

## **Romanzo Criminale *n'est pas un récit transmédi*al**

Si nous portons notre attention sur les processus de production d'un récit, nous pouvons remarquer qu'il y a une différence entre un produit pensé pour un seul média et

---

<sup>1</sup>Cf. Goyet, 2009 pour la notion d'épopée inachevée, qui au contraire correspond à un « travail épique » ayant échoué.

un produit créé dès son origine comme une architecture narrative se composant d'apports multiples et variés. Dans le panorama contemporain, les stratégies de construction de mondes narratifs articulés sur une convergence de supports, que l'ouvrage *Convergence Culture* (Jenkins, 2006) consacre, se démultiplient<sup>1</sup>. Le terme employé par Jenkins est, nous l'avons vu (Cf. chapitre 6 de la première partie), « *transmedia* ».

Nous avons défini le phénomène *transmédiat* comme un processus tout d'abord intertextuel, réalisé dans un contexte de convergence culturelle et technologique et à partir d'un monde fictionnel à considérer comme un écosystème narratif, capable de donner lieu à un univers cohérent. Dans ce que Jenkins définit comme un nouveau paradigme pour la narration, les consommateurs sont encouragés à chercher des informations en allant au-delà du parcours traditionnel du récit. Pour faire cela, ils sont amenés à s'orienter dans un territoire complexe, en se servant des intertextes comme point de départ pour des parcours originaux, qui ne seront pas toujours linéaires, mais qui, au lieu de suivre le modèle littéraire, s'inspirent souvent de la structure des jeux vidéo.

*The Matrix* (1999), par exemple, est un monde à explorer *via* des supports différenciés, chacun proposant une dilatation indépendante du récit véhiculé par les autres médias. La bande dessinée, le film d'animation, le jeu vidéo – pour ne citer que les supports les plus célèbres composant le phénomène – constituent autant de points de vue différents, avec des personnages secondaires, des histoires parallèles qui dilatent l'espace du récit et qui offrent au spectateur la possibilité de devenir protagoniste d'une quête. Jenkins remarque que :

[s]i l'on regarde ces travaux par le biais des critères anciens, ces films peuvent paraître davantage fragmentés, mais les fragments existent de manière à ce que les consommateurs puissent faire les connexions suivant leurs temps et selon les modalités qu'ils souhaitent<sup>2</sup> (Jenkins, 2006a : 121).

---

<sup>1</sup> Les exemples d'opérations de narration transmédiat sont nombreuses aussi dans le contexte italien : signalons des expériences comme *Manituana* (Wu Ming, 2007), qui se constitue comme un monde en ligne que les lecteurs peuvent enrichir en inventant de nouvelles histoires. Ou, encore, le docu-fiction « cross-média » *Giallo a Milano* (2009) qui propose de visionner, sur le site du quotidien *Il Corriere della Sera*, des vidéos inédites qui offrent de nouvelles perspectives à l'histoire racontée par le film.

<sup>2</sup> « *If you look at such works by old criteria, these movies may seem more fragmented, but the fragments exist so that consumers can make the connections on their own time and in their own ways* » (Notre traduction).

Les consommateurs sont de plus en plus impliqués dans un travail qui est surtout de récolte d'informations et de découverte de portes d'entrée alternatives ; en même temps, l'espace fictionnel tend à devenir un terrain de jeu<sup>1</sup>. Ainsi, les « plateformes » transmédiales, avec leur temporalité convergente, de plus en plus autonomes du support physique, sont le résultat d'une stratégie des producteurs et des agences publicitaires à la recherche de la fidélité, de la persévérance des publics dans le rapport aux contenus médiatiques (Jenkins, *op.cit.* : *ibidem*). Selon Jenkins, l'ensemble des médias constitue pour les spectateurs une expérience convergente en raison de mécanismes qui dépendent de son pouvoir de fonctionner en tant qu'univers.

Quant à notre objet, *Romanzo Criminale*, bien qu'il propose des produits offrant aux consommateurs des expériences différentes qui, tout de même, convergent, il n'a pas été pensé dès son origine comme produit transmédia. Les supports « officiels » (le livre, le film, la série télévisée qui, nous le rappelons, ont rejoint le public respectivement en 2002, 2005 et 2008-2010, donc sur un temps stratifié et non simultané) proposent autant de perspectives sur le monde et les événements racontés, mais ils ne dépassent pas le stade de variantes. Elles se limitent à déplacer différemment le centre de gravité du récit, mais, en retour, produisent une circulation de contenus culturels que nous avons considéré d'un intérêt capital. Comment analyser ces briques narratives qui s'ajoutent à un récit matriciel (le livre) tout en réécrivant sous un angle fictionnel des événements du passé historique ?

Le livre est une opération de dramatisation de l'Histoire : approfondissant dans les détails les renvois au monde politique de l'époque, la description des psychologies des personnages, il se constitue comme récit matriciel. Le film, qui s'en inspire directement, mais qui met en œuvre une opération de condensation, raconte l'histoire de trois criminels en les représentant comme des héros romantiques et maudits, laissant à l'histoire italienne une place réduite. La série, à son tour, cherche dans la boue du passé historique de Rome et arrive à sceller un portrait efficace de la petite criminalité des années 1970 et 1980, sans se référer directement aux événements historiques, mais

---

<sup>1</sup> H. Jenkins parle de *sandbox*, bac à sable, image qui illustre la possibilité de jouer avec le produit culturel en le transformant en matière première pour de nouvelles œuvres ; pour L. Jullier, l'image de la Lego™ » lui est préférable, car elle permet non seulement de transformer le produit original (dans les limites inférieures de son aspect, c'est-à-dire ce qui correspond à la forme des briques), car elle permet non seulement de transformer le produit original, mais aussi de le transporter – cela correspond à la question de la *relocalisation* de l'expérience dont parle F. Casetti.

développant des récits secondaires, introduisant des personnages inédits et proposant, dans la deuxième saison, des parcours narratifs qui divergent de la matrice littéraire.

Ces produits officiels ne se présentent pas comme une orchestration voulue dès son origine, mais ils prennent forme les uns après les autres sur un arc temporel d'environ cinq ans, bien que pour la deuxième saison de la série, on assiste à des tentatives de plus en plus stratégiques de construction d'une image de marque (cf. D'Aloia in Grasso et Scaglioni, 2010 : 199-209). Les produits décrits comme des paratextes, suivant la définition de J. Gray (qui, à son tour, emploie la terminologie de Genette, mais soulignant un assouplissement des hiérarchies entre textes et paratextes), demandent au consommateur de s'engager de manières alternatives, de plus en plus interactives. Notamment, *RC The Game* permettait au joueur (pendant la courte période où le jeu était accessible en ligne) de faire l'expérience du commerce de produits illicites dans le cadre d'une interface ayant la même charte graphique que la série, pour prolonger le plaisir de l'identification à des modèles d'inconduite et éprouver *sur sa propre peau* le frisson de la transgression, à la manière des protagonistes.

Raconter la même histoire *via* des médias différents doit correspondre, dans le cas du récit transmédiatique, à la recherche, de la part des producteurs, d'un public différent pour chaque support : un média est choisi parce qu'il est considéré le meilleur à disposition pour valoriser le point de vue que l'on a voulu mettre en avant. Le problème est celui de la différence entre transmédiaticité et adaptation : « Raconter à nouveau une histoire sous un média différent correspond à l'adaptation, alors qu'employer plusieurs médias pour réaliser une seule histoire correspond à la transmédiaticité » (Long, 2007 : 22)<sup>1</sup>.

L'adaptation consiste à « refaire » le texte à travers des références culturelles opérant comme autant de couches qui se superposent, définissant un champ de discours. Il s'agit d'une opération de réinvention du texte. C'est le retour du « déjà-vu » (le « *già noto* », Cf. Buonanno, 2004), qui fonctionne sur un modèle de sérialisation (renvoi à des textes préexistants, familiarité avec les personnages, reproductibilité de schémas connus). Dans cet espace, le jeu du spectateur s'active dans la reconnaissance, dans le plaisir de la répétition, ainsi que dans le désir de se laisser surprendre (Cf. Casetti, 1984). Il s'agit d'un phénomène de recontextualisation : on assiste à

---

<sup>1</sup> « *Retelling a story in a different media type is adaptation, while using multiple media types to craft a single story is transmediation* » [Notre traduction].

l'apparition, dans un nouveau champ discursif, d'un élément que l'on a déjà rencontré ailleurs – le texte est reformulé dans un nouveau contexte.

Le fait que, dans notre cas, tous les produits portent le même titre, sonne d'emblée l'alarme liée à la redondance. Rappelons que, pour Jenkins, le récit transmédiatique est une « histoire [qui] se déploie sous plusieurs plateformes médiatique dans lesquelles chaque nouveau texte apporte une contribution indépendante et précieuse à l'ensemble<sup>1</sup> » (Jenkins, 2006 : 95–96) : l'accent est mis sur la variation dans la répétition, qui fait de ce type de récit une entité fragmentée et unitaire en même temps.

Si l'on se limitait à l'étude des textes officiels, *Romanzo Criminale* ne présenterait donc peut-être pas les caractéristiques suffisantes pour que l'on parle de phénomène transmédiatique. Le cas en question nous semble, au premier abord, moins un exemple de récit transmédiatique qu'un exemple de récit produisant un trop-plein, ou *overflow* (cf. Gray, 2010). Le film voit le jour suivant le succès du livre, la série est produite suite au succès du film, suivant un désir de répétition typique de la pratique interculturelle de l'adaptation, consistant dans la volonté de raconter encore une fois la même histoire, de manières différentes (Hutcheon, 2000 : 9).

Toutefois, notre enquête montre que le monde de *Romanzo Criminale* ne se limite pas à un phénomène d'adaptation concernant les produits officiels. Parodies, hommages, *remix*, résumés, *fanfictions*, se présentent dans les espaces en ligne à côté du film, de la série, du livre, accompagnant les discours sociaux comme des traces explorables en tant que formes d'appropriation, mais constituant aussi une série de textes contribuant à l'architecture globale. L'apport des spectateurs s'insère là où le tissu des médias convergents laisse des trous, là où les allusions au monde extérieur semblent requérir des commentaires ; là où agit, chez ceux qui consomment, le besoin de faire clarté sur une ambiguïté du récit tout en parlant d'eux-mêmes et de l'expérience qu'ils ont eue de l'objet.

Les « spectateurs ordinaires », on l'a vu, agissent désormais de plus en plus comme des *fans* : une frontière entre ces deux rôles nous semble très difficile à tracer. À son tour, le produit est de plus en plus orienté vers ses publics, ce qui donne lieu à la valorisation de chacune des appropriations comme autant de modalités de façonner une réponse, que la Toile contribue à rendre de plus en plus visibles.

---

<sup>1</sup> « [A] story [which] unfolds across multiple media platforms with each new text making a distinctive and valuable contribution to the whole ». [Notre traduction].

Nous ne pouvons prendre en compte l'hypertrophie de ces pratiques *grassroot* simplement comme une série de discours sociaux : nous voulons les considérer comme des textes contribuant, grâce leur circulation, à la construction d'une expérience « à 360° ». Ainsi, nous sommes face à une pluralité de médias qui convergent, autant de manifestations du pouvoir du produit de générer un monde – dans sa rencontre avec les spectateurs. D'un côté, on pourrait définir le phénomène des appropriations en termes de pure *circulation*, dans laquelle la communication ne trouverait plus de place. De l'autre, on pourrait effectuer une analyse du sens de chacune de ces productions à l'intérieur du contexte dans lequel elles prennent origine et se développent, en essayant de les comprendre en tant que manifestation d'une culture et d'une société.

Si la culture contemporaine encourage une modalité de consommation par fragments (une « *snack culture* »), quelle est la forme que prend la circulation de ces bribes de récit ? En même temps, le rôle « transculturel » du produit détermine la nécessité d'une méthodologie pour en analyser le succès public et les phénomènes sociétaux qui y sont liés. Pour ce qui est de l'agencement des récits officiels, l'importance accordée au fragment est constamment mise à l'épreuve d'une tendance centralisante, par laquelle le monde du récit transmédiatique construit sa cohérence ; pour ce qui est de la réception, comme ensemble de pratiques culturelles dans un espace public, c'est par fragments qu'elle se développe, se manifestant par des appropriations qui prennent forme dans les périphéries de l'univers des produits « officiels ».

