des auteurs. George Lucas créateur de *Star Wars* est malgré lui dans la tourmente. George Lucas a créé une œuvre qui a touché des millions de spectateurs à sa plus grande surprise. Mais selon les fans, la place de George Lucas est remise en question. Les fans ont leurs propres interprétations de l'œuvre et il fit face à cette problématique depuis la sortie du *Special Edition*. La remastérisation de Star Wars déplut à certains fans, notamment le *Han Shot First*. Alors que Lucas voulait corriger une erreur et faire le *Star Wars* qu'il avait en tête depuis toujours. Mais les fans ont aimé l'œuvre dans son état original, et ils mettent à l'écart l'avis du créateur. Un fan dans le film documentaire, *The People V George Lucas*, déclara que désormais Star Wars n'appartenait plus à George Lucas mais au public, notamment aux fans, car *Star Wars* est le premier film à être entré dans l'Institut American. Ce qui rend le film public signifiant qu'il appartient donc au peuple. Ainsi pour le fan, *Star Wars* n'a aucun droit de modifier son œuvre. Mais George Lucas refuse qu'on lui retire les droits de « ses bébés »²⁴³ et malgré la vente et qu'il ne soit plus le président de Lucasfilm, il continue d'avoir un droit de regard sur l'œuvre, il reste dans l'ombre mais continue à prodiguer des conseils.

A travers ce conflit, on peut voir que les fans possèdent un attachement pour Star Wars, avec des interprétations différentes cela rend impuissant les producteurs qui doivent répondre aux désirs des fans. Nous avons vu cela à travers les spin-off qui, suite aux mauvais accueils de *Solo : A Star Wars Story*, ont été annulé, ou pour la prochaine trilogie, suite à la demande des fans, ils ont décidé de ne pas toucher l'histoire des Skywalker. Les fans ont le contrôle aux détriments des producteurs mais surtout de son créateur.

²⁴³ Propos tenu par George Lucas lui-même dans l'interview avec Charlie Rose en 2015

CONCLUSION

Ainsi nous arrivons à la fin. Au commencement, nous constatons que depuis le 30 octobre 2012, le jour où George Lucas vendit sa maison de production à The Walt Disney, une division naquit au sein de la communauté des fans de *Star Wars*. Deux clans sont nés, d'un côté les fans Anti-Disney, les fans qui sont contre l'implication des studios Disney de la franchise. Et de l'autre côté, les fans Pro-Disney qui à l'inverse des fans Anti-Disney, acceptent et apprécient les nouveautés que Disney a apporté à la saga de George Lucas. **Evidemment, cette division est surtout présente depuis la sortie du septième épisode de la nouvelle trilogie** où chaque fan partageait ces avis et cela créa des **débats et des tensions**. Les choses ne s'améliorent pas avec la sortie du huitième film, et sans doute nous vivrons la même chose en décembre 2019 avec la sortie de la finale de cette trilogie, ou bien aurons-nous une situation plus calme ?

Etudier la communauté de fan de *Star Wars* est riche et intéressant, surtout venant d'une fan des trilogies. Mais le sujet reste complexe, surtout à cause du dynamisme du sujet. En effet, au cours de cette étude, j'étais face à divers actualités, d'autant plus, l'étude tombe l'année où le dernier épisode de la troisième trilogie sera en salle. Donc, l'actualité de *Star Wars* fut très riche, mais hélas suivre ces actualités étaient difficile car j'étais face à de multiples commentaires de fan. Si le temps m'était permis, sans doute j'aurai pu en tirer davantage d'éléments.

Souvenez-vous de notre objectif : c'était d'essayer de répondre à une question enfin à des questions, à savoir celles-ci : **Comment expliquer ce conflit entre les fans de *Star Wars* qui partagent pourtant une seule et même passion ? De quelle manière les fans exposent cette controverse sur les réseaux sociaux ? Et dans quelle mesure ces oppositions viennent remettent en question la nature de l'œuvre cinématographique et de son auteur à travers l'appropriation des fans ?**

Reprenons ces questionnements point par point.

De quelle manière les fans exposent cette controverse sur les réseaux sociaux ? Nous avons vu que les réseaux sociaux sont les lieux centraux de ce conflit. Les fans de *Star Wars* sembleraient s'orienter dans ces sites afin d'exprimer leur avis depuis que The Walt Disney Studio possède les droits de la franchise de *Star Wars*. Nous avons également vu que les réseaux sociaux sont des lieux qui donnent la possibilité aux fans d'avoir une liberté de parole, la censure

est quasiment absente donc ils peuvent se permettre de dire tout ce qu'ils ressentent et grâce aux réseaux sociaux, les fans peuvent avoir une visibilité, attirer l'attention d'autres utilisateurs, notamment des fans de *Star Wars*. Ils peuvent partager ensemble un avis identique ou un avis inverse. Majoritairement, nous avons vu que les fans de *Star Wars* possèdent différents avis, et c'est ainsi que les querelles sont apparues. De plus, les réseaux sociaux alimentent ces disputes et les fans en profitent pour pouvoir se mettre en avant, montrer son savoir qui selon leur propos justifierait la légitimité de leur statut de fan. Facebook est un réseau social idéal pour les fans, car grâce aux fonctionnalités que je vous ai présentées, c'est-à-dire, les réactions, les « *like* », les commentaires et les pages, les fans peuvent alors s'exposer et se disputer avec d'autres fans. Pour cela les fans se mettent en scène, écrivent leur argument à travers de long texte et surtout, ils utilisent de l'humour pour gagner l'avantage dans le conflit et pour attirer des « *like* » de la part des lecteurs fantômes. Pour rappel, les lecteurs fantômes ou des *quiet membership*²⁴⁴ sont des utilisateurs qui lisent les commentaires mais qui ne participent pas aux conflits, mais ils montrent leur présence en réagissant aux commentaires. Dans toute controverse, le conflit se déroule dans un lieu public et Facebook est un média public et facile d'accès, ce réseau social reste l'agora de ce conflit. Mais qu'en est-il des autres réseaux sociaux, de Twitter, de Snapchat, des forums etc. Certes, mon travail était orienté vers Facebook, mais il est possible d'analyser ces différents réseaux, d'autant plus que ces réseaux possèdent leurs propres fonctionnalités que les fans peuvent détourner à leur avantage durant ce conflit.

Dans quelle mesure ces oppositions viennent remettre en question la nature de l'œuvre cinématographique et de son auteur à travers l'appropriation des fans ? Les chercheurs spécialisés dans les *fan studies*, ont pointé du doigt l'appropriation des œuvres par les fans. Pour cela, ils ont pris exemple des fan fictions et d'autres pratiques artistiques et techniques faites par les fans²⁴⁵. A travers les techniques des fans, les auteurs ont déduit comment ces pratiques ont permis aux fans de s'impliquer dans leur univers favori, en le promouvant, en proposant des fan-arts ou en écrivant des fictions à la gloire de leur univers favoris. Cependant, comme le pointa Henry Jenkins, les productions sont des preuves d'amour et de frustration. J'ai ressenti cela à travers les commentaires des fans de *Star Wars*. Certes, eux n'utilisent pas les fan fictions ou les fan arts pour exprimer leur avis et leur interprétation, mais c'est à travers les

²⁴⁴AKROUT Houcine et CATHALO Sandrine « Relation entre fans et marques sur Facebook. Quels fondements pour un management efficace des Communautés Virtuelles de Marques ? », *La Revue des Sciences de Gestion*, vol. 272, no. 2, 2015, pp. 31-42.

²⁴⁵FRANCOIS Sébastien, « Les fanfictions, nouveau lieu d'expression de soi pour la jeunesse ? », *Agora débats/jeunesses* N° 46(4), p.58-68, 2007.

commentaires que les fans se réapproprient de *Star Wars* et qu'ils posent leur avis et leur analyse des films pour montrer où les choses vont bien et où les choses ne vont pas bien. Les fans prêtent beaucoup d'importance à leur avis et donc à l'interprétation de l'œuvre. Par exemple, nous avons vu avec Marion comment pour elle, les masques ont beaucoup d'importance dans l'univers de *Star Wars*, et c'est l'une des raisons pour lesquelles elle a dû mal avec la nouvelle trilogie et notamment avec le personnage de Kylo Ren qui retire son masque au milieu du film. Ou comme Thomas qui apprécie le huitième qui renouvelle le récit de *Star Wars*. On peut voir à travers eux, qu'ils possèdent chacun leur interprétation de l'œuvre. Les fans veulent se porter comme expert de *Star Wars* au point de rejeter l'avis des producteurs mais surtout de son créateur George Lucas. Il est le créateur de *Star Wars*, mais son avis ne semble plus importer. Souvenez-vous du scandale du *Special Edition*, la remastérisation de la trilogie originale qui a été mal accueillie par les fans. J'ai mentionné la remise en question du statut de l'auteur face aux fans qui interprètent à leur façon son œuvre. Par exemple, dans l'univers *Star Wars*, un récit était au cœur de la Prélogie, celle de la légende de l'Élu²⁴⁶, les fans continuent à débattre pour savoir qui est l'Élu alors que George Lucas avait clairement précisé que l'Élu est Anakin Skywalker²⁴⁷. Pourtant, plus de dix ans après cette déclaration, les fans continuent de débattre à propos de ce sujet, bien que le créateur ait précisément spécifié qui était l'Élu. Nous avons abordé ce point sur le statut de l'auteur. Mais cette question mérite d'être plus développée. Mélanie Bourdaa a écrit un article sur l'appropriation des travaux des fans par des producteurs²⁴⁸, elle nous montre l'importance de ces pratiques et l'importance de la place des fans dans la continuité de l'œuvre. Mais n'existerait-il pas des limites et des dangers face à cette réappropriation ? Henry Jenkins mentionna les limites des technologies, qui donne un accès illimité aux contenus pour les fans mais aussi une facilité à promouvoir leurs travaux et les producteurs sont impuissants face à cela, nous l'avons vu avec le cas des fans films avec George Lucas. Très peu de travaux parlent de ces limites, une étude est utile pour aborder ce sujet.

Comment expliquer ce conflit entre les fans de Star Wars qui partagent pourtant une seule et même passion ? Henry Jenkins dans son ouvrage *Textual Poachers*, nous montre l'importance de la communauté de fans. En effet, le fan possède un attachement pour sa communauté et Mélanie Bourdaa le développa dans son article sur les fans de la série *Arrow* et

²⁴⁶Dans *Star Wars*, une prophétie de Jedi raconte qu'un élu, un sensible à la Force, allait rééquilibrer la Force en propageant le bien dans toute la galaxie.

²⁴⁷Documentaire, « L'Élu » extrait des bonus, du DVD *Star Wars épisode III : La Revanche des Siths*.

²⁴⁸BOURDAA Mélanie, « La promotion par les créations des fans. Une réappropriation du travail des fans par les producteurs », *Raisons politiques*, vol. 62, no. 2, 2016, pp. 101-113.

*The Flash*²⁴⁹. La communauté de fan est une communauté qui rassure les fans qui rencontrent et découvrent d'autres individus qui partagent la même passion. Dans son ouvrage, Henry Jenkins casse les préjugés sur les fans qui sont ceux du fan qui n'a pas de vie sociale pour passer plus de temps sur sa passion²⁵⁰. Mais il nous prouve qu'au contraire, le fan se socialise constamment, et même que sa passion lui permet d'élargir sa sphère sociale, même si cela le contraint d'être moins ouvert avec des non-fans. Pour revenir sur mon point, la communauté de fan est soudée. Or, avec les fans de *Star Wars* nous voyons l'inverse. Cette communauté de fan est divisée, les fans s'attaquent entre eux, ils s'insultent et ils se rabaissent. De plus, la communauté de fan tente de sélectionner le fan parfait à savoir, celui qui possède un savoir convenable pour être membre de cette communauté. Le fan qui connaît les répliques et qui comprend les références liées à l'univers. Si cela n'est pas le cas, alors il est banni de la communauté. Cela fait écho aux travaux de Sarah M. Corse et Jaime Hartless, mentionné dans l'article de Mélanie Bourdaa²⁵¹ qui découvrit une hiérarchisation au sein de communauté. Celui qui est dans le plus haut de l'échelle et celui qui est expert sur son œuvre de passion, et celui qui est au plus bas qui possède une petite connaissance. Alors que celui qui ne sait rien sera alors exclu de la communauté. En lisant des travaux des *fan studies*, j'étais étonnée de voir l'absence de fusion et d'entre-aide entre les fans de *Star Wars*. Au début de mon enquête, j'étais partie dans l'idée que le conflit était propre aux fans de *Star Wars*. Or à travers mes entretiens et les commentaires sur Facebook, j'arrivais à cette conclusion : non, les fans de *Star Wars* n'étaient pas la seule *Fandom* à se disputer. Toutes communautés de fan font face à des conflits. Par exemple, les fans d'*Harry Potter*, les Potterhead, se disputent à propos de la place du spin-off, *Les Animaux Fantastiques*, dans l'univers d'*Harry Potter*. Les fans de Rammstein²⁵² sont divisés depuis la sortie du dernier album du groupe, car une partie des fans juge cet album loin du style du groupe alors que d'autres saluent ce renouvellement. Les fans ne sont pas constamment soudés, ils se disputent et ils sont divisés pour créer des clans et une sous-communauté. Les conflits différents d'une communauté à une autre. Certains sont des conflits générationnels et d'autres des conflits de genre etc.

²⁴⁹BOURDAA Mélanie « « ICI JE SUIS MOI-MÊME » : APPARTENANCE, LITTÉRATIE ET GENRE DANS LES COMMUNAUTÉS DE FANS DE THE FLASH ET ARROW », *Revue de recherches en littérature médiatique multimodale* 4, 2016.

²⁵⁰Le no-life

²⁵¹BOURDAA Mélanie « « ICI JE SUIS MOI-MÊME » : APPARTENANCE, LITTÉRATIE ET GENRE DANS LES COMMUNAUTÉS DE FANS DE THE FLASH ET ARROW », *Revue de recherches en littérature médiatique multimodale* 4, 2016.

²⁵²Un groupe de Métal Allemand.

La *fandom menace* n'est donc pas propre à la communauté de fan de Star Wars. Chaque communauté possède ses propres controverses, ainsi une étude plus approfondie mérite d'analyser les conflits dans les *fandoms*. Les conflits ne seraient-ils pas une forme de socialisation propre aux fans ?

Bibliographie

Fan Studies

BAHAUD Myriam, « Transmedia storytelling : quand l'histoire se conçoit et se construit comme une licence », *Terminal. Technologie de l'information, culture & société*, n° 112 : 77-88, 2013.

BARNABE Fanny, « Autour du jeu vidéo : la culture de la réappropriation », *Culture, le Magazine Culturel de l'Université de Liège*, 2013.

BONNEFANT Maude, « Le même numérique : étude sémiotique des réseaux à partir des concepts de trace et d'indice », *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, n° 12 : 27-42, 2014.

BOURDAA Mélanie « « ICI JE SUIS MOI-MÊME » : APPARTENANCE, LITTÉRATIE ET GENRE DANS LES COMMUNAUTÉS DE FANS DE THE FLASH ET ARROW », *Revue de recherches en littératie médiatique multimodale* 4, 2016.

BOURDAA Mélanie, « Les fans studies en question : perspectives et enjeux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 7 | 2015.

BOURDAA Mélanie, « « Taking a break from all your worries » : Battlestar Galatica et les nouvelles pratiques télévisuelles des fans », *Questions de communication*, n° 22 : 235-250, 2012.

BOURDAA Mélanie. « La promotion par les créations des fans. Une réappropriation du travail des fans par les producteurs », *Raisons politiques*, vol. 62, no. 2, 2016, pp. 101-113.

CHAPELAIN Brigitte, « La participation dans les écritures créatives en réseaux : de la réception à la production », *Le français aujourd'hui*, vol. N° 196, n° 1 : 45-56, 2017.

FRANCOIS Sébastien, « Les fanfictions, nouveau lieu d'expression de soi pour la jeunesse ? », *Agora débats/jeunesses* N° 46(4), p.58-68, 2007.

GALLUZZO Anthony, et GALAN Jean-Philippe, « L'apport de l'ethnographie multisite à l'étude du consommateur fan », *La Revue des Sciences de Gestion*, vol. 261-262, no. 3, 2013, pp. 139-145.

HEIN Fabien, « Le fan comme travailleur : les activités méconnues d'un coproducteur dévoué », *Sociologie du travail*, vol. 53, n° Vol. 53-n° 1 : 37-51, 2011.

JENKINS Henry, « Panorama historique des études de fans », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 7 | 2015, mis en ligne le 30 septembre 2015

JENKINS Henry, « The poachers and the stormtroopers: cultural convergence in the digital age », in Philippe Le Guern (dir.), *Les cultes médiatiques : Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses universitaires de Rennes : 343-378, 2015.

JENKINS Henry, *La Culture de La Convergence Des Médias Au Transmédia*. A. Colin, 2006.

JENKINS Henry, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Routledge, 1992.

JENSON Joli « Fandom as Pathology : The Consequences of Characterization », *Fan culture and Popular Media*, ed. LEWIS Lisa A, p.9-29, 1992.

JULLIER Laurent, *Star Wars, anatomie d'une saga*, Armand Colin, 2006, nouvelle édition 2014.

LE BART, Christian. « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », *Revue française de sociologie*, vol. 45, no. 2, 2004, pp. 283-306.

PEYRON David, « De la *fake geek girl* au vrai geek. L'appropriation des univers de fiction dans la culture geek, outil de hiérarchisation genrée », *Fan studies & gender studies : la rencontre*, Téraèdre, 2017.

PEYRON David, « Enjeux identitaires et communautaires des noms de *fandoms* », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 7 | 2015

PEYRON David, « Quand les œuvres deviennent des mondes. Une réflexion sur la culture de genre contemporaine à partir du concept de convergence culturelle », *Réseaux*, vol. 148-149, no. 2, 2008, pp. 335-368.

PEYRON David, *culture geek*, Fyp Editions, Limoges, 2012.

PLANTE Flavie, « Pratiques de fan et dynamiques culturelles. Le pouvoir des fictions audiovisuelles dans une société créole », *Communication. Information médias théories pratiques*, n° Vol. 32/1, 2013.

RENAUD Clément, « Les mêmes internet : dynamiques d'énonciations sur le réseau social chinois Sina Weibo », *Travaux de linguistique*, vol. 73, no. 2, 2016, pp. 27-43.

SEGRE Gabriel. « On ne naît pas fan, on le devient », *Sciences Humaines*, vol. 280, no. 4, 2016, pp. 29-29.

WILLIAM Proctor, « 'Holy crap, more Star Wars! More Star Wars? What if they're crap?': Disney, Lucasfilm and Star Wars online fandom in the 21st Century », *Participations*, Volume 10, Issue 1, 198-224, 2013.

Controverse

BERA Matthieu, « Durkheim versus Lang. La controverse scientifique comme démonstration de force », *Raisons politiques* 2012/3 (n° 47), p. 83-113.

BERTRAND Jean-Pierre, SAINT-AMAND Denis, et STIENON Valérie, « Les querelles littéraires : esquisse méthodologique », *CONTEXTES. Revue de sociologie de la littérature*, n° 10, 2012.

CALLON Michel, « Pour une sociologie des controverses scientifiques », in Akrich, M., Callon, M. et Latour, B., *Sociologie de la traduction, textes fondateurs*, Paris, Presses des Mines de Paris, 2006, p 135-157

HUET Romain et SARROUY Olivier, « Le fleuve et ses berges : la sociologie des controverses, ou la négation de l'existence », *Hermès, La Revue*, vol. n° 73, n° 3 : 101-108, 2015.

LEMIEUX Cyril, « À quoi sert l'analyse des controverses ? », *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, vol. 25, no. 1, 2007, pp. 191-212.

LILTI Antoine ? « Querelles et controverses. Les formes du désaccord intellectuel à l'époque moderne », *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, vol. 25, no. 1, 2007, pp. 13-28.

PESTRE Dominique, « L'analyse de controverses dans l'étude des sciences depuis trente ans. Entre outil méthodologique, garantie de neutralité axiologique et politique », *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, 2007/1 (n° 25), p. 29-43.

PROCHASSON Christophe et RASMUSSEN Anne, « Du bon usage de la dispute », *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, vol. n° 25, n° 1 : 5-12, 2007

PROCHASSON Christophe, « Les espaces de la controverse », *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, vol. n° 25, n° 1 : 141-155, 2007.

VIALA Alain, « Un temps de querelles », *Littératures classiques*, vol. 81, no. 2, 2013, pp. 5-22.

Culture de masse et populaire

ADORNO Theodor et HORKHEIMER Max, *Kulturindustrie : raison et mystification des masses*, Paris : Edition Allia, impr. 2011.

ARSENAULT Dominic et PERRON Bernard, « L'empire vidéoludique : comment les jeux vidéo ont conquis l'univers de *Star Wars* », *Décadrages*, 8-9 | 2006, 98-105.

BAHAUD Myriam, « Transmedia storytelling : quand l'histoire se conçoit et se construit comme une licence », *Terminal. Technologie de l'information, culture & société*, n° 112 : 77-88, 2013.

BOILLAT Alain, « Introduction : des films, un monde. Lectures de *Star Wars* », *Décadrages*, 8-9 | 2006, 9-41.

BOURDAA Mélanie, « Le transmedia storytelling », *Terminal. Technologie de l'information, culture & société*, n° 112 : 7-10, 2013.

CARACO Benjamin, « Theodor Adorno, Max Horkheimer, Kulturindustrie. Raison et mystification des masses », *Lectures*, 2012.

CHARTOIRE Renaud, « Plongée dans l'univers de *Star Wars* », *Alternatives Économiques*, vol. n° 352, no. 12, 2015, pp. 70-70.

FORQUIN Jean-Claude, « Bourdieu (Pierre). — La distinction : critique sociale du jugement », *Revue française de pédagogie*, vol. 55, n° 1 : 35-38, 1981.

GAUTHIER Christophe, « Mélancolie des industries culturelles », *Histoire d'O. Mélanges d'histoire culturelle offerts à Pascal Ory*, Histoire contemporaine, 2017.

MORIN Edgar, « CULTURE - Culture de masse », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 8 mars 2019.

MORIN Edgar, *L'esprit du temps. Essai sur la culture de masse*, Paris, Bernard Grasset, 1962 (rééd. Paris, Armand Colin, 2008).

MOURIAUX René, « Pierre Bourdieu, La Distinction, 1979 », *Sociologie du travail*, vol. 22, n° 4 : 475-477, 1980.

ORY Pascal « 'Culture populaire', 'culture de masse' : une définition ou un préalable ? » *Dix ans d'histoire culturelle*, Villeurbanne : Presses de l'enssib, 2011.

PASQUIER Dominique, « La « culture populaire » à l'épreuve des débats sociologiques », *Hermès, La Revue*, vol. n° 42, n° 2 : 60-69, 2005.

PEYRON David, « Quand les œuvres deviennent des mondes. Une réflexion sur la culture de genre contemporaine à partir du concept de convergence culturelle », *Réseaux*, vol. 148-149, no. 2, 2008, pp. 335-368.

TRAVERSO, Enzo. « Adorno et les antinomies de l'industrie culturelle », *Communications*, vol. 91, no. 2, 2012, pp. 51-63.

TYLOR Edward, *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Language, Art and Custom*, Mineola, New York: Dover Publications Inc, 2016.

Réseaux sociaux

AKROUT Houcine et CATHALO Sandrine « Relation entre fans et marques sur Facebook. Quels fondements pour un management efficace des Communautés Virtuelles de Marques ? », *La Revue des Sciences de Gestion*, vol. 272, no. 2, 2015, pp. 31-42.

BONENFANT Maude, « Le mème numérique : étude sémiotique des réseaux à partir des concepts de trace et d'indice », *RISCP*, 12 | 2014, 27-42.

CARDON Dominique, « Réseaux sociaux de l'Internet », *Communications*, vol. 88, no. 1, 2011, pp. 141-148.

COURBET Didier, FOURQUET-COURBET Marie-Pierre, et MARCHIOLI Audrey, « Les médias sociaux, régulateurs d'émotions collectives », *Hermès, La Revue*, vol. 71, no. 1, 2015, pp. 287-292.

DOLE-LOUVEAU DE LA GUIGNERAYE Christine et DUTEIL-OGATA Fabienne, « Mettre en ligne un contenu numérique en anthropologie visuelle. Problématiques et méthodes », *Journal des anthropologues. Association française des anthropologues*, n° 130-131 : 331-356, 2012.

GUNTHERT André, « L'image conversationnelle », *Études photographiques*, 31 | Printemps 2014, [En ligne], mis en ligne le 10 avril 2014.

LECOCQ Titiou et LISARELLI Diane, *Encyclopédie de la webculture*, Groupe Robert Laffont, 2011.

LEONTSINI Mary et LEVERATTO Jean-Marc, « Internet et la construction du goût littéraire : le cas de *critiqueslibres.com* », *Sociologie de l'Art*, vol. opus 7, no. 2, 2005, pp. 63-89.

RENAUD Clément, « Les mêmes internet : dynamiques d'énonciations sur le réseau social chinois Sina Weibo », *Travaux de linguistique*, vol. 73, no. 2, 2016, pp. 27-43.

STENGER Thomas et COUTANT Alexandre, « Les réseaux sociaux numériques : des discours de promotion à la définition d'un objet et d'une méthodologie de recherche », *Hermes-Journal of Language and Communication Studies*, vol. 44, 2010.

Webographies

(DE LA) VALETTE Phalène, « Star Wars, patrimoine mondial de l'humanité », *Le Point.fr*, 2015. https://www.lepoint.fr/pop-culture/cinema/star-wars-patrimoine-mondial-de-l-humanite-06-11-2015-1979605_2923.php

« STAR WARS – Combien coûterait la construction de l'Étoile noire ? », *Big Browser Blog, Le Monde*, 2012. <http://bigbrowser.blog.lemonde.fr/2012/02/23/star-wars-combien-couterait-la-construction-de-letoile-noire/>

BERNARD Alexandre, « Star Wars : les créateurs de Game of Thrones vont commencer la nouvelle trilogie », *Le Figaro*, 2019. <http://www.lefigaro.fr/cinema/2019/02/14/03002-20190214ARTFIG00117--star-wars-les-createurs-de-game-of-thrones-vont-commencer-la-nouvelle-trilogie.php>

BIRKEN Maxime, « L'actrice Kelly Marie Tran de "Star Wars" supprime toutes ses photos Instagram », *HUFFPOST*, 2018. https://www.huffingtonpost.fr/2018/06/05/lactrice-kelly-marie-tran-de-star-wars-supprime-toutes-ses-photos-instagram_a_23451324/

BLOCK Alex Ben, « 5 Questions With George Lucas: Controversial 'Star Wars' Changes, SOPA and 'Indiana Jones 5' », *The Hollywood Reporter*, 2012.

<https://www.hollywoodreporter.com/heat-vision/george-lucas-star-wars-interview-288523>

BURWICK Kevin, « Lucasfilm Saves Darth Vader Fan Film from Disney Copyright Claim », *Movie Web*, 2019 <https://movieweb.com/star-wars-boycott-lucasfilm-returns-darth-vader-fan-film/>

CAGNARD Maximilien, « Lucasfilm Games : pour faire de nouveaux jeux Star Wars, Disney rouvre le studio », *Jeuxactu.com*, 2019. <https://www.jeuxactu.com/lucasfilm-games-des-nouveaux-jeux-star-wars-a-venir-par-disney-117644.htm>

Cobain, « Disney va censurer plusieurs de ses œuvres sur Disney+ », *fanactu.fr*, 2019. https://www.fanactu.com/univers/disneyplus/11541-disney-va-censurer-plusieurs-de-ses-oeuvres-sur-disney?fbclid=IwAR2Bwyvj5iamxOyOJF3O1rTOF2RWe5nDg2xMSRgY0ZjUa4sQQll_F5rPGhc

CROISSET Laure, « Star Wars : un démarrage record pour "Les Derniers Jedi" », *Challenges*, 2017. https://www.challenges.fr/cinema/les-chiffres-fous-de-la-saga-star-wars_520092

DUNAND Jérémie, « Brooklyn Nine-Nine : après l'annulation par Fox, NBC ressuscite la série et commande une saison 6 », *Allociné*, 2018.

http://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_article=18672917.html

FAUVEAU Valentin, « Le recours au Jedi », *Le Monde des religions*, 2018.

http://www.lemondedesreligions.fr/une/le-recours-au-jedi-14-11-2018-7657_115.php

HOLSON Laura M., « How the Tumultuous Marriage of Miramax and Disney Failed », *The New York Times*, 2005. <https://www.nytimes.com/2005/03/06/movies/how-the-tumultuous-marriage-of-miramax-and-disney-failed.html>

IMBERT Thomas, « Star Tours : on a testé la nouvelle attraction de Disneyland Paris », *Allocine.fr*, 2015. <http://www.allocine.fr/diaporamas/cinema/diaporama-18661624/>

La rédaction, « L'intelligence collective », *Journal du net*, 2019.

<https://www.journaldunet.fr/management/guide-du-management/1204891-l-intelligence-collective/>

LAUSSON Julien, « Les showrunners de Game of Thrones vont écrire le prochain Star Wars », *numerama.com*, 2019. <https://www.numerama.com/pop-culture/513038-les-showrunners-de-game-of-thrones-vont-ecrire-le-prochain-star-wars.html>

Lehigh News « So You Want to Build the Death Star ? », 2012.
<https://www2.lehigh.edu/news/so-you-want-build-death-star>

MARENTI Boris, « "Star Wars" : comment LucasFilm mise sur ses fans », *L'Obs*, 2013.
<https://o.nouvelobs.com/pop-life/20130728.OBS1270/star-wars-comment-lucasfilm-mise-sur-ses-fans.html>

RENAULT Jean-Maxime, « "Captain EO" quitte Disneyland Paris : l'histoire méconnue de l'attraction culte avec Michael Jackson », *Allocine.fr*, 2015.
http://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_article=18640932.html

STRICOT Matthieu, « La Voie Jedi, une nouvelle religion ? », *Le Monde des religions*, 2015
http://www.lemondedesreligions.fr/actualite/la-voie-jedi-une-nouvelle-religion-23-02-2015-4577_118.php

TROLLION CAPUCINE, « "Star Wars" : le combat au sabre laser devient officiellement un sport en France », *RTL*, 2019. <https://www.rtl.fr/culture/super/star-wars-le-combat-au-sabre-laser-devient-officiellement-un-sport-en-france-7797004107>

VALAIS Lucie, « "Star Wars" : le pistolet-laser de Han Solo vendu 550.000 dollars aux enchères », *RTL*, 2018. <https://www.rtl.fr/culture/super/star-wars-le-pistolet-laser-de-han-solo-vendu-550-000-euros-aux-encheres-7793863226>

Vidéographies

« Une extension Chrome évite les spoilers Star Wars », *MacGeneration*, 2015.
<https://www.macg.co/logiciels/2015/11/une-extension-chrome-evite-les-spoilers-star-wars-91961>

GALANO Sébastien, *Les fans de la Force*, Youtube.com, 2016.

George Lucas, une saga de 40 ans, <https://www.youtube.com/watch?v=rtLML6J5Dxw>.

PHILIPPE, Alexandre O., dir, *The People vs. George Lucas*, BAC Films, 2010

ROSE Charlie, « Interview with George Lucas », 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=6jWtbJxzGpQ>

Sources

501st Legion : <https://www.501st.com/>

Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales : <https://cnrtl.fr/>

Jbox Office : <http://www.jpbox-office.com>

Larousse : <https://www.larousse.fr/>

LE DICTIONNAIRE : <https://www.le-dictionnaire.com/>

Linternaute : <https://www.linternaute.com/>

Planète Star Wars : <https://www.planete-starwars.com/>

R2 Builder : <http://www.r2builders.fr/>

Rebel Legion : <http://www.rebellegionfrance.com/>

Reverso Dictionnaire : <https://dictionnaire.reverso.net/>

Star Wars Universe : <https://www.starwars-universe.com/>

The Official Star Wars Website : <https://www.starwars.com/>

Universalis : <https://www.universalis.fr/>

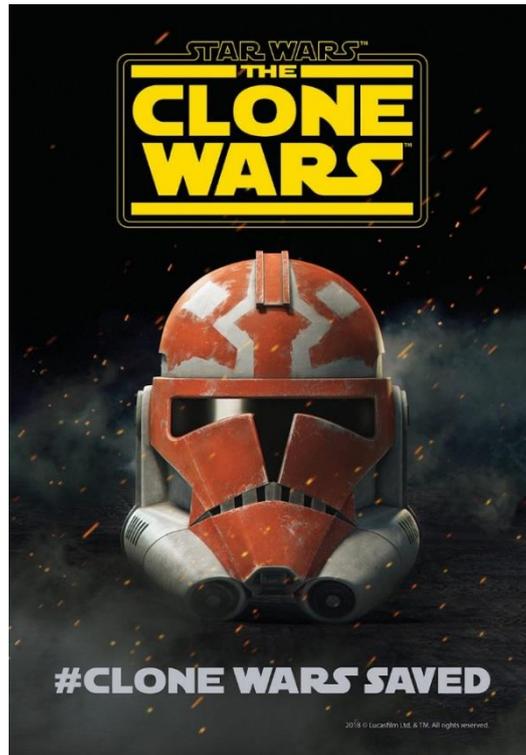
Wikipedia : https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Accueil_principal

Annexe

Table des matières

Figure 1	107
Figure 2	107
Figure 3	108
Figure 4	108
Figure 5	109
Figure 6	111

Figure 1 :



Affiche promotionnelle de la saison 7 de Star Wars : The Clone Wars, présenté lors de la San Diego Comic Con de 2018.

Figure 2 :



Capture d'écran de la publication de « Fan ActU ».

Figure 3 :



Montage de retrouvé dans les commentaires de la publication « Fan Actu », auteur inconnu.

Figure 4 :



Capture d'écran de la publication de « Troll de Geek ».

Figure 5 : Exemple de conflit en ligne.

Un mème publiait dans la page Facebook « Rejoins le côté obscur, on a des cookies », se moquant de la *fandom* de Star Wars qui récolta plus de 450 commentaires.



Capture d'écran d'une publication humoristique de « Rejoins le côté obscur, on a des cookies »

Un exemple de commentaire sous la publication. Ce commentaire récolta 80 réponses d'autres fans.



Capture d'écran d'un commentaire ressemblant à un fan Pro-Disney

Exemple de commentaires qui répondent au commentaire ci-dessus. Nous pouvons voir des fans qui soutiennent ce commentaire, ou critique en argumentant.

 **Florent**



J'aime · Répondre · 7 sem   10

 **Vincent** c'est la faute de Jar Jar d'abord   4

J'aime · Répondre · 7 sem

Capture d'écran d'un commentaire de soutien avec l'usage de GIF qui récolta des réactions.

 **Kevin** Franck Lieutaud On parle d'Ewok?
Ok, alors dis-moi quand est-ce que les Porgs ont sauvé tes protagonistes ou servi le scénario?

C'est sûr qu'il serait impossible de faire un spin-off sur eux tellement ils sont insignifiants...

Je ne dis pas que le film sur les Ewoks est bon, loin de là, mais calibré uniquement pour les gosses à l'époque et sur des personnages qui ont servi le scénario dans le résolution de la trilogie.

Star Wars, et sa nouvelle trilogie est censée couvrir plusieurs générations de fans, le projet n'a pas les mêmes ambitions dès le départ!

Perso, bien qu'ayant grandi avec la trilogie originale, je n'ai jamais craché sur la prélogie qui elle au moins, respecte les codes de SW!

Ce n'est, de toute évidence, pas le cas de la postlogie, ou on essaie de nous faire croire que tout est neuf alors qu'on recycle pas mal de choses en prenant soin d'écarter les codes qui ont fait de la première trilogie, une saga fédératrice!

J'aime · Répondre · 7 sem · Modifié    22

Capture d'écran d'un commentaire de réponse d'un fan Anti-Disney

Figure 6 : Un extrait de l'entretien avec Marion et Martine.

Chez Marion et Martine, à Emerainville, mars 2019.

Présentez-vous

Martine : Martine, 67 [ans], retrait, avant j'étais analyste financière chez la BNP, j'ai un master à la finance, j'étais enceinte de Marion, j'avais 42 ans quand j'ai passé l'examen. J'ai repris mes études très tard. Et maintenant, je suis adjointe-maire, quand j'ai quitté ma vie professionnelle, je suis rentrée dans des associations, parce que quand j'étais à la BNP comme analyste financière, je donnais des cours d'analyse financier, quand j'ai arrêté de travailler, je donnais des cours d'alphabétisations.

Marion : C'est Marion, j'ai 25 ans, actuellement je suis en M1 en cultures et métiers du web. Avant cela, j'ai fait des études de graphisme pendant trois ans, j'ai fait une licence en infographie, avant cela j'ai fait un BTS. Je travaille dans une entreprise de pétrole, comme graphiste dans le service communication.

Quand avez-vous découvert Star Wars ?

Martine : Quand c'est sorti ! C'était il y a 40 ans de cela. J'ai découvert et j'étais passionnée, parce qu'à l'époque... En fait les effets spéciaux de Star Wars étaient quelques choses d'inhabituelles. Ce n'était pas le genre de film qu'on voyait à l'époque. Que ce soit effets spéciaux ou histoire. Donc j'ai découvert ce film à l'époque... Et donc quand les trois premiers sont sortis, en fait, Star Wars c'est trois trilogies et je crois qu'au départ, ils ont sorti la deuxième trilogie

La deuxième trilogie ?

Martine : Les trois premiers [La trilogie originale] au début, ils ont sorti, les 4, 5 et 6. Parce que George Lucas pensait que c'était ... que ce serait le plus vendable. Et franchement, j'étais passionnée par ces films. Et j'ai vu toutes les évolutions des effets spéciaux.

Marion : C'est impressionnant quand tu vois les tous premiers et les évolutions des effets spéciaux.

Martine : Les premiers ont été repris par George Lucas, il a rénové certaines choses [*Special Edition*] qu'il trouvait que les effets spéciaux s'étaient améliorés. Je crois que le gros crapaud ... Comment il s'appelle ?

Marion : Jabba le Hutt.

Martine : Il a refait toutes les images de synthèses. Il estimait que le dialogue avec Han Solo n'était pas terrible. [*Han Shot First*]

Marion : Jabba le Hutt me fait trop peur quand j'étais petite.

Martine : Au début, j'étais perdue. Il a repris l'histoire du milieu. Au début on était avec Han Solo, j'étais perdue, après.

Marion : A l'époque c'était inhabituel de sortir un film de cet ordre.

Martine : Voilà ! Après j'ai fait un week-end avec Marion à les regarder dans l'ordre. Et à chaque fois, ça passe à la télé et on redécouvre.

Marion : C'est ce genre de série avec lequel tu as grandi et tu redécouvre, parce qu'adulte tu n'as pas le même regard.

Martine : C'était incroyable les effets spéciaux. Au début, George Lucas n'arrivait pas à le vendre, personne ne voulait son film. On estimait que ce n'était pas de l'époque.

Marion : Et maintenant que tu regardes, il y a que ce genre de films qui marchent. Toutes les longs séries, d'*Harry Potter*, *Hunger Games*, tout cela se sont inspirés de ... Il y a que ça qui marche.

Martine : Et quand il a signé son film, il a fait en sorte de garder les droits des produits dérivés et c'est ça qui a fait sa fortune.

Marion : Mes parents m'ont fait découvrir Star Wars à 3 ans. Quand j'étais petite, c'est ma mère qui m'a fait découvrir Star Wars. Et quand j'étais petite, on regardait un Star Wars par dimanche. C'est des moments qui m'ont rendu fans. En plus, la deuxième trilogie venait de sortir aux cinémas quand j'étais petite, et c'était incroyable de les voir aux cinémas.

[...]

Quel était votre réaction face à l'achat ?

Marion : Moi je l'ai vu dans les réseaux sociaux d'abord et j'ai vu le bazar que ça a engendré parce que les gens n'étaient tous pas d'accord avec ça. Aux trois quarts c'était des mauvaises réactions et le truc c'est que ... moi j'adore Disney mais vraiment j'adore Disney enfin je regarde tout le temps Disney Channel et ils ont cette manière de faire dans leurs films qui est propre à Disney enfin, ils ont un humour poussé à la dérision extrême, toutes les cinq minutes tu as des blagues tu sais c'est assez un peu foncé. Genre tu mets des blagues toutes les cinq minutes, tu rigoles ou pas mais au fond, ils te mettaient des faux rires, attire leur égo. Disney pour moi s'est très stéréotypés. Je parle des séries Disney, je ne parle pas des dessins animés, c'est très cliché, c'est très stéréotypé. Mais moi j'adore tu vois. Quand je regarde, je passe du bon temps parce que je veux ça. Et je me suis dit, déjà je me suis dit bon Star Wars c'est quelques choses de très sérieux, politique etc. Si on fout du Disney dedans, j'ai peur. Moi j'avais juste peur. Je me disais comment ça allait être retranscrit et est-ce qu'il va avoir du touche humour toutes les 5 minutes poussés à l'extrême en mode dérision, est-ce que on va dédramatiser tous les Disney. J'ai eu juste peur mais je me juste dit comme j'aime les deux, à voir. Je ne me suis pas dit « Non ce n'est pas bien », mais si bon, il [George Lucas] avait besoin de l'argent pour se faire racheter.

Martine : il n'est pas tout jeune

Marion : oui, ouais mais enfin, il a eu un bon chèque

Martine : Enfin, je suis d'accord mais il n'a pas bradé ça non plus.

Marion : à mon avis c'est ça qu'il voulait. Parce que, au départ c'était le mec en mode, « je ne vendrais pas ma saga ».

Martine : Oui au départ oui

Marion : Pour moi, il avait vendu un peu ses fesses, il avait besoin d'argent, ok. Mais je me suis dit, écoutes, t'as beau être fan, c'est comme J.K Rowling, elle fait pareil. Elle fait des suites qui n'ont rien à voir. Mais ils ont besoin d'argent ok, *why not* tu vois. Au début j'étais un peu frileuse dessus. Mais je me suis dit que je vais aller le voir. Je n'ai pas envie de faire la mauvaise langue. J'aime les deux de base. Donc on verra bien.

Martine : Moi j'étais surprise, parce que George Lucas était au début il avait dit qu'il en aurait que trois trilogies. Et après, ça serait terminé.

Marion : Ouais, ils vendent tous leurs fesses parfois.

Martine : Ouais Walt Disney pour moi c'était *Bambi* [Rigole]

Marion : Ah Bambi, il est horrible !

Martine : Enfin des dessins animé, *Mary Poppins*, *les Aristochats*, je ne voyais pas les rapports avec *Star Wars*. Pour moi, c'était deux mondes différents. Mais d'un autre côté, Walt Disney et les studios ils ont franchement les moyens de faire des supers films parce qu'ils ont de l'argent

Marion : en fait, juste pour moi, Disney, ils ne l'ont pas joué film, ils ont juste, ok on va chez George Lucas, mais qui a fait son succès, il faut le garder. On ne peut pas tu vois, surtout, ils savaient très bien que les vrais fans de *Star Wars* des gens qui connaissent l'univers qui connaissaient tout ce qui était déjà en place.

Martine : après je me suis dit, bon on verra après. Mais c'est deux mondes différents. Tu te dis comment ils vont s'adapter avec le monde de George Lucas.

Marion : Mais tu vois *Bambi*, enfin c'est horrible

Martine : Surtout George Lucas, il avait dit qu'il ne mettrait pas son nez dans l'histoire après que Disney.

Marion : Après c'était le risque aussi. Par contre, je n'ai pas trouvé ça cool qu'il dit ça. Tu as vendu tes fesses et tu peux quand même les aider les gens attendent que ça soit comme d'habitude.

Martine : c'est peut-être un accord entre eux

Marion : On ne sait pas, peut-être, après dans les cas j'étais dubitative, je me suis dite qu'on allait le voir au ciné, on va faire la totale, j'ai pris en 3D machin et hop !

Martine : Oui, bon on verra.

Avez-vous suivi les actualités autour du film ? (Choix des réalisateurs, rumeurs ...)

Marion : Pas trop, j'ai un peu fait le dénie, on verra tant que je n'ai pas vu le film. J'ai des aprioris avant. Tout ce qui est racheté tout ce qui est... tu sais tous les mangas ... [...] Je fais un peu de dénie en mode, on verra. Et je ne veux pas savoir tant que je n'ai pas vu le film. Déjà souvent, j'ai des aprioris avant et on verra quand « Je serai au ciné ».

Martine : Moi je n'ai pas écouté les critiques, j'étais étonnée mais on verra, je ne ferai pas attention aux critiques. Je ne fis pas aux critiques des autres, quand on me dit qu'ils n'aiment moi au final j'ai aimé.

Marion : Je l'ai vu à la sortie du film, et ma mère peu de temps après, et quand ma mère m'a vu, ça m'a laissé un peu d'amertume

Ça vous a surpris la sortie de la prélogie ? [À Martine]

Martine : Au départ oui, j'ai su après que ça faisait partie de ces projets.

[...]

Du coup, tu ne dois pas aimer Finn²⁵³ ?

Marion : Dans les personnages de Disney, moi je n'aime pas la fille. Elle est trop prévisible, moi j'ai un apriori : « Elle va faire, elle va faire, elle fait ça et ELLE a fait CA ! »
Pour moi, Finn, c'est la pièce rapportée de Disney, genre il est là pour faire le guignol.

Martine : Ah moi, j'aime le méchant.

Marion : Kylo Ren ? Ah moi c'était le pire ! J'ai hurlé dans le ciné. Quand il a enlevé son masque j'étais : « Non ». Déjà pourquoi tu enlèves ton masque ? Qu'est-ce qui s'est passé ? Non, dans Star Wars, tu n'enlèves pas ton masque, c'est l'emblème. Moi j'étais choquée qu'il enlève son masque aussi vite, je me suis dite : « Pourquoi tu montres ta tête ? », Non vous n'avez pas le droit de faire ça ! C'est tout le truc, c'est l'enjeu de Star Wars, le masque c'est l'emblème tu vois. Bon après *why not*, on peut enlever son masque, mais sa tête en dessous on dirait un émo ! Je me suis dit, on dirait qu'il a 15 ans et qu'il est en dépression. « Moi, je ne suis pas content parce que mon papa n'est pas gentil avec moi », j'étais là genre : « non », mais ça c'est Disney. C'est totalement Disney. Ils sont partis dans le *trip* « C'EST LE MECHANT ! », il faut qu'on voit que c'est le méchant.

Ça vous a choqué quand il a enlevé son masque ? [À Martine]

Martine : Non, ça ne m'a pas choqué

Marion : J'ai hurlé au cinéma, j'ai dit « Oh non ! »

Qu'est-ce qui vous plait chez Kylo Ren ? [À Martine]

²⁵³ Nouveau personnage dans la troisième trilogie

Martine : Sa violence, j'aime les gens violents. Je n'aime pas les gens mous. J'aime les gens violents avec des côtés sombres

Marion : Ce qui m'a soûlé c'est que c'est prévisible avec la version de Disney. Et même les clichés de personnages, dans tous les traits de caractères c'est cliché. Disney fait tout le temps ça ! Et quand tu ne veux pas ça, c'est un peu chiant. Genre la fille, elle est tout le temps "Je suis déterminée", elle m'a soûlé, tout ce qu'elle fait et prévisible. Il n'y a rien de surprenant. Kylo Ren a enlevé son masque, là j'ai dit, Ok. C'est un autre *game* là ! Disney s'est dit, on va faire un peu les cheveux noirs, c'est le méchant, il regarde comme ça. C'est du Disney. Finn est la pièce apportée du Disney. Du coup, c'est celui que j'aime le plus, tu vois ? Parce qu'il n'a rien de Star Wars. C'est vraiment le Disney à 1000 pourcents. Mais du coup, je n'ai pas ce problème bon on a voulu faire du Star Wars, mais version Disney. Tu vois les autres persos, ils ont voulu faire un Star Wars, mais, on met les touches Disney du coup, ça nique ton truc, c'est soit tu fais Disney soit tu fais Star Wars, mais tu ne fais pas des trucs comme ça. Tout est prévisible. Et Finn, tu vois toutes les cinq secondes il fait une blague. C'est très Disney ce qu'il fait, quand je l'ai vu, c'est vraiment un personnage Disney, tu vois le moment où il est attaché, il veut se barrer, il est en mode, Stormtrooper, je ne sais plus, il se cache derrière un mur et il y a un Stormtrooper qui passent et il leur fait un croche patte et ils tombent. Ils te font une scène normale et c'est du Disney ! *[Martine rit]* Ah ouais je regarde et : "Ah ouais, c'est du Disney !" Là, ce n'est pas Star Wars, après tu as tout le monde qui rigolait dans le cinéma. Je me suis dite : « Mais ça c'est du Disney », Mais au moins, tu ne t'attends pas à façonner du Star Wars en Disney, bon le perso est là pour faire rigoler, c'est pour ça avec Finn. C'est genre le guignol le guignol de service, mais du coup très Disney, mais ça passe. Tu vois, il est là et il n'est pas insupportable, les autres, ils m'ont soûlé,

Martine : Moi la fille, je n'ai pas trop aimé. La bimbo.

Marion : Mais ce n'est pas une bimbo.

Martine : Ouais la nana bien foutue ! Non la fille ne m'a pas attiré. Ils n'ont pas pris une grosse, tu vois ce que je veux dire. La fille est passe-partout, elle n'a pas de personnalité pour moi. Le noir, pour moi, je ne l'ai pas calculé, pour moi, il fait partis des ... presque des figurants.

Marion : Justement pas, au contraire, c'est le seul perso que j'aime bien. Voilà ! Au contraire, je le trouve important de façon Disney. Peut-être j'aime Disney de base alors je n'ai pas

Et la scène quand Han Solo Meurt ?

Martine : Ah ! Ça m'a fait mal au cœur !

Marion : Je m'y attendais ! C'était prévisible !

Martine : Mais dès le départ, j'avais compris qu'il allait mourir !

Marion : Petit clin d'œil, genre je vais revenir pour le film et à la fin, je vais mourir !

Martine : De toute façon, je me suis dit que ce monsieur est vieux, il fallait un moment qu'il part.

Marion : Mais il m'a fait rire, un moment au ciné, j'étais la seule à rigoler. Je me suis dite merde alors. Un moment, il court, ah là, un moment, ça suffit ! Il faut arrêter parce que non, il court, il est comme ça [*Imite Han Solo en train de courir*]. Par-contre un moment, tu fais ton âge.

Martine : Dès, le départ, on savait que c'était le dernier pour lui.

Marion : Ah non, pas spécialement. Moi, je me suis dit qu'ils allaient le mettre en mode figurant, de temps en temps. Autant pour dire, je viens parler deux secondes. Et en fait, le film a commencé, j'ai vu le délire et là, ils vont la faire à la Disney.

Martine : Je m'y attendais dès le début, parce qu'il est vieux et bon...

Marion : C'est fini, c'est *Dead*, il a fait son quota. En plus, pour moi, c'était le personnage transition. La grosse prise de risque Disney. Bon, vu qu'on a racheté et que vous n'êtes pas content et qu'on va faire un nouveau truc, on va vous foutre un nouveau perso, et quelques anciens persos, histoires de transitionner tranquillement, puis après il meurt. Et après, on vous met des nouveaux persos.

Martine : D'ailleurs Leia est morte après le film²⁵⁴.

Marion : Du coup, ça ce n'est pas prévu.

Martine : C'était son dernier film, elle avait 60 ans cette femme.

Marion : Je pense qu'elle comptait la garder.

Martine : Si non, autrement, ils l'auraient fait mourir aussi.

Marion : Non, je ne pense pas.

Martine : Tu crois ?

Marion : Je ne crois pas non, ils ont déjà tué un perso, mais le but, c'est de ne pas tous les tuer et de laisser dans les premiers films comme ça, on transitionne très correctement. Puis, après, vous les verrez peut-être plus, mais ils ne seront pas mort tu vois. Il fallait un mort, après on tues un, parce que tu vois, il faut des émotions.

Martine : Ils ont tué le principal.

Marion : Après c'était prévisible !

Martine : Celui qui avait fait les ouvertures des films. Dans tous les cas, je savais qu'il allait

Marion : Ouais dans tous les cas, ça devait passer. En plus, ce n'est pas mon préféré dans *Star Wars*.

Martine : Toi c'est Anakin.

²⁵⁴ Carrie Fisher, l'interprète de la Princesse Leia est décès en décembre 2016, un an avant la sortie de l'épisode 8, le dernier film qu'elle a tourné. Suite à sa mort, des questions se sont posées sur son apparition dans le dernier épisode de la troisième trilogie, à savoir le personnage allait mourir ou non, à voir si elle allait être dans le film. Suite à la sortie du teaser de l'épisode 9, nous avons pu la voir brièvement

Marion : Ouais l'Anakin enfant. J'sais pas, pour moi c'est prévisible, en fait, c'est ça le problème, Star Wars, anciennement, rien n'était prévisible, t'as des petits trucs qui étaient prévisible mais disons que tu ne pouvais pas calculer l'histoire, de base c'est quand même comme ça et machin. En fait, depuis que Disney a racheté, c'est comme tous les films. Tout est prévisible, C'est pour ça que c'est fatigant. Il n'y a rien de nouveaux, ils vont faire comme tout le monde. Dans toutes les sagas, tu as un personnage principal qui va mourir, c'est toujours comme ça, c'est toujours le mec qui a un fond gentil. Tu le sais, ce n'est pas le principal, mais c'est un secondaire important. C'est toujours comme ça, après, Harry Potter tu as Dobby qui meurt, dans les Seigneurs des Anneaux, je ne sais pas qui meurt, mais c'est pareil. Ils le font tous, et du coup j'étais à la fin : « Bon, ils vont faire mourir un enfant », du coup, ils vont prendre un ancien qui était important. Il faut marquer le coup.

Martine : On va voir, celui qui va sortir, et comment ça va être. Déjà, il faut que je vois l'avant-dernier parce que je ne l'ai pas vu. J'en ai loupé un.

Marion : En plus, ils ont acheté une licence tellement puissante que faire une transition avec, ce n'est pas facile.

Martine : Quand un des films sortaient, je sautais dessus mais peut-être au fond de moi, j'étais déçue du film. Et c'est peut-être pour ça que je ne suis pas précipité pour l'autre film. Je m'en rends compte avec le recul.

Marion : Quand le film passe à la télé, je change de chaîne.

Martine : Ah non, moi je regarderai, mais à la télé, ce n'est pas pareille.

Marion : Mais après tu vois. Moi je trouve que c'est un peu débile que les puristes veulent que ça soit comme avant, après tu avances et tu vois que ce n'est pas la même chose, c'est du fan-service. C'est ça ce qui a fait au premier film Disney et ça n'allait pas ! Parce qu'il voulait faire pareil et c'est que tout le monde a critiqué : "Ouais, on dirait le deux". Ben ouais ... Et ben, là ils râlent parce que c'est trop long, il faut savoir tu vois. Soit c'est pareil ou ce n'est pas pareil, soit ça ne vous plait pas. C'est risqué en soit.

Martine : Le problème, c'est que les gens font de la comparaison.

Marion : Ah ben oui, mais c'est normal bon, quand tu as un truc aussi populaire.

Suivez des pages Facebook sur Star Wars ?

Marion : Je regarde les commentaires, je trouve ça marrant. Je regarde les trucs, les débats houleux, je ne regarde pas dessus. Des fois, ils soulèvent des points importants, et quand tu rentres dans un débat où les fans ne sont pas d'accord entre eux, tu sais que ça va partir en cacahuète.

Martine : Le problème quand ça part dans un autre sujet, ça dérive dans un autre. Quand il y a un débat.

Tu constates que ce genre de conflit est propre aux fans de Star Wars ? [À Marion]

Marion : Ah non, tu as pleins de débats sur pleins de sujets.

Comme quoi ?

Marion : Alors ... Par exemple sur les mangas, tu as pleins de puristes. En fait, pour moi, le problème quand tu as des œuvres intemporels, tu as les puristes et ceux qui ne le sont pas. Et tu as toujours ce débat, oui c'était mieux avant, ah oui, c'est cool qu'ils fassent un nouveau, ça tu as dans pleins de truc. Moi, je vois dans d'autres films, dans *Harry Potter*, tu vois du coup, je trouve que pour moi, les animaux fantastiques n'équivalent pas avec *Harry Potter*. Mais ça passe. Par-contre, pour moi la pièce de théâtre, c'est une abomination. Il y a pleins de gens qui ont aimé et il y a pleins qui n'ont pas aimé. Parce que tu as les puristes et ceux qui sont ... Ouais c'est cool qu'ils en fassent un autre. Et dans les mangas, tu as les mêmes débats. Par exemple, souvent dans les mangas. *Evangelion*, vu que c'est le manga le plus connu au monde, et bon quand même c'est une référence que je reprends, et que c'est sorti, genre 30 ans ou 40 ans, c'est intemporel, et les personnages, représentent les 7 péchés capitaux, et du coup, tu as les fans de machins et les fans de machins et du coup, ça va gueuler entre eux. Oui mais lui et mieux, lui est mieux, et tu as tout le temps ce machin, je trouve que c'est un truc répétitif sur une communauté, tu as toujours ce problème dans une communauté de : « Moi j'aime ce

personnage, moi j'aime cette face là et moi je ne comprends pas pourquoi tu n'es pas comme ça ». Et on s'engueule parce qu'on n'est pas d'accord. C'est souvent comme ça je trouve.

Tu as la première génération et la nouvelle génération qui découvre et qui a son avis ?

Marion : C'est ça, tu as un problème de générationnel, le problème du regard et de la vision de chacun, puis tu as les préférences, les goûts et les couleurs. Des choses que les gens ne discutent pas mais les gens veulent discuter. Parce qu'ils pensent qu'ils connaissent mieux que les autres, tu as ce truc d'égo parce que même, tu es passionnée et tu mets en avant les arguments. Ah bon, c'est l'être humain. Tu vas faire un argument et tu vas avoir un débat constructif, Tu as toujours des gens qui ne sont pas dans le constructif, c'est comme ça partout, partout, partout. Quand ils ne se connaissent pas, ça part en cacahuète.